

circuits courts et circuits De ProXimité

Tiphaine Delhommeau,
sous la direction de Denis Stokkink

Asbl *Pour la Solidarité*, septembre 2009

ISBN : 978-2-930530-04-8

Dépôt légal : D/2009/11.262/6



Le Think Tank européen *Pour la Solidarité* (asbl)
– association au service de la cohésion sociale
et d’un modèle économique européen solidaire
– travaille à la promotion de la solidarité, des
valeurs éthiques et démocratiques sous toutes leurs formes et
à nouer des alliances durables entre les représentants euro-
péens des cinq familles d’acteurs socio-économiques.

À travers des projets concrets, il s’agit de mettre en relation les
chercheurs universitaires et les mouvements associatifs avec les
pouvoirs publics, les entreprises et les acteurs sociaux afin de
relever les nombreux défis émergents et contribuer à la
construction d’une Europe solidaire et porteuse de cohésion so-
ciale.

Parmi ses activités actuelles, *Pour la Solidarité* initie et assure le
suivi d’une série de projets européens et belges ; développe des
réseaux de compétence, suscite et assure la réalisation et la dif-
fusion d’études socioéconomiques ; la crée des observatoires ;
organise des colloques, des séminaires et des rencontres thé-
matiques ; élabore des recommandations auprès des décideurs
économiques, sociaux et politiques.

Pour la Solidarité organise ses activités autour de différents pôles
de recherche, d’études et d’actions : la citoyenneté et la dém-
ocratie participative, le développement durable et territorial, la
responsabilité sociale des entreprise et la diversité, et la cohésion
sociale et économique, notamment l’économie sociale.

Think Tank européen *Pour la Solidarité*

Rue Coenraets, 66 à 1060 Bruxelles
Tél. : +32.2.535.06.88 – Fax : +32.2.539.13.04
info@pourolsolidarite.eu
www.pourolsolidarite.eu

LES CAHIERS DE LA SOLIDARITÉ

Collection dirigée par **Denis Stokkink**

Charlotte Creiser *L'économie sociale, actrice de la lutte contre la précarité énergétique*, Série développement durable et territorial, n°19, 2009.

Europe et risques climatiques, et participation de la Fondation MAIF à la recherche dans ce domaine, Série développement durable et territorial, n°18, 2009.

Thomas Bouvier, *Construire des villes européennes durables, tomes 1 et II*, Série développement durable territorial, n°16 et 17, 2009.

Europe, énergie et économie sociale, Série développement durable territorial, n°15, 2008.

Décrochage scolaire, comprendre pour agir, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°14, 2007.

Séverine Karko, *Femmes et Villes : que fait l'Europe ? Bilan et perspectives*, Série Développement durable territorial et politique de la ville, n°12 (n°13 en version néerlandaise), 2007.

Sophie Heine, *Modèle social européen, de l'équilibre aux déséquilibres*, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°11, 2007.

La diversité dans tous ses états, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°10, 2007.

Francesca Petrella et Julien Harquel, *Libéralisation des services et secteur associatif*, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°9, 2007.

Annick Decourt et Fanny Gleize, *Démocratie participative en Europe. Guide de bonnes pratiques*, Série Citoyenneté

et démocratie participative, n°8, 2006.

Éric Vidot, *La Reprise d'entreprises en coopératives : une solution aux problèmes de mutations industrielles ?*, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°7, 2006.

Anne Plasman, *Indicateurs de richesse sociale en Région bruxelloise*, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°6, 2006.

Sarah Van Doosselaere, *Démocratie participative, dialogues civil et social dans le cadre du modèle social européen. Une description générale des concepts*, Série Citoyenneté et démocratie participative, n°5, 2004.

Anne Plasman, *Calcul des indicateurs de richesse économique et de solidarité en Belgique*, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°4, 2004.

Entreprenariat collectif et création d'entreprises dans un cadre d'économie sociale, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°3, 2004.

Relevé, analyse, évaluation et recommandations en matière d'expériences innovantes de partenariats entre entreprises privées, syndicats et/ou ONG dans la lutte contre les discriminations et en matière d'intégration des populations immigrées, Série Cohésion sociale et économie sociale, n°2, 2004.

Anne Plasman, Dimitri Verdonck, La Politique de cohabitation-intégration à Bruxelles, Série Citoyenneté et démocratie participative, n°1, 2004.

TABLE DES matières

Introduction	2
I. Les enjeux de l'alimentation durable	3
A. L'alimentation à la croisée des défis environnementaux et sociaux	3
B. Les institutions européennes face à la hausse des prix	8
C. Des filières globalisées	11
D. Alimentation et environnement	21
II. Des circuits courts pour une consommation responsable	30
A. Industriels versus agriculture paysanne ?	30
B. Définition et typologie des circuits courts	30
C. Un contexte porteur pour les circuits courts	34
B. Développement local durable	43
C. Circuits courts et environnement	76
III.Recommandations	84
A. Quelles difficultés ?	84
B. Quelles solutions mettre en place ?	86
Conclusion	113
Définitions	114
Bibliographie	121
Annexes	125
1- Crise alimentaire et crise financière	125
2- La coopération, un modèle enraciné dans l'économie agricole.	126
3 - L'évolution des préoccupations environnementales dans la PAC	127
Table des bonnes pratiques	132

INTRODUCTION

Les défis du changement climatique, la crise alimentaire de 2008, les aspirations à des modes de consommation durables, respectueux des personnes et de la planète : tout ceci invite à repenser dès à présent la cohérence du système de production et consommation alimentaire tel qu'il s'est développé ces dernières décennies. Une réflexion sur l'alimentation entraîne automatiquement une réflexion sur la société.

Réponses locales à ces enjeux globaux, les initiatives de circuits courts forment un secteur protéiforme et vivace, prenant appui sur des critères de proximité à la fois géographique et relationnelle, et motivés par la volonté de préserver l'environnement et le bien-être des sociétés.

Afin de comprendre le contexte d'émergence et les caractéristiques de ses filières, mais aussi leurs atouts, leurs fragilités et leurs perspectives, ce cahier s'articule en trois grandes parties.

Une première partie analytique permet de replacer l'alimentation dans son contexte global. Un examen de ses impacts sociaux et environnementaux, un œil sur les positions des politiques européennes, ainsi qu'une revue des principaux acteurs des filières d'approvisionnement, permettront de cadrer les enjeux des modes de production et consommation alimentaires actuels.

La deuxième partie du cahier, cœur de l'étude et écho à sa première partie, se penchera plus spécifiquement sur les circuits courts, en analysant leur genèse, caractéristiques et typologie ; puis en examinant leurs externalités positives, de manière thématique.

Secteur largement porté par la société civile, ces circuits territorialisés peinent actuellement à accéder à un modèle facilement transposable à grande échelle. Un certain nombre de difficultés, mises en avant par les différentes organisations concernées, font obstacle à leur plus large diffusion. La troisième partie du cahier passera en revue ces fragilités, pour

s'axer ensuite sur les orientations à privilégier afin de favoriser le développement de ces filières.

Afin d'illustrer toute la vitalité de ce secteur, le cahier met en lumière une cinquantaine de bonnes pratiques relatives aux circuits courts, issues de diverses régions de l'Union européenne. Plus ou moins formelles, souvent impulsées par des acteurs privés mais aussi, et de plus en plus, par des acteurs publics, ces bonnes pratiques présentent des caractéristiques diverses, reflet d'un secteur d'action en pleine effervescence.

Tout au long de cet ouvrage, des initiatives seront citées dans le texte. Elles seront suivies d'une étoile * signifiant un renvoi à une bonne pratique analysée à la fin du chapitre dans lequel l'initiative est citée.

I. Les enjeux de L'alimentation durable

a. L'ALIMENTATION À LA CROISÉE DES DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, faire ses courses n'est pas un geste anodin.¹ L'avenir de la planète, tout comme celui des sociétés, se jouent aussi dans notre assiette.

2008 : les images d'émeutes de la faim en Afrique, en Asie, aux Caraïbes, déferlent dans les médias. En Europe, les prix augmentent et le pouvoir d'achat baisse sévèrement. La question fait son entrée dans les réunions politiques internationales. Mais, après une récolte 2008 – 2009 heureusement exceptionnelle, le devenir alimentaire de la planète est à nouveau une question dangereusement laissée de côté, aux risques trop souvent sous estimés.

Entre 1960 et 1990, la disponibilité globale de la nourriture par personne est passée de 2360 kcal à 2803 kcal dans le monde.² Pourtant la faim est un phénomène qui s'accroît d'année en année : non pas parce que nous ne produisons pas assez mais parce que la distribution de cette production n'est pas équitable.³ Il faut couper court aux lectures malthusiennes : nourrir une planète qui comptera probablement 9 milliards d'habitants en 2050 est possible, mais cela nécessite que les modes de production et de consommation actuellement à l'œuvre connaissent une refonte en profondeur. Les facteurs qui ont amené à la crise de 2007 – 2008 sont avant tout structurels.

1. Des fraises au printemps, dossier de presse de la Fondation Nicolas Hulot, 2009.

2. *Plus ça chauffe, moins on mange*, SOS Faim, défis sud n° 84 – Bimestriel – août, septembre 2008.

3. Selon la FAO, plus d'un milliard de personnes vont souffrir de sous-alimentation en 2009, contre 963 millions fin 2008. Et, révoltant paradoxe, les paysans pauvres et extrêmement pauvres, qui représentent presque la moitié de la population mondiale, sont au premier rang des populations souffrant de graves carences alimentaires.

1. Climat et énergie, deux défis de taille pour nourrir la planète

Facteur apparemment temporaire, les conditions climatiques défavorables de 2006 – 2007 ont entraîné de mauvaises récoltes dans de grandes régions productrices et exportatrices (Australie, Europe, Amérique du Nord, Afrique, Bangladesh, Chine, Vietnam,...) et les ont obligées à importer davantage. Or on sait désormais que le changement climatique rend les prévisions climatiques moins sûres, que la désertification, qui lui est liée en partie, progresse en Chine et en Afrique Sub-saharienne, grignotant des terres cultivées ; que les études scientifiques prévoient une diminution de la production agricole dans les zones tropicales... autrement dit, il serait fou de penser que les difficultés ne vont pas reparaitre.

Autre enjeu de taille, l'énergie. Notre alimentation est directement dépendante des combustibles fossiles : « *nous mangeons du pétrole* »⁴, puisque celui-ci est un facteur important dans l'agriculture, en particulier dans les pays industrialisés. La hausse des coûts de l'énergie, notamment le prix du baril de pétrole, influe sur les prix agricoles en renchérissant les intrants tels que les engrais, les pesticides, le diesel ainsi que les coûts de l'irrigation motorisée, de la transformation et du transport de denrées. Il s'agit donc aujourd'hui d'inventer une agriculture et un système de transformation et de commercialisation agroalimentaire moins énergivores. C'est un enjeu majeur.

Le prix de l'énergie entraîne dans son sillon la question des agrocarburants. La production d'agrocarburants destinés à faire rouler les voitures demande toujours plus de céréales qui ne peuvent servir à l'alimentation.⁵ Les volumes actuels de produits agricoles destinés aux agrocarburants

4. Selon le mot de Dale Allen Pfeiffer, géologue spécialiste du pic pétrolier et de ses conséquences agricoles.

5. Ceci vaut pour les agrocarburants de première génération. Ceux de deuxième génération ne sont pas encore au point mais souvent présentés comme une future « solution miracle », car issue des matières premières non alimentaires ligno-cellulosiques (déchets de bois...). Mais ce n'est pas parce qu'un agrocarburant n'utilise pas des denrées alimentaires comme matières premières qu'il ne menace pas la sécurité alimentaire : il entrera tout de même en concurrence avec la production vivrière pour l'accès aux terres, à l'eau et aux autres intrants agricoles, supposera des monocultures intensives attaquant la sécurité alimentaire et le droit foncier des populations vulnérables. L'énergie produite à partir de matières premières non cultivables comme les microalgues (agrocarburants de troisième génération) est donc plus prometteuse.

contribuent donc à la hausse des prix, en poussant à la spéculation et l'inflation. Les États-Unis, principaux producteurs de biocarburants à base maïs, ont pris la décision d'affecter plus de 60 millions de tonnes de maïs, soit un tiers de leur récolte et presque 10% de la récolte mondiale, à la fabrication d'éthanol. Par ailleurs, la hausse annoncée de l'utilisation des céréales pour des agrocarburants accroît l'intérêt du marché des produits agricoles pour les spéculateurs financiers. C'est donc plus l'anticipation de cette hausse de la demande qu'une hausse réelle qui contribue à expliquer la flambée des prix.

La spéculation s'avère ravageuse dès lors qu'elle s'applique aux denrées alimentaires. Les faibles stocks alimentaires, le dollar faible et la crise du crédit ont amené les investisseurs à spéculer davantage sur les matières premières, perçues comme un nouveau marché en croissance où l'on peut obtenir des gains rapides... surtout en cas de mauvaise récolte. La volatilité des cours n'est donc pas maîtrisée. De toute évidence, cela rend difficile une production mondiale stable, puisque les producteurs seront amenés logiquement à aligner leur choix de cultures et ensemencement selon le niveau des cours.

2. Une flambée des prix agricoles prévisible

Entre 1975 et 2005, les prix des matières premières agricoles ont été divisés par 6 environ ; on est passé environ de 600 € la tonne de céréales en 1975 à 100 euros la tonne en 2005. Les stocks ont donc peu à peu diminué, ce qui a entraîné l'explosion des prix, car lorsque les stocks sont au plus bas, un événement conjoncturel, par exemple une mauvaise récolte dans un pays exportateur comme l'Australie ou dans un pays importateur comme la Chine, suffit à ce que les prix augmentent fortement.

Ce lien de conséquence « baisse des prix ▪ baisse des stocks ▪ augmentation des prix » n'est en soi pas une nouveauté. C'est un phénomène dangereusement cyclique, comme l'explique M. Mazoyer : « *De 1950 à 1970, la révolution agricole contemporaine a battu son plein dans les pays développés. Cette révolution a reposé sur l'utilisation de tracteurs et de machines toujours plus puissants, d'engrais minéraux, d'aliments concentrés du bétail, de pesticides, de variétés végétales et de races animales hautement sélectionnées, et sur la spécialisation des exploitations agricoles. Elle a entraîné un accroissement très important de la produc-*

tivité et une très forte baisse des prix agricoles réels dans les pays concernés. De plus, certains de ces pays ont dégagé des excédents exportables croissants, à des prix décroissants. C'est ainsi que le prix du blé sur le marché de Chicago, qui sert de référence aux prix internationaux, est tombé de 600 \$ la tonne en 1947 à 180 \$ en 1971. En conséquence, de très nombreuses exploitations agricoles des pays développés ont disparu, et des dizaines de millions de paysans des pays en développement, appauvris par la concurrence des produits importés à bas prix, ont migré vers les villes et les bidonvilles. La croissance de la production ayant ralenti, tandis que la consommation continuait d'augmenter, les stocks mondiaux tombèrent en 1972 en dessous du seuil de sécurité, soit 15% de la consommation annuelle.»⁶

La flambée des prix en 2008 était donc prévisible. Et de fait, elle était prévue par bien des spécialistes, qui avaient mis en garde à de multiples reprises contre les conséquences de la libéralisation des échanges agricoles internationaux. La libéralisation contraint de s'aligner sur les prix pratiqués par les exportateurs les plus compétitifs, soit les plus imposants ; les prix agricoles baissent partout, y compris pour les producteurs qui ne peuvent pas assumer une baisse des prix, qui pour eux signifie la fonte de leur revenu. Ainsi, mi-2008, les familles de paysans des pays du Sud ont été confrontés au chômage, et par conséquent, la crise alimentaire a, phénomène nouveau, sévi dans les centres urbains.

Même s'il est admis que les besoins en matières premières agricoles vont croissant et que le réchauffement climatique accentuera les dangers de pénurie et de flambée des prix, les pays riches continuent d'ignorer la question agricole. Au G20 d'avril 2008, à Londres, elle ne faisait pas partie des priorités.

« La politique agricole qui consiste à faire de l'agriculture la roue de secours au capital financier international est une erreur. Le capital financier lui-même court à sa perte s'il ne reconnaît pas cela. Peut-être attendons-nous une crise comme celle des années 30 pour changer de politique et revenir à des considérations plus raisonnables », soulignait Marcel Mazoyer en avril 2008. L'actualité a en effet depuis démontré que la question agricole, tout comme l'eau, peut engendrer des déstabilisations poli-

6. MAZOYER Marcel, Crise alimentaire et crise financière, exposé à la Conférence des Nations-Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), 30 juin 2009. Texte plus complet en annexes.

tiques. Au niveau national, les mécontentements sur la hausse des prix peuvent facilement déstabiliser les États en déficit de légitimité⁷ : émeutes, migrations accrues, conflits armés, culture de la drogue, sont autant de conséquences possibles de problèmes agricoles et hausses des prix alimentaires.

L'ÉTAT DES STOCKS

Selon la FAO, les stocks mondiaux de céréales devraient s'établir, au terme des campagnes de 2008, à environ 142 millions de tonnes de blé. C'est le niveau le plus bas depuis 1982. Autre indicateur : le rapport entre les stocks de céréales et l'utilisation totale (consommation+exportation) s'établit également à un niveau très faible, soit 10%. Enfin, on estime que les stocks mondiaux dits « tampons » qui permettent de faire la soudure entre la fin d'une campagne et le début de la récolte suivante, n'atteignent que 56 jours. Ils sont ainsi passés au dessous du seuil de sécurité, fixé à 60 jours.

3. Le rapport de l'IAASTD, un tournant ?

Faire évoluer la production alimentaire mondiale dans le sens d'une lutte contre la faim, contre les inégalités, contre le changement climatique et contre les pollutions : c'est bien le défi sur lequel ont planché durant quatre ans pas moins de 400 scientifiques, au sein de l'International Assessment of Agricultural Knowledge, Sciences and Technology for Development (IAASTD)⁸, un processus similaire à celui du GIEC pour le climat.

L'évaluation, commanditée par les Nations-Unies, la Banque Mondiale, l'UNESCO et la FAO, a étudié l'agriculture sous tous ses aspects – agronomiques, sociaux, écologiques, économiques, commerciaux, politiques, législatifs, culturels. Elle a intégré à tous les stades les milieux paysans et consommateurs, la société civile, les secteurs public et privé. Le rapport

7. Cf. La crise alimentaire, un risque politique négligé, Le Monde, 9 avril 2009

8. Soit en français « évaluation internationale des connaissances, des sciences et des technologies agricoles pour le développement ». Le rapport est disponible en ligne : [<http://www.agassessment.org>]

qui en a été tiré est une conclusion sans appel : l'agriculture telle qu'elle est menée actuellement, n'est pas durable. Le rapport final, décliné en cinq rapports régionaux, ne prône rien de moins qu'un changement de paradigme.

Dénonçant les conséquences écologiques et le coût social du modèle agricole actuel, le rapport recommande de se tourner vers le développement de l'agro-écologie, de l'agriculture paysanne ou encore l'utilisation des connaissances locales. Autrement dit, non pas une augmentation massive des rendements, mais une meilleure répartition des productions et des flux de denrées, une nouvelle révolution agricole, durable, une agriculture moins dépendante des combustibles fossiles, s'appuyant sur la production familiale et les ressources naturelles locales. Ces solutions nécessitent une réorientation de la recherche publique agronomique et des politiques agricoles et alimentaires dans leur ensemble. Elles confirment que l'agriculture industrielle tournée vers l'exportation n'est pas la solution pour nourrir la planète et encore moins pour réduire notre empreinte écologique.

Exemple au Brésil : les entreprises familiales qui ont suffisamment de moyens sont plus productives que les entreprises industrielles alimentaires. Selon un rapport d'Oxfam, « les agriculteurs familiaux de l'Amérique latine tropicale réussissent à produire 20 à 60% plus de manioc, maïs et haricots par hectare que la monoculture de l'agriculture industrielle. Ils créent aussi davantage d'emplois, répartissent mieux les revenus et sont écologiquement plus durables. »⁹

Le rapport de synthèse a été approuvé par 60 pays représentatifs de toutes régions. Seules des multinationales de l'agrochimie et actives dans les OGM comme BASF, Syngenta et Monsanto ont claqué la porte des discussions peu avant leur terme. La Banque Mondiale en revanche a approuvé le rapport. On peut espérer que cela symbolise les prémices d'un changement profond, si l'on considère que depuis trente ans, les politiques structurelles dictées par la Banque mondiale, le Fonds monétaire international, mais aussi les politiques agricoles des pays développés (dont la Politique Agricole Commune de l'Union européenne) ont amené les pays en développement à délaïsser les productions vivrières pour des monocultures d'exportation de coton, de café ou d'autres produits tropi-

9. Stéphane Parmentier, Analyse Juin 2008, Le point de vue d'Oxfam-Magasins du monde sur la crise alimentaire actuelle.

caux. Des politiques qui ont « *souvent supprimé toute perspective d'autonomie alimentaire, déchiré le tissu socio-culturel, détruit le patrimoine génétique local, enrichi davantage les négociants que les agriculteurs, et accentué leur dépendance à l'égard des importations ou de l'aide alimentaire internationale.* »¹⁰

10. La politique Agricole Commune et le développement, Représentation permanente de la France auprès de l'Union européenne, chapitre 12, *Aider les pays en développement à conquérir leur autosuffisance alimentaire davantage qu'à exporter leurs produits agricoles.* [<http://www.rpfrance.eu/spip.php?article164>]

B. Les institutions européennes Face à la hausse des prix

1. Commission européenne

Communication de la Commission "Faire face à la hausse des prix des denrées alimentaires, Orientations pour l'action de l'UE" (COM(2008)0321) – mai 2008¹¹

Cette communication analyse les causes et conséquences de la crise alimentaire. Elle identifie des « actions de développement humanitaire à court terme, des filets de sécurité à moyen terme et des réponses à plus long terme axées sur la revitalisation de la production agricole ». Le but de ces orientations est d'atténuer les effets négatifs des augmentations de prix alimentaires sur les consommateurs les plus défavorisés, tout en encourageant des « réponses d'approvisionnement positives » de la part des agriculteurs.

Communication de la Commission « Prix des denrées alimentaires en Europe » – décembre 2008¹²

La Commission européenne a publié le 9 décembre 2008 une communication intitulée « Prix des denrées alimentaires en Europe », à la demande du Conseil européen, afin de déterminer les causes des fortes augmentations du prix des denrées alimentaires qui ont suivi la hausse encore plus marquée du prix des matières premières.

Dans cette communication, la Commission met en avant ce que doivent être, selon elle, les mesures pour pallier à la hausse des prix alimentaires et améliorer le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement alimen-

11. Communication du 20 mai 2008.

[<http://register.consilium.europa.eu/pdf/fr/08/st09/st09923.fr08.pdf>]

12. COM(2008)0821 : disponible en ligne : [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0821:FIN:FR:PDF>]

taire en Europe. Le but est « d'offrir aux ménages européens des prix en permanence compétitifs ». Les propositions de la Commission sont :

- > promouvoir la compétitivité de la chaîne d'approvisionnement alimentaire afin de renforcer sa résistance aux chocs des prix mondiaux ;
- > veiller, de façon ferme et cohérente, au respect de la concurrence aux niveaux communautaire et national, grâce au réseau européen de la concurrence, et cibler les pratiques et les restrictions qui sont particulièrement nuisibles ;
- > revoir les réglementations potentiellement restrictives aux niveaux national et/ou communautaire. Les dispositions qui restreignent l'entrée sur le marché doivent être étudiées et supprimées, le cas échéant, tout en gardant à l'esprit leurs objectifs environnementaux et sociaux (...). Les retards de paiement de la part des détaillants ou les frais excessifs imposés aux producteurs pour des offres promotionnelles devraient être revus. La réglementation des heures d'ouverture pourrait aussi faire l'objet de consultations au niveau national » ;
- > mettre en place une surveillance européenne permanente des prix, afin de permettre aux consommateurs de mieux comparer les prix ;
- > empêcher une instabilité excessive des marchés qui ne profite ni aux producteurs ni aux consommateurs.

Libre échange et concurrence accrue sont donc les maîtres mots de la Communication.

Le Groupe de haut niveau sur la compétitivité de l'industrie agroalimentaire¹³ a suite à cela émis des recommandations, en mars 2009, puis a adopté une Feuille de route en juillet 2009. Pour accroître la compétitivité de la chaîne alimentaire en Europe, le groupe recommande l'élaboration d'un code de conduite volontaire et d'un accord « juste et équilibré à

13. Le groupe, créé mi-2008, est présidé par le vice-président de la Commission européenne, et comprend également les commissaires chargés de l'agriculture et du développement rural, de la protection des consommateurs, de la santé, ainsi que de hauts responsables des secteurs public et privé. Leur mission est d'identifier et d'appréhender les facteurs qui déterminent la compétitivité de l'industrie agroalimentaire et de formuler un ensemble de recommandations pour mettre en place des conditions cadres prévisibles et stables pour les années à venir. Source : Europa, Press releases, Un groupe de haut niveau pour dynamiser la compétitivité de l'industrie agroalimentaire, 12 juin 2008. [<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/921&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en>]

l'OMC », qui soit plus avantageux notamment pour les producteurs qui tiennent compte de la protection de l'environnement et de la sécurité alimentaire. La question de la volatilité des marchés et de la transparence en matière de fixation des prix, non évoquée dans les recommandations de mars, est en revanche évoquée dans la Feuille de route de juillet.

2. Parlement européen

Rapport sur les prix des denrées alimentaires en Europe – février 2009¹⁴

Ce rapport de la commission de l'agriculture du Parlement européen sur les écarts de prix à la production et à la consommation dans la chaîne alimentaire émet l'idée d'un système européen de suivi du marché.

Ce système permettrait d'une part de créer une base de données accessible aux citoyens, recensant les prix de référence des produits alimentaires, ainsi que les coûts de l'énergie, les coûts salariaux, ceux des loyers et des prélèvements dans toute l'Union européenne. Le but serait d'autre part d'enregistrer la tendance des prix dans l'ensemble de la chaîne alimentaire et, enfin, d'effectuer des comparaisons transfrontalières entre produits similaires.

Résolution Garantir des prix alimentaires raisonnables aux consommateurs et des revenus décents aux agriculteurs – mars 2009¹⁵

En réaction à la Communication de la Commission européenne du 9 décembre, le Parlement européen a adopté le 26 mars 2009 une Résolution intitulée « Écart entre les prix à la production et les prix payés par les

14. *Sur les prix des denrées alimentaires en Europe* (2008/2175(INI)), rapport de la Commission de l'agriculture et du développement rural. Rapporteur : Katerina Batzeli. [<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2009-0094+0+DOC+XML+V0//FR>]

15. Résolution du Parlement européen du 26 mars 2009 sur les prix des denrées alimentaires en Europe (2008/2175(INI)) [<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0191+0+DOC+XML+V0//FR&language=FR>]

consommateurs ». Le constat de départ est donc celui de la hausse des prix alimentaires, mais aussi celui de la chute et de l'instabilité des revenus agricoles. Si ce fossé existe et s'accroît, c'est bien que le marché des denrées alimentaires connaît des dysfonctionnements.

Pour le Parlement, c'est surtout la répartition des marges dans la chaîne de production et de distribution qui doit être examinée. Concentration croissante et abus de position dominante, de la part de la grande distribution et, dans une moindre mesure, de la vente en gros. C'est le diagnostic porté par les députés, très différent de celui de la Commission qui dans sa Communication n'aborde pas ces questions d'abus de position dominante : accords d'exclusivité, obligation de procéder à des ventes liées ; revente à perte, offres de prix agressives, couplage de produits etc.

L'idée d'un observatoire européen des prix des produits a également été répétée dans cette Résolution, et complétée par l'appel à la création, en coopération avec la FAO, d'un observatoire international des prix des produits agricoles, des intrants et des denrées alimentaires.

Pour ce qui est de défendre les producteurs, la résolution met en avant la nécessité de renforcer les organisations et coopératives, afin de leur donner plus de poids et plus de pouvoir de négociation aux agriculteurs dans la chaîne alimentaire.

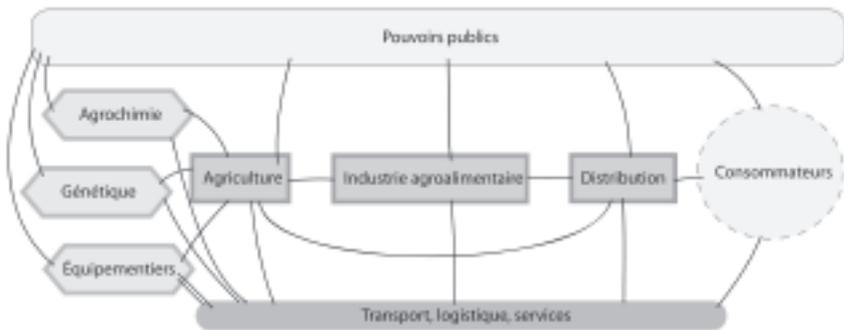
Par ailleurs, l'importance des distributeurs locaux est reconnue : ils permettent d' « améliorer la qualité de vie en milieu rural en créant des possibilités d'emploi et en renforçant les liens sociaux existants ». Les parlementaires appellent aussi à consolider le concept de produits locaux : par « des actions de promotion et d'information des consommateurs sur les spécificités de ces produits, leurs bénéfices pour la santé et les avantages économiques associés à leur consommation » ; mais aussi par le « soutien aux marchés traditionnels et autres formes traditionnelles de commerce, qui permettent un contact direct entre producteur et consommateur ».

C. DES FILIÈRES GLOBALISÉES

Comprendre la situation actuelle et cerner les enjeux de l'alimentation nécessite de porter un regard global sur le fonctionnement actuel des filières, ainsi que sur le rôle et les interactions entre organisations internationales et régionales, les États, les entreprises, les institutions de recherche, etc. Autrement dit, « le modèle agricole dominant au Nord et l'état de l'agriculture dans les pays du Sud ne sont le fruit ni d'un hasard ni d'un déterminisme historique. Ils résultent plutôt de rapports de force et de multiples décisions. »¹⁶ Les confrontations régulières entre producteurs et distributeurs au niveau européen illustrent cet état de fait, qu'un regard sur l'organisation des filières d'approvisionnement permet de mieux comprendre.

Dans le modèle de circuit long, de nombreux intermédiaires s'interposent au cours du chaînon Producteur – Consommateur ; et divers acteurs gravitent autour de cette chaîne.

Le système qui en résulte est donc complexe : du point de vue de la nature de ces acteurs, de leur rôle, leur localisation géographique ou encore leurs intérêts multiples. La tendance à la concentration de plusieurs étapes de la filière au sein d'un même groupe est très forte.



Modèle agro-industriel organisé en filière longue

16. Plus ça chauffe, moins on mange, SOS Faim, défis sud n° 84 – Bimestriel – août, septembre 2008.

Fournisseurs d'intrants

La chaîne débute avant même la production de denrées par l'agriculteur ou l'éleveur.

Cette forte extension de la chaîne en amont des producteurs s'explique par le virage productiviste pris par l'agriculture européenne à partir de des années 1960, dans le cadre d'une politique d'importations et d'exportations massives au plan mondial et d'un accroissement démographique inédit.¹⁷

L'agriculture à haut rendement s'appuie sur des apports massifs d'intrants, c'est à dire un ensemble de produits nécessaires au fonctionnement de l'exploitation agricole que l'agriculteur doit acheter sur le marché extérieur : matériel, carburant, engrais, produits phytosanitaires, activateurs et retardateurs de croissance, alimentation pour les animaux non produite sur place, médicaments...

En amont des producteurs se situent donc les centres de recherche en biotechnologies, incluant notamment le domaine du génie génétique et des technologies issues de la transgénèse ; les fabricants de matériel agricole ; les entreprises de l'industrie chimique, qui fournissent semences, engrais, biocides (pesticides, produits phytosanitaires ou phytopharmaceutiques, antibiotiques, désinfectants, etc.).

Les agrofournisseurs sont très concentrés et quelques firmes se partagent ce marché. Les firmes les plus importantes sont Monsanto, BASF, Bayer, Dow Chemical, Syngenta, Mosaic : des entreprises issues du secteur chimique qui ont su se greffer au secteur agricole, à une époque où le productivisme était le maître-mot. Les brevets sur les semences, engrais et pesticides sont la propriété de ces quelques firmes aux profits faramineux.

La réputation de ces sociétés s'est assombrie depuis quelques temps, notamment grâce au succès de certains ouvrages et films documentaires, tels « Le terrorisme alimentaire », de Vandana Shiva ou « Le Monde selon Monsanto », de Marie-Monique Robin.¹⁸ Travaux salvateurs, car de fait les

17. Pour plus de détails sur la Politique Agricole Commune et ses évolutions depuis sa création en 1957, voir annexes.

18. *Le terrorisme alimentaire*, V. Shiva, Ed. Fayard, 2001 ; *Le monde selon Monsanto*, MD Robin, Ed. La Découverte, Coll. Cahiers libres, 2008

liens qu'entretiennent l'agriculture et certaines firmes ne sont pas sains.

L'exemple de Monsanto est révélateur.¹⁹ Fondée à Saint-Louis (États-Unis) en 1901, la firme commence à s'intéresser à l'agriculture dans les années 1960, bénéficiant de la vague productiviste. Le célèbre herbicide Roundup est plus qu'un succès commercial ; par ailleurs, Monsanto commence dès 1978 à investir dans la biologie moléculaire. En 1983, les premières plantes génétiquement modifiées voient le jour dans les serres de la société. Aujourd'hui la société se consacre entièrement à l'agriculture. Mais les scandales et poursuites judiciaires à l'encontre de la firme se multiplient. Le nom de la société est, en outre, associé aux PCB et à l'agent orange ; et dans le domaine agricole, plusieurs procès ont sanctionné la firme, notamment pour avoir pendant des dizaines d'années présenté le Roundup comme biodégradable et respectueux de l'environnement.

Cependant Monsanto, comme les autres firmes multinationales agrofour-nisseurs a été « *le bras droit de la Banque mondiale dans les pays du Sud lorsqu'elle a appelé à développer une agriculture intensive de produit de luxe comme le coton, le tabac, les fleurs ou les fruits destinés au pays du Nord* », faisant ainsi en sorte, sous des prétextes quasi humanitaires, que les revenus dégagés par les exportations de ces cultures de rente permettent à ces pays d'acheter les produits surproduits au Nord comme les céréales, le lait. Le constat est simple : cette mécanique « *a poussé à la ruine des millions de petits paysans et pollué les terres et l'eau.* »²⁰

Producteurs

À l'étape suivante de la chaîne d'approvisionnement, les agriculteurs et éleveurs produisent la matière première.

Basée depuis sa création, en 1958, sur des objectifs de forte productivité, la Politique Agricole Commune de l'Union européenne aujourd'hui est constituée de deux piliers principaux :

- > les mesures de subventions directes à la production ;
- > les objectifs en matière de développement rural.

19. *Géopolitique de l'alimentation*, Gilles Fumey, Ed. La petite bibliothèque de Sciences Humaines, 2009.

20. Gilles Fumey, *ib.cit.*

Les subventions directes à la production, couplées à partir des années 1970 aux subventions à l'exportation, tendent à privilégier les exploitations agricoles à haut rendement, plutôt axées sur la monoculture. Les régions se spécialisent davantage, la diversification des produits proposés sur les marchés se fait plus par augmentation des flux de denrées, transportées d'une région à l'autre.

Si la Politique Agricole Commune a permis à l'Europe d'éloigner le spectre des pénuries et d'assurer l'autosuffisance alimentaire, ses effets néfastes se sont pour autant rapidement fait sentir. Le coût environnemental de l'agriculture productiviste, qui sera détaillé plus loin dans cette publication, se traduit très concrètement par la pollution des eaux, l'épuisement des sols, l'érosion de la biodiversité. Les impacts sociaux sont aussi importants : les subventions à l'exportation ruinent les agriculteurs du Sud en permettant aux Européens de pratiquer des prix artificiellement bas ; l'agriculture européenne n'est pas non plus épargnée, « *marquée par une disparition extrêmement rapide des fermes familiales, une concentration des aides aux plus grosses exploitations et une emprise de plus en plus déterminante de l'industrie agroalimentaire et de la grande distribution.* »²¹

Face à cela, la PAC a timidement commencé à intégrer les enjeux sociaux et environnementaux. À partir de 1992, des modifications ont visé à rompre avec le système de soutien des prix, en réduisant les prix garantis et en indemnisant les agriculteurs avec un «paiement direct», moins lié au niveau de productivité de l'exploitation.²² La Nouvelle PAC en 2003 voit l'apparition des mesures agro-environnementales, destinées à répondre aux demandes de la société en matière de préservation de l'environnement : donc à encourager des pratiques qui contribuent à l'entretien et à la mise en valeur du milieu rural et des paysages. Le bilan de santé de la PAC en 2008 met quant à lui l'accent notamment sur le renforcement de préoccupations telles que le changement climatique, les énergies renouvelables, la gestion de l'eau, la biodiversité et l'innovation.

21. *Une politique agricole en recherche de légitimité*, KESTELOOT Thierry, Oxfam Solidarité, 13 juillet 2007. <http://www.oxfamsol.be/fr/Une-politique-agricole-en-quete-de.html>

22. *La Politique Agricole Commune : obstacle ou solution pour une agriculture plus durable au sein de l'Union Européenne ?* Antoine R., Reinhard H., CERES-ERTI, Centre d'Enseignement et de Recherches sur l'Environnement et la Société, 2007. [<http://www.environnement.ens.fr/docs/expo/posters.html#8>]

Notables, ces avancées demeurent néanmoins encore bien légères face à l'ampleur des évolutions à entreprendre et des excès à corriger. Une enquête du New York Times en juillet 2009 soulignait notamment que « la forte décentralisation du processus d'attribution, ainsi que la possibilité de financer toutes les activités qui contribuent au développement rural, comme la construction de routes, ou encore de rembourser aux entreprises exportatrices la différence entre le prix européen d'une marchandise et son prix sur le marché mondial, expliquent la présence, parmi les bénéficiaires de la PAC, d'une entreprise de construction catalane, ou du fabricant de bonbons allemand Haribo. En France, le plus gros bénéficiaire (62,8 millions d'euros en 2008) est le volailler Doux, un groupe qui conjugue subventions publiques, délocalisations et restructurations. »²³

Productions globalisées, terres agricoles convoitées

Un autre phénomène, perceptible au plan mondial et lié à la globalisation de nos modes de production, est que les terres agricoles sont de plus en plus convoitées : c'est ce que l'on nomme le phénomène d'« accaparement des terres » qui, s'il n'est pas nouveau, s'accélère de manière inquiétante du fait de la synergie actuelle entre crise alimentaire et crise financière.²⁴

Les pouvoirs publics, inquiets face à l'insécurité alimentaire, s'emparent de terres immenses, en dehors de leur territoire national, afin de moins dépendre des importations, procédant ainsi à de véritables « productions alimentaires offshore. »²⁵

23. New York Times : European Subsidies Stray From the Farm, cité dans le Monde Diplomatique, Subventions agricoles européennes : l'auberge espagnole, 29 juillet 2009.

[<http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2009-07-20-Subventions-agricoles-europeennes>]

L'enquête du New York Times est disponible sur : [<http://www.nytimes.com/2009/07/17/business/global/17farms.html>]

24. Rapport du GRAIN, Main basse sur les terres agricoles en pleine crise alimentaire et financière, octobre 2008.

25. À eux cinq, la Chine, la Corée du Sud, les Emirats arabes unis, le Japon et l'Arabie Saoudite disposent à l'heure actuelle de plus de 7,6 millions d'hectares de terres arables, en dehors de leur territoire national. Le phénomène existe aussi sur le continent européen : 15 % de la surface totale de la Roumanie, soit plus de 15 millions d'hectares, seraient entre les mains de propriétaires originaires d'autres pays européens. Le Monde, Sécurité alimentaire : Les terres agricoles de plus en plus convoitées, 15 avril 2009.

De leur côté, investisseurs privés et sociétés agro-alimentaires trouvent dans les acquisitions des terres une nouvelle source de profits, qui premièrement permet de se détourner des marchés dérivés qui ont conduit à la débâcle financière ; et deuxièmement s'appuie sur un secteur – la production alimentaire – qui est un besoin constant. Finalement, acquérir des terres est devenu un objectif stratégique de choix.

Les délocalisations agricoles posent toute une série de problèmes. Cela amène nécessairement à ce que les populations locales soient coupées de l'accès aux terres, dont elles vivent. La souveraineté alimentaire²⁶ est donc tout simplement niée, bradée.

Certes des emplois peuvent être créés sur place, les productions augmentent effectivement grandement, les technologies sont améliorées, la qualité est plus constante, et tout n'est pas exporté. De plus, la cohabitation entre investisseurs et populations locales peut être facteur de développement agricole, si le partage des récoltes et le transfert de technologies vient, au-delà des discours, à se concrétiser. Mais pour le moment, la ruée vers les terres arables et la production spéculative conduisent bien plus à bâtir de véritables enclaves agricoles étrangères.

Double conséquence : d'une part le déni des droits des peuples autochtones peut aboutir à des tensions explosives²⁷, d'autre part, l'agriculture d'exportation est encore renforcée, alors que très clairement, elle est source d'insécurité alimentaire. L'exemple du Sénégal est significatif : après avoir misé massivement sur la culture de l'arachide, le pays est contraint certaines années à importer la quasi-totalité de ses denrées alimentaires.²⁸

Industrie agro-alimentaire (IAA)

La chaîne d'approvisionnement alimentaire n'est pas linéaire, les rétroactions d'un maillon à l'autre y sont permanentes et la tendance à la

26. Cf. définitions.

27. À l'exemple de Madagascar où l'annonce de la location de 1,3 million d'hectares au groupe sud-coréen Daewoo a agit comme un détonateur et a, en partie, provoqué la chute de l'ex-président Marc Ravalomanana.

28. Rappelons qu'en 1962 déjà René Dumont publiait « L'Afrique noir est mal partie », dans laquelle il dénonçait la mécanisation massive et les effets néfastes des cultures d'exportation pour la préservation des sols, fragiles, qui traditionnellement accueillent houé, daba, mil destinés à une consommation plus locale.

concentration des firmes rend la lecture parfois complexe. Ainsi le secteur primaire, domaine de la production, dépend du secteur secondaire, et en particulier, de l'industrie agroalimentaire (IAA). De plus, celle-ci regroupe aussi en son sein des fournisseurs d'intrants dont on a étudié plus haut la position en amont de la chaîne.

L'IAA regroupe des activités de transformation des matières premières et de biotechnologies des produits. En termes de valeur ajoutée, l'Industrie agro-alimentaire est le premier secteur de l'industrie mondiale, le deuxième secteur de l'industrie manufacturière en Europe.²⁹ Sa puissance s'explique notamment dans le fait qu'une très large part des produits agricoles est transformée avant d'être vendue au consommateur.

En Europe, les principaux opérateurs sont l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France, qui réalisent ensemble 51% de la valeur ajoutée et 53% de la production communautaire.³⁰ Les industries agroalimentaires sont aussi particulièrement développées en Grèce, au Danemark et en Hollande. L'industrie alimentaire est un secteur très diversifié, composé de grandes multinationales mais aussi de petites entreprises souvent familiales. Les principales sociétés alimentaires dans l'Union européenne, en termes de chiffre d'affaires, se localisent essentiellement au Royaume-Uni (Unilever, Diageo, Cadbury-Schweppes), en France (Danone) et aux Pays-Bas (Heineken).

Les entreprises de l'industrie agroalimentaire revendiquent généralement la maîtrise complète de la filière : elles sont donc un acteur incontournable de la transformation et de la production agricole.

Si les firmes d'agrofournisseurs sont connues, les grandes entreprises de production agricole, souvent de forme coopérative, le sont moins. Leurs activités sont diverses, elles font de la recherche en génétique, fournissent le matériel et les aliments, assurent l'abattage, la transformation et la distribution. Ces entreprises sont donc des organismes puissants qui mailent véritablement les territoires agricoles et déterminent les productions selon leur propre orientation. Leur poids économique est considérable. Par exemple en France, Terrena et Coopagri Bretagne ont à elles deux un chiffre d'affaires annuel de 4,5 milliards d'euros.

29. Industrie, commerce et services, Jean Lienhardt, Statistiques en bref, Eurostat, 2004.

30. Eurostat, L'industrie alimentaire en Europe. Statistiques en bref : industrie, commerce et services, Jean Lienhardt, 2004.

L'émergence de ce système coopératif dans les années 1960 a été vécue comme un soulagement par de nombreux producteurs. Dans le contexte d'intensification de la production, se libérer de tous les problèmes de la vente leur a permis de se concentrer uniquement sur les activités de production et d'assurer la constance de leur productivité désormais nécessaire à leur revenu.

Cependant, avec la globalisation des marchés induisant des changements stratégiques de la part des coopératives, le producteur tend à être un rouage d'un très vaste système. Il ne gère qu'une toute petite partie de l'activité globale de production. Il n'a plus en charge, ni le choix des aliments pour les productions animales, ni le choix des intrants pour les productions végétales, puisque c'est la coopérative qui supervise tout. Le choix des variétés et races lui échappe également, car la nature de la production doit correspondre à la demande du groupe. Par ailleurs, il ne suit pas son produit jusqu'au bout. Cet ensemble d'évolutions est assez ambivalent, à la fois efficace et déresponsabilisant.

La grande distribution

Les enjeux dans la distribution sont considérables car si l'alimentaire n'est qu'une part des produits distribués, il nécessite des achats fréquents. La puissance des grands distributeurs est représentative de la tendance lourde à la concentration des filières. D'après la FAO, dans les pays de l'Union européenne et aux États-Unis, les cinq plus gros distributeurs détiennent entre 30 et 96% de la distribution alimentaire générale.³¹ En Europe, la grande distribution est aujourd'hui l'acteur majeur de la vente des produits alimentaires au consommateur, contrôlant 50% à 90% du commerce de détail.³²

L'exemple de Carrefour est significatif : le groupe est l'un des plus puissants au niveau mondial. Deuxième distributeur mondial et premier distributeur européen, il ne lui reste que très peu de parts de marché à investir dans les pays riches ; et d'autant moins que le pouvoir d'achat stagne et que les producteurs sont déjà intégrés dans le système global.

31. FAO (2004), La situation des marchés de produits agricoles, 2004.

32. Rastoin JL, Projet « Système Alimentaire Mondial », Académie d'agriculture de France, Décembre 2004.

Le groupe a donc entrepris un mouvement d'extension internationale vers les pays du Sud : déjà présent dans plus de 30 pays, Carrefour va, selon son PDG, « accélérer les couvertures : 11 magasins à Taïwan contre un seul en 2007, 12 au Brésil, 16 en Colombie et 20 en Chine. »³³

Comme sur tous les marchés saturés où la concurrence s'exacerbe, les firmes développent alors des stratégies de réduction des coûts, de croissance externe, qui développent la concentration et l'internationalisation. Ces deux premières stratégies ont contribué à détériorer les relations entre ces acteurs distributeurs et leurs fournisseurs. Par ailleurs la grande distribution a plusieurs effets retours sur l'amont de la filière : elle renforce le schéma productif ainsi que la normalisation des produits, modèles économiques devenus incontournables dans le milieu commercial.

La part de marché de la grande distribution se double depuis le début des années 90 d'un phénomène de concentration intensive dans ce secteur à travers une multiplication de fusions et d'acquisitions. Le secteur se compose de grandes enseignes multinationales, qui se déclinent ensuite en franchises, « petites et moyennes surfaces » que l'on retrouve essaimées sur tout le territoire européen.

En somme, encore plus que leur taille, c'est la main-mise de ces acteurs sur le marché qui les rend incontournables. Quelques chiffres parlants : en Europe, les cinq plus grands distributeurs nationaux représentent plus de 70% des parts de marché de la distribution alimentaire dans huit pays en 2005 : 70% en France et en Allemagne, 79% en Autriche et en Estonie, 82% en Slovénie, Irlande et Suède, et 95% en Finlande. Les chiffres pourraient être déclinés nationalement. Citons la Belgique, où les quatre leaders de la distribution non spécialisée (Carrefour, Colruyt, Delhaize Le Lion et Aldi) se partagent 79,4% du marché, en 2007, tous produits confondus. En France, les « sept mercenaires » Auchan, Carrefour, Casino, Cora, Intermarché, Leclerc et Système U se partagent le gâteau. Dans un tiers des zones de chalandises, un de ces groupes est en situation de monopole, dans un autre tiers, les groupes en situation de duopole ne se font pas la guerre, seul le dernier tiers serait pleinement concurrentiel. Ce « Yalta des prix » a été dénoncé par l'association de consommateurs UFC-Que choisir, selon la-

33. Déclaration de M. Duran, PDG de Carrefour, dans un article de Nathalie Brafman paru dans le journal *Le Monde* du 11 juillet 2008. Cité dans *Les circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires*, article « Une optique internationale : circuits courts, mondialisation et re-localisation de l'économie », M. Humbert et O. Castel, éditions Educagri, 2008.

quelle ces « petits arrangements entre amis » gonfleraient les prix de 20 %.

Ainsi, la domination du marché par les géants de la distribution leur donne une grande capacité d'influence à la fois sur les filières de production et sur les habitudes de consommation, ce qui leur confère aussi un certain poids dans la prise de décisions politiques.

Paradoxalement, ce mouvement de concentration en contexte mondialisé promeut des filières relativement courtes. En effet, le couple grande exploitation – grande distribution se déclinant en une multiplicité d'enseignes (des hypermarchés aux supérettes, en passant par les magasins discount et les supermarchés) est typique de ce modèle. Mais on est bien loin de la notion de circuits courts telle qu'elle nous intéresse ici.

Centrales d'achats

La très forte puissance d'achat de la grande distribution se manifeste aussi par la concentration des achats des enseignes dans des centrales d'achats. Ces structures permettent à des magasins différents, relevant d'entreprises distinctes et n'appartenant pas au même groupe, de lier leurs forces d'achat face aux puissants fournisseurs que sont les groupes multinationaux. La tendance actuellement est au regroupement entre ces centrales pour former des « super-centrales d'achat », comme Coopernic (regroupant les français Leclerc et Système U, le Belge Colruyt, l'Italien Conrad, le Suisse Coop et l'Allemand Rewe) ou EMD (European Marketing Distribution, regroupant 15 groupes présents dans 21 pays européens).

A cela s'ajoutent des plates-formes mondiales d'approvisionnement en ligne, comme Global Net Xchange et WorldWide retail Exchange, qui calculent le niveau des offres les moins chères après un appel d'offres mondial. Les deux places ont fusionné en 2005 pour presser davantage leurs 8000 fournisseurs et imposer des standards d'échelle mondiale pour certains produits. Selon elles, ce serait 45% de la grande distribution mondiale qu'elles contrôleraient.

Ces structures sont pour la plupart basées à Genève pour échapper à la réglementation de l'Union européenne sur la concurrence.³⁴

34. J.L Rastoin, Le système alimentaire est-il soluble dans le développement durable ?, colloque SFER : Les institutions du développement durable des agricultures du Sud, Montpellier, 7-9 novembre 2005.

Acteurs satellites

Aux principaux maillons décrits plus haut s'ajoutent d'autres acteurs indispensables au fonctionnement en circuit long.

Les sociétés de services de transport et de logistique, permettent aux denrées d'être acheminées tout au long de la filière. En effet, la division internationale du travail et la délocalisation de la production impliquent parfois que les trajets, nécessaires pour rassembler les différents composants d'un produit et le livrer aux clients, soient énormes en distance.

Par ailleurs, le modèle des circuits longs favorise la présence dans les rayonnages européens de produits standardisés, avec une tendance forte à l'homogénéité de l'offre de produits quelle que soit la saison. Cela suppose des importations, d'une part, lors des saisons naturellement creuses de ces produits (fruits et légumes en particulier), d'autre part, du fait de la politique de bas prix qui incite à aller chercher la marchandise là où son prix brut est le moins élevé.

Autre secteur s'ajoutant à la filière longue : les industries « hors agroalimentaire », notamment pour l'emballage. L'industrie agroalimentaire est le premier client des sociétés productrices d'emballage. En effet, les emballages sont doublement nécessaires dans le cadre des filières longues : pour le transport (ils doivent préserver la qualité et l'intégrité des produits en dépit des transports et temps d'entrepôts) et pour l'information du consommateur (nature et composition du produit, origine, marque et logo etc.).

Les agences de marketing, publicité et communication sont, elles-aussi, des prestataires très présentes sur ce marché. Ces entreprises travaillent à chaque niveau de la chaîne, en proposant non seulement des études marketing, des publicités et stratégies média, mais en assurant aussi les relations presse, relations publiques et la communication de crise. Cette dernière s'est fortement développée ces dernières années, avec la multiplication des scandales alimentaires et épidémies dans les élevages (ESB, listériose, dioxine, fièvre aphteuse, etc.) qui, quoique très médiatisées, ne sont pas toujours clairement expliquées au consommateur, notamment quant à leur impact sur la santé.

Dans le sillage de ces crises, les contrôles sanitaires se sont développés de façon très importante. L'évaluation des risques sanitaires et la gestion

de ces risques sont à présent des domaines distincts, afin de respecter le principe de précaution.³⁵ Les agents vétérinaires, dépendant de diverses structures selon les pays de l'Union, sont donc des acteurs de poids dans la bonne marche de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, qui peuvent intervenir à diverses étapes de la filière.

Enfin, les pouvoirs publics, aux niveaux local, régional, national et européen ont un rôle primordial, à toutes les étapes. Ils décident des orientations de la politique agricole, attribuent les aides aux producteurs ; régissent les règles de commerce, les normes industrielles, les normes sanitaires, etc. Ils déterminent le cadre dans lequel s'épanouit le modèle alimentaire de type agro-tertiaire, dont sont issues les filières longues : ils privilégient la concurrence comme modèle régissant le secteur alimentaire, avec comme corollaire la concentration des entreprises sur les marchés de matières premières agricoles.

et LE GOÛT DANS tout ça ?

Les produits se sont standardisés à mesure que les filières se sont taylorisées et allongées. Prenons l'exemple des fruits et légumes.

La maturation naturelle des fruits et des légumes est liée à la production d'éthylène, phénomène spécifique aux plantes. L'éthylène déclenche toute une série de processus biochimiques responsables, d'une part, du développement de l'arôme et de la saveur, et de la production de substances précieuses comme les vitamines et les sucres, d'autre part du processus de décomposition qui entraîne leur ramollissement.

Des fruits et légumes mûrs sont trop délicats pour résister à de longs transports routiers sans dommages. Pour éviter ce problème, on les cueille encore verts. Après un transport sous réfrigération, ils sont gazés à l'éthylène de manière à déclencher ou accélérer le processus de maturation. Mais cette manière de faire ne préserve pas la qualité du goût...Qui n'a jamais goûté de tomates insipides ?

35. Cf. définitions

Autre solution : la sélection des espèces, complétée par des modifications génétiques, permettent de retarder le processus de dégradation, donc rendant possible une meilleure conservation après la récolte et des transports de longue durée. Ainsi, on peut cueillir les fruits et les légumes à maturité mais leurs qualités intrinsèques sont affectées. La tomate, dont la durée de vie après cueillette s'est allongée de trois semaines dans les années 1980, perd dans ces processus ses apports en vitamine C et donc ses qualités gustatives. Quand aux fraises, leur pouvoir antioxydant s'en trouve divisé par trois.

D. Alimentation et environnement

Nos modes de production et choix de consommation ont des impacts environnementaux indéniables. Augmenter les rendements, spécialiser chaque région agricole, transporter des denrées sur de longues distances... à travers toutes ces étapes, les filières alimentaires contribuent à l'érosion de la biodiversité sauvage et domestique, et aux émissions massives de gaz à effet de serre responsables des changements climatiques. Ce qui fait dire à Achim Steiner³⁶ que « nous allons dans le mur d'ici 30 ans si l'agro-industrie poursuit la maximisation de la production au coût le plus bas. (...) Il y a une ignorance collective sur l'interaction entre l'agriculture et les systèmes naturels, et ceci doit changer. »

1. Atteintes à la biodiversité³⁷

Les êtres humains ont de tout temps utilisé les milieux naturels pour répondre à leurs besoins. Manger, c'est donc influencer sur le monde, l'environnement, les paysages, et sur les sociétés. Les principales causes de l'érosion de la biodiversité en lien avec nos habitudes alimentaires sont pour bonne part liées aux modes de production alimentaire :

Prélèvement intensif des ressources

Les ressources halieutiques sont l'illustration parfaite des dommages que peut causer un prélèvement abusif des ressources : « aujourd'hui on estime que 70 % des stocks de poissons sont menacés. Les mers se vident de leurs ressources halieutiques et la responsabilité de ce désastre écologique est très simplement identifiable » : augmentation de la consommation des pays riches, techniques de pêche de grande ampleur, destruction des lieux de reproduction.

36. Directeur du Programme des Nations Unies pour l'environnement, et protagoniste du rapport de l'IAASTD.

37. On s'appuie ici en partie sur le document Des fraises au printemps, dossier de presse de la Fondation Nicolas Hulot, 2009. Plus d'informations sur le site de la campagne. Des fraises au printemps, pour se nourrir dans le respect de la nature et des hommes <http://www.defi-pourlaterre.org/fraise/home.html>

Le poisson d'élevage n'est pas en soi un remède à la surpêche, « *puisque'il faut pêcher les poissons pour nourrir ceux des bassins d'élevage (...) En moyenne, il faut 3 à 4 kilos de poisson pour obtenir 1 kilo de poisson comme le saumon. Il en faut 2 à 3 kilos pour produire 1 kilo de crevettes.* »

Destruction des milieux et déforestation massive

Les terres agricoles tendent à remplacer les forêts tropicales naturelles, qui sont pourtant de précieux réservoirs de biodiversité : elles « abritent à elles seules 50 % de tous les vertébrés et 60 % des essences végétales » et jouent un rôle vital d'un point de vue écologique, culturel, et même industriel (santé, médicaments...).

Les terres agricoles qui les remplacent ne fournissent généralement pas des cultures vivrières mais sont destinées bien plus souvent à répondre aux besoins des pays industrialisés.

Le continent européen n'est pas épargné par l'érosion de la biodiversité : la Commission européenne, notamment, a publié en juillet 2009 un rapport alarmant sur l'état de la biodiversité à travers l'Europe. Il y apparaît que de nombreuses espèces sont menacées ; les ONG environnementales s'accordent à souligner la responsabilité de la Politique Agricole Commune en la matière.³⁸

Uniformisation des espèces animales et végétales

La diversité de produits dans les rayons des grandes surfaces ne traduit pas la préservation de la biodiversité et de la variété des goûts. L'industrie agro-alimentaire se base sur un nombre très limité d'espèces animales ou végétales, au détriment de variétés de fruits, de légumes et de races d'animaux qui forment un patrimoine séculaire nommé « biodiversité domestique ». Les espèces sélectionnées par l'agro-industrie le sont pour leurs caractéristiques de production (croissance rapide, haut rendement...) ou technologiques (conservation, résistance aux transports, ca-librage...).

38. Rapport de la Commission européenne Composite Report on the Conservation Status of Habitat Types and Species as required under Article 17 of the Habitats Directive, 13 juillet 2009.

L'UNIFORMISATION DES ESPÈCES - QUELQUES EXEMPLES

On estime qu'il existe environ 7000 variétés de tomates dans le monde ; pourtant nous n'en mangeons le plus souvent pas plus de cinq.³⁹

Malgré les 6 000 races d'animaux d'élevage de bétail et de volailles, seules aujourd'hui 3 races bovines assurent 98 % de la production mondiale bovine de viande et de lait.⁴⁰

Quant au blé, alors que l'on disposait de milliers de variétés il y a tout juste un siècle, elles ne sont aujourd'hui plus que quelques dizaines.⁴¹

Cet appauvrissement conduit non seulement à une perte de biodiversité, donc à la perte d'un énorme patrimoine naturel et culturel (savoir-faire, traditions culinaires, etc.) mais aussi à une fragilisation des productions face aux aléas du climat dont on sait qu'ils s'accroîtront avec le changement climatique en cours. La disparition des variétés traditionnelles entraîne ainsi un risque d'instabilité alimentaire mondiale. Les variétés dont on dispose aujourd'hui ont été sélectionnées pour les besoins de l'agriculture intensive. Elles sont, pour la plupart, incapables de produire suffisamment sans intrants chimiques et sans pesticides. Elles sont donc totalement dépendantes des énergies fossiles. La perspective d'une possible crise énergétique suppose de recréer des solutions alternatives qui à l'heure actuelle n'existent plus.

Utilisation intensive des produits phytosanitaires

Utilisés pour éliminer les organismes ravageurs des cultures, les produits phytosanitaires ne se concentrent malheureusement pas uniquement sur cette fonction. Ils s'accumulent dans la nature, polluant le sol, les eaux et les êtres qui y vivent. En remontant tous les maillons de la chaîne alimentaire, ils touchent ainsi aussi bien les insectes pollinisateurs, que les oiseaux ou les mammifères, et l'homme bien sûr.

39. BOTAYA Alexis, Le guide de l'écofood, Ed. Minerva, 2008.

40. Des fraises au printemps, dossier de presse de la Fondation Nicolas Hulot, 2009.

41. Réseau International URGENCI. Projet Redéploiement de la biodiversité dans les AMAP. [http://www.urgenci.net/uploads/paragraphe/documents/URGENCI_BIODIVERSITE.pdf]

D'autre part, les pathogènes (bactéries, virus...) s'adaptent à ces traitements phytosanitaires : les milieux naturels écotent de maladies de plus en plus résistantes. Les régions européennes qui ont connu les simplifications d'assolements les plus radicales depuis les années 1970 et celles où se concentrent les élevages hors-sol, sont aussi celles qui aujourd'hui font face à des problèmes aigus de pollution de l'eau, de l'air et du sol, de perte de diversité génétique, de baisse du niveau des nappes phréatiques. La situation est particulièrement préoccupante en Flandre, Pays-Bas, Nord de l'Allemagne, Bavière, la plaine du Pô, la Bretagne, la Galice, l'Est de la Grande-Bretagne et le Danemark.⁴²

Ces impacts sont présents à toute échelle, à court et long terme : la pollution coûte cher, de manière directe (frais de dépollution...) ou indirecte (construction et entretien d'infrastructures d'importation de l'eau ; baisse de fréquentation des zones touristiques ; eutrophisation des sols et donc baisse de leur fertilité...)

80%

C'est le pourcentage d'espèces végétales dont la reproduction dépend directement des insectes pollinisateurs. Plus précisément, la plupart des cultures fruitières, légumières, oléagineuses ou protéagineuses dépendent des abeilles pour se reproduire. Rapportée au tonnage, c'est 35% de la production mondiale de nourriture qui serait menacée par la raréfaction des abeilles.

Plusieurs recherches récentes ont montré un déclin voire un effondrement des populations d'abeilles sauvages et domestiques. C'est probablement la synergie de ces perturbations qui cause le phénomène : infections parasitaires ou virales, présence de pesticides dans l'environnement des ruches, pollution des écosystèmes par des substances toxiques, raréfaction des plantes qui fournissent nectar et pollen, changements climatiques...

Source : Le déclin des populations d'abeilles et ses conséquences, Portail de la science du Ministère français de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur. [www.sciences.gouv.fr]

42. Id.

Uniformisation du paysage

Le développement de l'agriculture tel qu'il a été mené ces dernières décennies a entraîné de profondes modifications des paysages : parcelles plus grandes et uniformisées, raréfaction des haies, des bosquets, qui sont aussi des refuges essentiels pour la biodiversité.

En Europe, les mesures agro-environnementales de la Politique Agricole Commune reviennent peu à peu sur cette tendance, en encourageant par exemple la réimplantation de haies, mares, etc. L'activité agricole peut alors pallier l'érosion de la biodiversité et ainsi contribuer à prévenir les risques naturels tels que l'érosion des sols, les inondations, les incendies. Les répercussions économiques de ces externalités sont évidentes : prévenir le risque naturel coûte moins qu'en réparer les dégâts.

2. Le changement climatique dans notre assiette

Production et gaz à effet de serre

De la fourche à la fourchette, mais aussi de la mer à l'assiette, on estime que le secteur agro-alimentaire est responsable d'un tiers des émissions de gaz à effet de serre à l'échelle mondiale, ce qui en fait le troisième secteur émetteur, après l'industrie et l'énergie. En Europe, l'agriculture représente actuellement en moyenne 10% des émissions des gaz à effet de serre⁴³, avec de très fortes disparités selon les pays. Du champ à l'assiette, mais aussi de la mer à l'assiette : le secteur de la pêche nécessite lui-aussi de grandes quantités d'énergie.

Trois gaz principalement sont en cause :

- > Le dioxyde de carbone (CO₂), conséquence de la combustion d'énergie fossile pour faire fonctionner les machines agricoles, les serres, les bâtiments, etc., et conséquence des changements d'affectation des terres ;
- > Le protoxyde d'azote (N₂O), qui provient des engrais azotés utilisés pour maximiser les rendements ;

43. Agriculture, effet de serre et changement climatique, Réseau Action Climat France RAC-F, 2005. www.rac-f.org

> Le méthane (CH₄), dont l'augmentation de la concentration dans l'atmosphère est due principalement à l'élevage (digestion des ruminants) et à l'utilisation de combustibles fossiles.

Les écosystèmes sont interdépendants : ainsi le changement climatique est une menace pour la biodiversité et pour la production agricole. L'augmentation des températures, la modification du régime des pluies, mais aussi les sécheresses et autres événements extrêmes plus fréquents, rendront les rendements agricoles plus aléatoires. À cela s'ajoutent les migrations plus rapides de pathogènes, problématiques pour les cultures et les élevages.

L'impact du transport et de la consommation hors-saison

Ces dernières décennies, « *les habitudes alimentaires du consommateur européen se sont considérablement modifiées. Les quantités que nous mangeons et buvons ont peu changé, passant de 735 kg par personne en 1970 à 770 kg par personne en 2000 (+5 %).* »⁴⁴ Cependant la composition du régime alimentaire a connu de profondes modifications, dans les modes de production et de distribution des denrées alimentaires. Les consommateurs européens mangent aujourd'hui plus de fruits et légumes, de viande de porc et de poulet, de poissons et de fruits de mer, de fromage ; moins de pommes de terre, de lait et de viande bovine. Ces changements ont pour cause des évolutions de la société et de la cellule familiale ; mais aussi un bouleversement des marchés. En 1960, une épicerie proposait 2000 produits différents ; aujourd'hui un supermarché en propose plus de 15000. L'offre s'est de plus fortement homogénéisée tout au long de l'année.⁴⁵

La saisonnalité des produits est donc peu perceptible dans les rayons des magasins. Cela a de fortes conséquences en matière d'émissions de gaz à effet de serre (GES).

Les légumes consommés hors de leur saison de culture locale nécessitent en effet beaucoup plus d'énergie pour leur production ; ils émettent alors plus de GES que les produits de saison cultivés en pleine terre, à cause du

44. Household consumption and the environment, rapport de l'Agence Européenne de l'Environnement, EEA Report No 11/2005. Disponible sur : [http://reports.eea.europa.eu/eea_report_2005_11/en]

45. Id.

transport ou de l'énergie nécessaires pour chauffer les serres. À titre d'exemple, il faut consommer environ 100 fois plus d'énergie pour produire un concombre sous serre qu'à ciel ouvert.⁴⁶

On estime que la culture de fruits et légumes sous serre chauffée et le transport de ces mêmes produits par avion sur une distance de 4000 à 8000 km nécessiteraient la même quantité d'énergie.⁴⁷

Ce modèle de consommation a engendré une intensification des circuits de distribution des denrées alimentaires. Le transport est devenu l'un des principaux impacts environnementaux de la consommation alimentaire. L'allongement des circuits de transformation-distribution des aliments contribue à l'explosion des transports eux-mêmes fortement impliqués dans les rejets de gaz à effet de serre (GES).

VOLUMES DE QUELQUES ALIMENTS ARRIVANT SUR LE MARCHÉ BELGE EN AVION

ananas	100 000 par semaine
feuilles de menthe	6 à 10 tonnes par jour
cabillaud	7,5 à 10 tonnes par jour
fraises	80 tonnes par semaine
Raisin blanc	80 tonnes par semaine

Source : Observatoire bruxellois de la consommation durable, *Combien de kilomètres contient une assiette ?*, avril 2006.

Pour les trajets intra-européens, la majorité des produits sont transportés vers les unités de production puis vers les centrales des magasins par camions. La route demeure le premier vecteur de transport pour les trajets au sein de l'Union européenne. Les transports par voies ferroviaire et fluviale restent en retrait par rapport à la voie routière.

L'augmentation du trafic routier, notamment, est donc une conséquence en partie de nos choix alimentaires. Plus un aliment est transformé, plus

46. Soit 0,0076 litres de fuel par kilo de concombre cultivé à ciel ouvert contre 0,87 litres de fuel par kilo de concombre cultivé en serre chauffée. Household consumption and the environment, op.cit.

47. Fruits et légumes locaux et de saison, étude du CRIOC, 2006.

il nécessite d'énergie entre sa production et sa finalisation, pour les transformations en elles-mêmes mais aussi pour le transport d'une étape à l'autre. Une étude du Cemagref (France) estime qu'un produit alimentaire a voyagé en moyenne 780 km avant d'atteindre le caddie de la ménagère.⁴⁸ Au premier rang des produits si gourmands en énergie se trouvent les articles congelés ou surgelés, dont la production et le transport demandent jusqu'à dix fois plus d'énergie que leurs équivalents frais.⁴⁹

Du côté des importations européennes, une part très écrasante s'effectue par la voie maritime, ce qui est un moindre mal. Le transport par avion n'en est pas moins en constante et forte augmentation⁵⁰, afin d'assurer le plus rapidement possible aux consommateurs une offre constante et variée de denrées produites aux quatre coins du globe. Or le transport par avion est particulièrement émetteur de gaz à effet de serre, sans même compter les émissions de vapeur d'eau, qui contribuent à la formation de traînées et cirrus, dont on estime encore mal l'impact sur le réchauffement climatique.

À titre d'exemple, le transport vers l'Europe d'un kilogramme d'ananas du Ghana ou de laitue de Californie rejette 5 kg de CO₂. En comparaison, le transport du même ananas par bateau engendre environ 50 g d'émissions de CO₂.

Au final, le nombre de kilomètres nécessaires à l'acheminement des aliments peut atteindre un niveau très élevé, ce qui a un impact environnemental phénoménal. Un exemple : la société Young's Seafood, qui pêche des langoustines en mer d'Écosse, a cessé de les faire transformer à proximité et a délocalisé ce processus de transformation. Ainsi les langoustines écossaises sont débarquées pour être congelées, puis réembarquées sur des porte-containers en direction de la Thaïlande, où elles sont décortiquées, avant de repartir vers l'Écosse pour y être cuites, et vendues. Ce qui fait un total de 27000 kilomètres, soit 600 à 900 tonnes d'équivalent CO₂ émises par le transport annuel de 400 à 600 tonnes de crustacés.⁵¹

48. Le transport frigorifique routier en Europe, Jacques Guilpart, Alfred Guallar, Cemagref, 2003.

49. Une Vérité qui dérange, documentaire de Davis Guggenheim, 2006.

50. Depuis 1992, on enregistre une augmentation de 140 % du transport aérien des produits alimentaires. L'Impact de nos choix alimentaires sur l'environnement, Joëlle Van Bambeke, Bruxelles environnement, 2006.

51. Le Canard Enchaîné, 6 décembre 2006 et Marianne n°604, 15 novembre 2008

**EXEMPLE POIDS DE CO₂ ÉMIS POUR UNE TONNE D'ALIMENTS
TRANSPORTÉS, SUR UN KILOMÈTRE**

Bateau 15 à 30 g /tonne km

Train 30 g/tonne km

Voiture 168 à 186 g/tonne km

Camion 210 à 1430 g/tonne km

Nb : un camion frigorifique émet jusqu'à 800 g CO₂/tonne km de plus qu'un camion non réfrigéré

Avion 570 à 1580 g/tonne km

Source : DEFRA (Department for Environment Food Rural Affairs) The Validity of Food Miles as an Indicator of Sustainable Development, 2005.

Enfin, en bout de chaîne de distribution, le consommateur a lui-même un impact environnemental variable selon son propre mode de déplacement. Or on peut estimer que « faire ses achats dans un hypermarché de périphérie engendre quatre fois plus de pollution et de nuisances qu'acheter les mêmes provisions à 500 mètres de chez soi. »⁵²

Le poids de l'emballage

Les emballages posent des problèmes de gestion des déchets et de gestion des ressources naturelles, puisque leur fabrication consomme une fraction significative des matériaux « de base » que nous produisons (acier, aluminium, plastiques, etc.) et que cette production de matériaux est responsable de 70% à 80% des émissions de l'industrie.⁵³

52. Cf. L'hypermarché, le caddie et le congélateur, Philippe Bovet – Le Monde Diplomatique, mars 2001.

53. Alimentation écologique : le plaisir d'une société durable, Patrick Dupriez – Etopia, 2005.

QUELQUES CHIFFRES SIGNIFICATIFS :

En Europe, environ un tiers des déchets qui gonflent nos sacs à ordures sont des emballages.

Chaque Européen génère chaque année 160 kg de déchets d'emballage dont 2/3 sont d'origine alimentaire.⁵⁴

En Belgique, en trente ans, le volume des déchets d'emballage a été multiplié par cinq, voire par cinquante pour certains matériaux comme le plastique.⁵⁵

De plus cela a nécessairement des répercussions sur le prix au consommateur. Dans le secteur alimentaire, l'emballage représente souvent 20% du prix du produit fini.⁵⁶ Ce chiffre peut monter plus haut : il s'élève par exemple à 80% pour une bouteille d'eau. Le consommateur paye les emballages lorsqu'il achète des produits mais également pour le traitement de ces déchets, via les impôts, la taxe communale sur les déchets, le sac payant, etc.

De nombreux produits sont suremballés. Cela peut être lié à des techniques commerciales visant à imposer la quantité achetée : par exemple dans le cas de fruits pré-emballés dans des barquettes de polystyrène et de film plastique. Cela peut être aussi lié à des changements des comportements d'achats et des évolutions sociétales. La vogue des emballages individuels, les miniportions et les plats préparés ou prêts à consommer en sont quelques exemples. Quant aux produits bio, leur emballage est une exigence des distributeurs, afin de les distinguer des produits non bio.

La question est bien sûr toujours de savoir à quel point c'est la demande de produits qui conditionne l'offre et vice-versa. Certes la hausse des ventes en produits alimentaires emballés individuellement est liée à une demande en la matière, à l'aspect pratique de ces produits pour certaines personnes. Mais on peut aussi penser que le consommateur plus informé pourra être responsable, critique, et moduler ses habitudes si des raisons

54. Tout avoir sur l'éco-consommation, dossier de l'ADEME, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie, 2007.

55. Halte au suremballage !, enquête du CRIOC et du Réseau Éco-consommation, avec le soutien du Ministère wallon de l'Environnement, 2005

56. Id.

qu'il peut considérer valables (financières, environnementales...) sont mises en évidence.

II. Des circuits courts Pour une consommation responsable

a. INDUSTRIELS VERSUS AGRICULTURE PAYSANNE ?

Accroître la sécurité alimentaire dans le monde, évoluer vers des modes d'alimentation durables : tout cela nécessite d'évoluer vers des productions et circuits plus localisés, de faire le choix de systèmes moins impersonnels, plus territorialisés et ancrés dans des communautés dynamiques. Dans cette construction, les circuits courts de commercialisation ont une place de choix, tant ils se dégagent du modèle concurrentiel qui actuellement domine le marché.

Qu'on ne se méprenne pas ! En donnant la priorité à des productions locales, on ne cherche évidemment pas à abolir tout commerce extérieur, ni à empêcher l'accès des habitants du Nord aux produits exotiques, ni encore à éliminer toute forme de projets d'échanges Nord/Sud. Le but n'est pas non plus ici de stigmatiser les filières comptant plus d'un intermédiaire... Circuits courts et circuits longs ne s'opposent pas par nature ; si opposition il y a, elle se trouve bien plus entre circuits territorialisés (qui peuvent être courts ou longs) et circuits globalisés. La diversité est un atout, dans la mesure où elle valorise le triangle produits/populations/territoires et qu'elle permet le développement d'activités non délocalisables, car liées aux ressources et savoir-faire spécifiques d'un terroir.

Le but ici est d'envisager d'autres modes de gouvernance des filières alimentaires. L'idée que l'essor du commerce profite à tous est un mythe, il faut le renverser.⁵⁷ Promouvoir les circuits courts, c'est rechercher un équilibre plus sain entre le commerce international et la production locale, chercher à limiter l'agro-business qui nuit au développement des pays du Sud, qui fait entrave aux Objectifs du Millénaire pour le Développement

57. Helena Norberg-Hodge, Todd Merrifield, Steven Gorelick, *Manger local, un choix écologique et économique*, Ed. Écosociété, 2005.

et à l'exploitation durable des ressources. Il s'agit aussi de comprendre que le prix des denrées que nous achetons au terme des filières globalisées est rarement le reflet fidèle de leurs coûts véritables, pour l'environnement, pour les sociétés.

B. DÉFINITION ET TYPOLOGIE DES CIRCUITS COURTS

Avant tout, à quoi se réfère-t-on lorsque l'on parle de « circuits courts » ? Selon la définition communément admise, les circuits courts impliquent au maximum un intermédiaire ; exception faite de la restauration collective, qui peut compter quelques intermédiaires supplémentaires et être toujours considérée « en circuit court », du fait de son impact sur l'agriculture du territoire qu'elle dessert. La palette de ces filières est donc variée :

	Type de vente	Définition
Vente Directe	Vente sur le lieu de production	Vente directe à la ferme (produits bruts ou transformés issus de l'exploitation) Vente par cueillette
	Vente en « paniers »	Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs (PLSPC) : Vente correspondant à une entente autour d'un acte d'achat entre un ou plusieurs producteurs et un groupe de consommateurs, pour un approvisionnement régulier en produits sur une durée déterminée. Différents noms selon les pays : GAS (Belgique et Italie), AMAP (France, Roumanie), CSA (Royaume-Uni), etc. Paniers préparés par les producteurs et mis en dépôts-vente dans des commerces. Chantiers d'insertion par la production : par exemple, des paniers de légumes bio sont produits par un chantier d'insertion en zone périurbaine. Les adhérents solidaires s'inscrivent à un abonnement an-

vente directe	Point de vente collectif	Des producteurs s'associent pour commercialiser leurs produits en direct. La notion de remise directe se traduit par trois principes : pas d'achat – revente de produits, pas de rémunération qui puisse apparaître comme un intéressement, vente au consommateur effectuée par un producteur.
	Vente sur les marchés de plein vent et sur les manifestations ponctuelles	Marchés, marchés de producteurs et marchés à la ferme, foires, salons etc.
	Autres modes de commercialisation	Dépôt/vente, fermes auberges, vente en tournée, vente à domicile, etc.
vente indirecte	Restauration	Restauration collective publique et privée : établissements scolaires, crèches, entreprises, maisons de retraite, hôpitaux, etc. Restauration traditionnelle
	Artisans/Commerçants	Les produits sont transformés et vendus par des artisans-commerçants (bouchers, boulangers, traiteurs, etc.)
	Distributeurs	Commerces spécialisés, épiceries, Grandes et Moyennes Surfaces, etc. Les producteurs peuvent se regrouper pour créer une marque territoriale : meilleure identification leurs produits.

Au sein de ce large spectre, on se concentrera au cours de ce cahier sur certaines filières plus particulièrement, car elles présentent trois caractéristiques marquantes des circuits courts⁵⁸, soit :

(1) **Un intermédiaire maximum** : un des objectifs principaux revendiqués par les acteurs des circuits courts est que le producteur soit le premier bénéficiaire de la vente de ses produits. Ainsi, on cherche à éviter un maximum d'intermédiaires commerciaux qui contribuent à diminuer drastiquement la marge bénéficiaire du producteur et répercutent directement ces surcoûts de commercialisation sur le prix du consommateur. Cela ne signifie pas que les prix soient inférieurs de très loin à ceux des circuits traditionnels (en revanche les études comparatives entre produits bio issus de circuits courts et de circuits longs concluent dans la majorité des cas à de nets avantages pour les filières courtes) : la différence est surtout que le consommateur a affaire à une filière transparente : « il sait où va son argent ».

(2) **Des échanges monétisés** : on ne se référera donc pas ici à l'auto-production, aux jardins collectifs et jardins ouvriers, trocs, etc.

(3) **Une proximité entre producteurs et consommateurs**. Cette proximité est double : relationnelle et géographique :

> L'aspect géographique est difficile à préciser, il serait très hasardeux de définir un périmètre kilométré au-delà duquel la production ne serait plus « de proximité ». Cela dépend des conditions agronomiques, climatiques des régions et donc des possibilités en termes de production agricole. Sans définir un tel critère de manière stricte, il reste que la notion de production en circuit court est liée à un souci pour la consommation de produits locaux, saisonniers, autant que possible. C'est un point important car cela a des conséquences pour le développement local et la territorialisation de l'alimentation.

> La proximité relationnelle fait référence à la recherche de relations sociales et d'échanges construits autour de l'alimentation. Gilles Maréchal parle à ce propos d' « appétit de relations » ou de « mise en scène de la relation autour de l'aliment ». ⁵⁹ Évidente sur un marché de producteurs, l'interaction est aussi réinventée par protagonistes des autres circuits

58. MARECHAL Gilles (dir.), Circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires, Softagri, 2008.

59. Id.

courts : lettre du producteur accompagnant chaque panier livré, visites et entraide à la ferme, journées à la campagne, repas en commun, etc.

Cet aspect relationnel étant fondamental, la notion de circuit court ici développée n'inclura pas les débouchés classiques, comme la grande distribution ou ses déclinaisons en supérettes. Il est entendu que ce sont des clients souvent conséquents pour les produits locaux, surtout dans le contexte marketing de « terroirisation » des aliments. Le concept de food miles, ou kilométrage alimentaire, très valorisé en Grande-Bretagne notamment, a contribué à ce que certaines grandes chaînes d'alimentation fassent le choix d'un plus grand approvisionnement dans un rayon limité autour de leurs magasins ou centres de distribution.

Cependant, l'aspect relationnel y est souvent réduit à la simple apposition du nom du producteur sur le produit. De plus, qu'il s'agisse de denrées issues de circuits courts ou longs, les produits vendus en supermarchés sont traités sous le même angle du marketing et du prix, plus que des qualités intrinsèques ou son mode de production, arguments fondamentaux pour les producteurs et consommateurs faisant le choix des circuits courts.

À partir de ces critères, on se concentrera ici principalement sur :

- > les marchés de producteurs, ou marchés paysans, qui se distinguent par l'absence de revendeurs. Ces marchés sont généralement portés par les producteurs, mais aussi par les structures politiques locales, qui y voient l'occasion de dynamiser leur territoire ;
- > la vente à la ferme, qui peut être assortie de table d'hôte, ferme auberge... Il s'agit de vendre les produits fermiers sur leur site de production ;
- > les Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs (PLSPC). Ce sont des systèmes d'alliance entre producteurs et consommateurs. Un contrat est établi directement entre le producteur et chaque ménage partenaire, qui le plus souvent s'engage à acheter une part de la production pour la durée d'une saison entière. Ces structures, impulsées et portées par les citoyens, ne sont pas anecdotiques. Exemple en France : fin 2008, 1000 AMAP faisaient vivre 1600 producteurs et nourrissaient près de 250 000 personnes, pour un chiffre d'affaires estimé à 52 millions d'euros.⁶⁰

60. Source : Consoglobe.com

> les dispositifs de paniers, de deux types bien distincts : (1) les dispositifs de vente proches formellement des PLSPC, mais impliquant un moindre engagement, une démarche plus clientèle. La vente se déroule généralement dans le cadre d'un magasin ou encore d'une association, qui prend en charge la gestion des commandes et la permanence de distribution ; (2) les chantiers d'insertion dont la production peut être vendue en circuits courts sous forme de paniers vendus selon différentes modalités (abonnement annuel, commandes ponctuelles...).

> les points de vente collectifs. Ces boutiques sont gérées par des producteurs d'une même région, qui à tour de rôle se chargent de la vente des produits de tous les producteurs-adhérents. En Espagne (Andalousie) notamment, ces points de vente ont pris de l'envergure et prennent la forme de supermarchés de proximité directement gérés par les producteurs.

> la restauration collective en approvisionnement local ; généralement ce sont les cantines bio. L'Italie tout particulièrement, a mis en place, à grande échelle, une restauration collective bio de proximité considérée comme exemplaire en Europe.

C. UN CONTEXTE PORTEUR POUR LES CIRCUITS COURTS

1. Teikei et renouveau des circuits courts

« *Changer le monde, du moins localement* »⁶¹ : c'est bien l'essence des projets de circuits de commercialisation alternatifs qui émergent après guerre et se renforcent dans les années 1960. Les circuits courts prônent une économie locale, des rapports équitables. Ils sont une forme de consommation responsable, notion pour laquelle on peut retenir la définition élaborée par le Conseil de l'Europe : la consommation responsable est celle qui tient compte « *de son impact sur la qualité de la vie humaine, dans toutes ses dimensions : la santé, la gestion des ressources naturelles, l'économie, la gestion de l'espace, la qualité de l'environnement, la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale, la vie sociale, la culture, etc.* »⁶²

Le Japon fait figure de pionnier dans le (re)nouveau des circuits courts, avec l'exemple du système Teikei, partenariat local et solidaire associant un producteur et un groupe de consommateurs. Les Teikei sont nés dans les années 60, à la suite du décès de plusieurs personnes par contamination des métaux lourds dans l'alimentation (maladie de Minamata). Les mères de familles, ne sachant plus où acheter de la nourriture en laquelle elles aient totalement confiance, se sont alors regroupées et associées avec un paysan le plus près possible de chez elles : celui-ci s'engageait à leur fournir des denrées saines, diversifiées et de saison, en échange de quoi elles lui achetaient ses récoltes à l'avance pour se les partager.

Système marchand, les Teikei sont aussi devenu un lieu pour l'exercice de l'éthique, de la responsabilité, de la démocratie, s'appuyant sur les piliers solidarité et écologie. Aujourd'hui, les Teikei japonais représentent en termes de parts de marché autant que la distribution en circuits longs. Le

61. Yuna Chiffolleau et Benoît Prévost *Consommer local, Plus qu'une mode, une éthique ?* in Le Courrier de la Planète, n°87, mars 2009.

62. Assemblée parlementaire, Recommandation 1786, Pour une consommation alimentaire responsable. Texte adopté le 26 janvier 2007. Disponible sur : [\[http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc06/FDOC11010.htm\]](http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc06/FDOC11010.htm)

système a été repris dans d'autres pays : Community Supported Agriculture (CSA) aux États-Unis et en Grande-Bretagne, RECIPROCO au Portugal, GAS en Italie, Voedselteams et GASAP en Belgique, Amap en France, etc. Le concept est aussi en phase de lancement au Mali, au Togo, en Roumanie, en Russie, en République tchèque, et ailleurs. Nous y reviendrons.

L'exemple des Teikei est révélateur : si les circuits courts font aujourd'hui parler d'eux, c'est que le contexte socio-économique, à bien des égards, leur est favorable.

2. Évolutions du secteur agricole

L'essor des circuits courts est lié tout d'abord aux évolutions du secteur agricole.

Grâce à la mécanisation et une meilleure gestion du territoire, les gains de production ont permis d'augmenter les revenus des agriculteurs. Toutefois, les agriculteurs se retrouvent rapidement dans une situation de dépendance :

- > dépendance sur tout le processus de production ; achats de produits chimiques, semences, services vétérinaires ;
- > dépendance en aval de la production, pour la transformation et commercialisation.

L'investissement dans des techniques de plus en plus sophistiquées entraîne l'augmentation des coûts de production, tandis que l'industrie agro-alimentaire fait pression pour baisser les prix des matières premières et augmenter la valeur ajoutée des produits qu'elle transforme.

Face à des coûts de production élevés et des prix bas non-rémunérateurs, les agriculteurs sont incités à augmenter encore leur production pour assurer leurs revenus. Cela oblige de nouveau à investir fortement dans de nouvelles technologies et à produire des matières premières à bas prix pour l'industrie agro-alimentaire. Cela suppose aussi de fournir une production importante et constante, avec un seul débouché pour chaque type de production. Il est donc, dans ce cas, difficile de diversifier les modes de commercialisation et les producteurs deviennent tributaires d'un seul groupe.

Or les coopératives ou grossistes peuvent légalement décider d'arrêter de commercialiser telle ou telle production, pour des raisons financières ou pour des problèmes de gestion, sans avoir à trouver de nouveaux débouchés pour les producteurs. Ces derniers peuvent alors se retrouver sans débouché commercial pour leur production et donc, sans revenu, provoquant alors parfois une précarisation et des difficultés à rembourser les prêts. Par ailleurs, les prix bas pratiqués par ces filières peuvent engendrer des problèmes financiers sur les exploitations qui fonctionnent souvent grâce à plusieurs emprunts.

Au final, une frange importante du secteur agricole fait face à de multiples difficultés dans la plupart des pays du Nord, y compris au sein de l'Union européenne. Une part considérable des producteurs vit en dessous du seuil de pauvreté. Les observations et enquêtes de terrain démontrent que l'industrialisation, la standardisation, ainsi que l'allongement des filières combiné à des phénomènes de concentration, sont des facteurs de précarisation et de mal être chez les professionnels.

Ces quelques phénomènes sont parmi les raisons les plus fréquemment avancées par les producteurs pour expliquer leur orientation vers les circuits courts. La vente directe permet une meilleure valorisation économique et sociale de leur travail. Ce type de filière met l'accent sur l'autonomie décisionnelle, technique et économique des paysans ; ce qui est perçu comme une revalorisation de leur travail et savoir-faire.

Plus largement, et notamment pour les pays dits en développement, la diversification permet de lutter contre les effets néfastes d'une spécialisation dans un produit voué à être exporté, qui entraîne une grande dépendance à son égard. La diversification des produits entraîne une diversification des revenus, donc moins de risques. La transformation sur place est dès lors plus facilement réalisable, ce qui crée de la valeur ajoutée.

63. Aurélie Cardona, *La diffusion des circuits courts alimentaires : expression d'un changement dans le secteur agricole ?* Sous la direction de Sophie Dubuisson-Quellier, École doctorale de Sciences-Po Paris, 2007.

3. Évolutions des attentes des consommateurs

Impact des crises alimentaires

Parallèlement à ces évolutions du secteur agricole, les attentes des consommateurs se sont modifiées. Les scandales alimentaires ont ébranlé la confiance de nombreux consommateurs : la prolifération des labels tout comme l'essor de la vente directe et des circuits de proximité, la vogue des produits terroirs, sont autant de manifestations variées de la recherche d'une nouvelle sûreté alimentaire.

Comme l'écrit JL Rastoin⁶⁴, « *les accidents de santé imputables à une défaillance de qualité d'un aliment ont toujours existé, allant jusqu'à provoquer de nombreux décès. Ces accidents sont devenus des crises lorsqu'ils ont menacé les gouvernements, en provoquant l'inquiétude et la colère des opinions publiques (...). Le passage en quelques siècles du modèle de l'agriculture familiale autarcique au modèle agro-industriel de production de masse a éliminé les pénuries, mais fait apparaître la crainte de l'empoisonnement collectif, déclenchant des paniques alimentaires.* »

Ces évolutions confrontent les responsables politiques à de sérieuses menaces qui ont rapidement été prises en compte. Des procédures rationnelles sont nées de cette dynamique de « réassurance », avec pour fleurons politiques les principes de précaution et de traçabilité.⁶⁵

Le règlement cadre CE n° 178/2002⁶⁶ de l'Union européenne impose, depuis le 1er janvier 2005, aux acteurs du système alimentaire « *d'assurer la traçabilité de toutes les denrées alimentaires, de tous les aliments pour animaux et de leurs ingrédients tout au long de la chaîne alimentaire.* » Il s'applique aux 27 pays membres de l'Union et à tous les produits, y com-

64. RASTOIN Jean-Louis, *Risques et sûreté alimentaire dans un contexte de mondialisation*, Les Notes du CIEHAM, Centre International de Hautes Études Agronomiques Méditerranéen, N°35, juin 2008.

65. Cf. Définitions du principe de précaution et de la traçabilité.

66. Règlement No 178/2002 du Parlement européen et du Conseil du 28 janvier 2002, établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires. [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20060428:FR:PDF>]

67. Id.

pris ceux en provenance de pays hors Union Européenne.⁶⁷ Tout cela a de nombreuses et complexes répercussions : tendance lourde à la normalisation privée, mise en place de procédures de contrôle, émergence de nouveaux marchés de produits et services informatiques et laboratoires d'analyses biologiques et physico-chimiques.

Thème hautement prioritaire, la sûreté alimentaire induit également que soient inventées, du côté des entreprises, de nouvelles stratégies de marketing de réassurance, ou marketing de la restauration de confiance. L'action s'appuie sur plusieurs dimensions symboliques : notoriété de la marque (donc investissements en communication), signe de qualité officiel ou privé, avec intervention d'une caution externe, conformité sociale du produit (par exemple, développement de gammes de commerce équitable), familiarité avec le produit, à travers une image liée aux notions de proximité, terroir, traçabilité. Deux axes stratégiques principaux orientent ces pratiques :

> Produits innovants : cet axe mise sur l'argument santé/forme avec en conséquence une médicalisation des aliments (probiotiques, oméga 3, etc.). Si l'on se réfère en effet à la publicité alimentaire, il semble que les consommateurs aujourd'hui ne mangent pas des pommes mais des vitamines et des fibres ; du calcium et du bifidus plutôt que des yaourts, etc. La communication autour de ce phénomène s'est fortement développée, et avec elle est apparu le néologisme d'« alicament ».

> Produits « terroir » : la grande distribution a elle-même développé des marques de distributeur évoquant ce concept : par exemple, Reflets de France du groupe Carrefour, ou Extra Special du distributeur anglais ASDA, filiale de Wal-Mart. Plus récemment, les thèmes des produits éthiques et équitables sont également mobilisés par les services marketing.

Face à ces logiques de communication marketing et normalisation allant crescendo, de plus en plus de consommateurs font le choix de couper court, en passant par le contact direct avec les producteurs. Et si le concept de terroir rassure, alors les circuits courts apparaissent comme un modèle de sécurité ! « *La qualité et la provenance des produits est garantie par une transparence de la terre à l'assiette. Exit la publicité, place à l'information !* »⁶⁸ Chaque consommateur connaît la personne qui a pro-

68. Croc'éthic, association de distribution locale de produits diversifiés (Lyon, France). <http://croc-ethic.org>

duit ce qu'il va manger.

Une des clés de l'essor actuel des circuits courts est donc bien la recherche de transparence, perçue comme une plus value évidente par les consommateurs lorsque le lien avec les producteurs est direct et se déroule le plus souvent dans un périmètre spatial restreint. Dans le cas de circuits courts plus à distance, par exemple par l'intermédiaire de certaines filières de commerce équitable, l'absence de proximité spatiale est comblée par une plus grande proximité sociale, une démarche de solidarité.

Prise en compte de critères nouveaux dans les choix alimentaires

Plus largement, des critères de choix autres que le prix s'imposent de plus en plus pour orienter les pratiques d'achat en général, et en particulier les achats alimentaires. L'envie de participer à l'amélioration des conditions sociales des travailleurs, de faire des choix plus respectueux de l'environnement, de soutenir l'économie locale, peuvent être déterminants pour choisir un produit ou l'autre dans les rayons de magasins ; ils déterminent aussi le choix de s'approvisionner en circuits courts, alimentaires ou non.

La consommation est depuis longtemps un levier d'action pour l'engagement citoyen et politique. L'histoire fourmille d'expériences de consomm'action (boycotts...) mais les manifestations actuelles de « consommation engagée » apparaissent plus diffuses, variées et quotidiennes.

Le but, redonner du sens aux comportements d'achats à travers l'attachement à des valeurs morales, se double souvent dans le cas des circuits courts d'une recherche de liens sociaux, entre campagne et ville, entre producteurs et consommateurs, entre habitants d'un même quartier, etc.

avec RHÔNE-ALPES	
Transparence des produits de points de vente collectifs	
ORGANISME	AVEC Rhône-Alpes
LOCALISATION	Région Rhône-Alpes, France
PARTENAIRES	<p>Pour les échanges avec le milieu agricole : Chambre Régionale d'Agriculture Rhône-Alpes, Chambres départementales d'agriculture, partenaires du programme EQUAL Terranova, partenaires du projet Liproco (FRCIVAM Rhône-Alpes, Corabio , ARDEAR , Alliance, La Chambre Régionale d'Agriculture Rhône-Alpes), l'ISARA, l'IUT de Saint Étienne, l'AFRAT, le réseau des CIVAM, Boutiques Paysannes, CEGAR, CERD</p> <p>Partenaires financiers : FSE, FEDER et FEADER, le Conseil Régional Rhône Alpes, les organismes de formation VIVEA, FAFSEA, ADEC, CNASEA.</p>
NATURE DE L'INITIATIVE	Association de développement agricole, fédérant et développant les points de vente collective en Région Rhône-Alpes.
DESCRIPTION	<p>Le premier point de vente collectif (PVC) de la Région a vu le jour en 1978, à l'initiative de sept agriculteurs. En 1990, sentant que leur activité est menacée par de nouvelles règles sanitaires, les huit points de vente collectifs de la région Rhône-Alpes se regroupent, avec trois principes fondamentaux : présence du producteur à la vente (à tour de rôle), pas d'achat-revente, responsabilité du producteur jusqu'à la remise du produit au consommateur. Aujourd'hui AVEC Rhône-Alpes regroupe 27 PVC, soit plus de 400 agriculteurs, autour de la charte « Produits de nos fermes, vendus par nous-mêmes ». Cette charte définit les principes de pérennité, fonctionnement et de contrôle de ces structures de vente collective directe. Les producteurs qui y adhèrent s'engagent sur des points précis et rigoureux, notamment en matière de transparence et de qualité des produits.</p>

DESCRIPTION	<p>En vente collective, les ateliers de transformation ne sont pas obligatoirement tenus de mettre en place la procédure HACCP.⁶⁹ Les producteurs garantissent qualité et transparence aux consommateurs. Chaque producteur est responsable de son produit de la production à la vente. Il respecte les règles sanitaires et les règles d'hygiène en vigueur à la production, à la transformation et lors du transport. Les PVC mettent à disposition des clients des supports écrits, les « cahiers de transparence », permettant de mieux connaître les modes de production de chacun. Chaque cahier de transparence est spécifique à un producteur, qui y présente ses méthodes de travail, ses engagements. L'arbitre final est donc le consommateur, qui choisit ou non d'acheter un produit.</p> <p>L'association AVEC RA, qui fait aussi vivre trois salariés à temps plein, facilite le développement et la professionnalisation des PCV, non seulement en favorisant l'échange de connaissances par le biais du réseau, mais aussi en organisant des formations, en procédant à des études et enquêtes, par exemple sur les attentes des consommateurs. L'échange, la sensibilisation du consommateur aux produits locaux et de saison font partie de maîtres mots d'AVEC RA, et inversement : les producteurs, engagés collectivement et amenés à échanger avec leurs pairs et avec les consommateurs, évoluent dans leur pratiques agricoles, vers une plus grande durabilité.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>AVEC Rhône-Alpes, 49 avenue de Mâcon, 01000 Bourg en Bresse Tel : 0033 (0)4.74.23.00.91 avec@avec-ra.fr Site Internet : www.avec-rhone-alpes.org</p>

69. Voir infra, page 78

marchés fermiers certifiés Certification des marchés fermiers	
ORGANISME	FARMA
LOCALISATION	Grande-Bretagne
NATURE DE L'INITIATIVE	L'organisme FARMA a mis en place un réseau de marchés fermiers certifiés, en réponse à la multiplication de ces marchés depuis 10 ans et à leur disparité en matière de qualité et de transparence.
DESCRIPTION	<p>Les marchés fermiers procurent ainsi des aliments frais, locaux et vendus à un prix qui doit être « juste » pour le consommateur et pour le producteur. Cette forme de vente est évidemment la forme traditionnelle de vente, mais supplantée ces dernières décennies au Royaume-Uni par les supermarchés.</p> <p>Les marchés de producteurs ont d'abord connu un grand succès aux États-Unis, soutenus par le Département de l'Agriculture. Le concept est revenu depuis 10 ans au Royaume-Uni, avec tout d'abord l'initiative de marchés de producteurs à Bath et à Bristol en 1997 et 1998, puis avec leur rapide essaimage à travers tout le Sud-Ouest de l'Angleterre, puis nationalement.</p> <p>En 1999, environ 35 marchés fermiers avaient ainsi été instaurés, la plupart dans le Sud-Ouest de l'Angleterre. En 2009, il en existe plus de 500 dont plus de la moitié sont membres de FARMA (National Farmers' Retail and Markets Association) et se sont engagés à respecter les standards nationaux. Certains marchés ont lieu mensuellement, d'autres sont bimensuels, hebdomadaires...</p> <p>Ces marchés devenant toujours plus populaires, une certification FARMA s'est mise en place afin de distinguer « vrais » et « faux » marchés fermiers. Les standards établissent des principes généraux que chaque marché doit respecter : pas de revente, produits locaux, etc. En revanche chaque marché définit ses propres règles, comme</p>

DESCRIPTION	par exemple la distance au-delà de laquelle le produit ne va plus être considéré comme « local ». Ce cadre flexible permet de conjuguer certification et adaptation au contexte particulier. Les marchés certifiés FARMA sont inspectés par un organisme indépendant et sont dotés d'un logo. Leur liste ainsi que le calendrier est disponible en ligne.
PLUS D'INFORMATIONS	FARMA Rosemary Hoskins Huntingdon Farmers' Market 12 Southgate Street Winchester, Hampshire SO23 9EF Email : ecologie@aol.com Site : www.farmersmarkets.net

MANDALA ORGANIC GROWERS Un réseau de producteurs européens misant sur la transparence	
ORGANISME	Mandala Organic Growers
LOCALISATION	Belgique, Italie, Grande-Bretagne
NATURE DE L'INITIATIVE	Mandala Organic Growers est un réseau de producteurs européens visant à limiter le nombre d'intermédiaires sur les filières, développer la vente directe, assurer la transparence de ses produits.
DESCRIPTION	<p>Mandala Organic Growers est un Groupe européen de producteurs de fruits et légumes biologiques. Le siège de l'entreprise est situé à Bruxelles, au cœur du marché européen. Cette position stratégique lui permet d'assurer son rôle de liaison et de communication entre le monde de la distribution et celui de la production biologique. L'entreprise fédère autour d'elle une centaine de producteurs répartis dans un axe nord/sud, de l'Italie à la Grande Bretagne en passant par la Belgique. Ils exercent leur métier au sein d'entreprises et de coopératives agricoles installées dans les régions parmi les plus généreuses d'Europe : Agrinova en Sicile, S'Atra Sardinia en Sardaigne et Langridge Organic Growers au Sud-Ouest de l'Angleterre.</p> <p>Au-delà de la simple production biologique, Mandala élabore sa propre éthique de fonctionnement durable (au travers d'une charte applicable à l'ensemble des maillons de la filière) ce qui la sort de la spirale purement économique dans laquelle le bio s'est engouffré comme tous les autres produits. Par l'application de cette charte, une situation commerciale saine et sociale est générée.</p> <p>La plateforme traite directement avec les distributeurs. Le but est de créer un véritable partenariat où chacun se retrouve en terrain de connaissance : les producteurs sont au courant des besoins et des tendances du marché occupé par les distributeurs. Ils savent respecter leurs exigences. Quant aux distributeurs, ils sont au courant des conditions</p>

DESCRIPTION	<p>et des rythmes particuliers propres à l'agriculture biologique. Cette conscientisation des distributeurs permet de stabiliser les prix rémunérateurs aux producteurs et à l'ensemble des acteurs de la filière. Le « prix juste » est mis en avant (marge minimale prise par les opérateurs de la filière) ce qui permet à chacun d'avoir accès aux produits bio. Ceux-ci n'étant plus réservés à une élite.</p> <p>De plus, la transparence est assurée grâce à un système de gestion en ligne sur Internet : l'acheteur peut retracer le parcours d'un fruit ou d'un légume depuis le champ de l'agriculteur jusqu'aux rayons du magasin, connaître à tout moment sa provenance et le moment de sa récolte.</p> <p>Depuis 2007, Mandala s'est aussi lancée dans la vente directe : mise en place d'un marché bi-hebdomadaire à Bruxelles, distribution de paniers, collectivité locales, etc.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Anne Marie Guccione 58-62 Rue des Tanneurs B - 1000 Bruxelles Tél. : +32.2 548 70 20 Email : amguccione@skynet.be Site : www.mandalaorganicgrowers.com</p>

réseau international URGENCI Solidarité et relocalisation de l'économie	
ORGANISME	Réseau Urbain - Rural : Générer des Engagements Nouveaux entre Citoyens
LOCALISATION	Aubagne, France et réseau international
NATURE DE L'INITIATIVE	Nature de l'initiative : URGENCI est un réseau international d'acteurs de terrain et de citoyens qui fédère, promeut et dissémine les Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs (PLSPC), contribuant ainsi à une plus grande solidarité et complémentarité entre milieux urbains et ruraux.
DESCRIPTION	<p>URGENCI regroupe au niveau mondial des citoyens, producteurs agricoles, consommateurs, militants, acteurs politiques, impliqués dans une approche économique alternative appelée les Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs (PLSPC) : les AMAP en France, les CSA dans les pays anglo-saxons, les GAS en Belgique, les ASC au Québec, les Teikeis au Japon, les Reciproco au Portugal, etc. Ce qui réunit les membres d'URGENCI réside dans les trois idées fondamentales que l'on retrouve dans leur terme d'appellation :</p> <p>Partenariat : ce partenariat se manifeste par un engagement mutuel de fourniture (par les producteurs) et d'écoulement (par les consommateurs) des aliments produits à chaque campagne agricole.</p> <p>Local : il s'agit ici de promouvoir les échanges de proximité. Les PLSPC s'inscrivent dans une démarche active de relocalisation de l'économie.</p> <p>Solidaire : le partenariat est basé sur une solidarité entre les acteurs qui se manifeste, d'une part, par le partage des risques et des avantages d'une production saine, adaptée au rythme des saisons et respectueuse de l'environnement, du patrimoine naturel et culturel et de la santé ; d'autre part par une rémunération juste et équitable payée à l'avance et</p>

DESCRIPTION	<p>suffisante pour assurer une vie digne des paysans et de leurs familles.</p> <p>Les objectifs du Réseau URGENCI sont ainsi :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Le maintien et l'épanouissement d'une agriculture paysanne. > La souveraineté alimentaire de chaque région et chaque communauté de la planète. > La santé par l'alimentation et la lutte contre la faim et la malnutrition. > Le développement de la citoyenneté dans l'économie et de liens sociaux de solidarité entre producteurs et consommateurs et entre habitants des villes et des zones rurales. > L'éducation à l'environnement et à la citoyenneté. > La lutte contre l'exclusion et la pauvreté par les liens de solidarité, que ce soit en milieu rural et paysan ou en milieu urbain ou dans le rapprochement de ces deux milieux. <p>Les membres du réseau URGENCI ont défini des axes de travail, répartis aujourd'hui en 8 programmes d'actions.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Essaimage : gestion du réseau et communication. > Formation : diffusion du concept et échanges internationaux. > Agriculture durable et sauvegarde de la biodiversité. > Accès à la terre. > Partenariat avec IFOAM (Fédération Internationale des Mouvements pour l'Agriculture Biologique). > Intégration sociale. > Application du système à d'autres secteurs économiques. > Consommation responsable.
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Réseau International URGENCI 5 rue J.J. Rousseau 13400 Aubagne (France) Tél. : +33.4.42.32.05.75 Email : contact@urgenci.net Site : www.urgenci.net</p>

B. DÉVELOPPEMENT LOCAL DURABLE

1. Des circuits innovants et solidaires

Maintien et création d'emplois dans les territoires

On a abordé plus haut les difficultés que connaît une frange importante du secteur agricole face aux pressions qui s'accumulent sur les filières alimentaires. À cela s'ajoute le fait que la production industrielle, qui n'est pas enracinée dans un territoire particulier, peut se délocaliser dans un autre pays où les coûts de production sont plus bas et les lois plus laxistes. Le Groupe français Doux⁷⁰, par exemple, abandonne progressivement les producteurs intégrés européens et transfère certaines de ses opérations au Brésil. De plus, ce phénomène ne fait qu'augmenter la pression sur les prix payés aux producteurs.

Face à cela les circuits courts ont des atouts à faire valoir, au niveau micro comme macroéconomique : pour les producteurs, possible accès à une plus-value supplémentaire ; et surtout, changement dans la manière dont les flux économiques se répartissent géographiquement. Les circuits courts représentent des opportunités de créer de la valeur ajoutée sur le territoire. Ainsi, par le lien étroit créé entre territoire, client et produit, ces formes de vente renforcent le caractère non délocalisable de la production locale.

Les protagonistes de cette « *nouvelle économie paysanne* »⁷¹, à laquelle participent les circuits courts, cherchent par ce biais à renforcer leur indépendance financière en étant moins dépendants des quotas et subventions européennes. Certes les chiffres d'affaires sont moindres mais le poids des remboursements liés aux investissements lourds l'est aussi. Au delà du dégagement de plus value, les circuits courts sont surtout un mode de fonctionnement qui change la carte de répartition des richesses et des emplois.

70. Premier producteur européen de volaille

71. Éric Dewaele, SAW-B asbl, Solidarité des alternatives wallonnes et bruxelloises

« Deux fermes valent mieux qu'une »⁷²

Les circuits courts, en particulier la vente directe, sont des voies de commercialisation qui peuvent permettre de s'installer sur de faibles surfaces. En améliorant les prix de vente et donc le revenu des exploitations, ces circuits permettent à un maximum de producteurs répartis sur tout le territoire de vivre décemment de leur métier, créant ainsi des emplois locaux durables.

Parmi les autres atouts, la vente directe, en général associée à des changements culturels ou à des ateliers de transformation afin de diversifier les productions, peut permettre de redresser une situation économique fragile, liée à la baisse des cours des productions sur les marchés de gros.

Des emplois pour toutes et tous

Une étude menée par Danièle Capt, économiste chercheur à l'ENESAD⁷³, fournit quelques éclairages sur les profils des producteurs en circuits courts. On remarque globalement deux types de trajectoire :

- > les producteurs originaires du secteur agricole
- > les producteurs qui sont issus d'autres itinéraires et milieux socio-professionnels.

En effet les « hors cadre agricole » voient dans l'installation en circuit court la possibilité de s'installer sur une petite surface.

Autre caractéristique selon cette étude : le niveau de formation tend à être plus élevé chez les producteurs en circuits courts : « *c'est une activité qui nécessite un « capital social et culturel » important, que les producteurs acquièrent dans le cadre de leurs formations ou parce qu'ils évoluent dans*

72. « Deux fermes valent mieux qu'une ; en route vers l'agriculture paysanne durable », slogan de la Fédération Unie des Groupements d'Éleveurs et d'Agriculteurs. La Fugea est un mouvement paysan de réflexion, de sensibilisation, de formation et de pression dirigé par des paysans. Leurs activités visent la défense et la promotion des différentes formes de l'agriculture paysanne solidaire c'est-à-dire une agriculture au service de l'Homme et de l'environnement. Pour plus d'informations : [www.fugea.be]

73. Permanence et changement dans la production et la commercialisation des produits fermiers en France : Une approche économique, Danièle CAPT, Centre d'économie et de sociologie appliquées à l'agriculture et au développement rural. Séminaire Filières courtes de distribution, développement durable et territoires, INRA AgroTech, Paris, avril 2008.

des réseaux sociaux qui leur donnent des dispositions et un intérêt pour la vente directe ». Le secteur présente des opportunités de création d'emplois diversifiés et valorisants.

Les circuits courts sont aussi régulièrement combinés avec des initiatives de réinsertion sociale et professionnelle. Dans ce type de projet, les circuits courts sont l'occasion pour les uns de reprendre pied dans le monde du travail, pour les autres d'acheter des légumes de saison produits à proximité. Les produits sont vendus sous forme de « paniers », délivrés selon différentes modalités, par exemple après commande ponctuelle ou abonnement annuel ayant valeur de cotisation associative. En France, l'Atelier Ressources*, le Réseau Cocagne* en sont des exemples. Des projets de ce type ont éclos ailleurs en Europe, par exemple en Belgique où plusieurs CPAS⁷⁴ ont mis sur pied des fermes et potagers d'insertion : dans ces Entreprises de Formation par le Travail, le jardinage est utilisé comme outil d'insertion et le fruit de ce travail est vendu au grand public.⁷⁵

Des circuits propices au modèle coopératif

Le modèle coopératif est particulièrement adapté aux initiatives de filières courtes. Et inversement, les filières courtes sont un lieu d'innovation pour le modèle coopératif.

En matière d'accès au foncier par exemple, des initiatives créatives ont émergé ces dernières années, à l'instar de la Foncière Terres de Liens*, qui permet l'acquisition collective de terres agricoles pour faire face au double phénomène de flambée des prix du foncier et de difficultés de l'accès au crédit.

La coopération est un modèle fortement enraciné dans le paysage agricole. En circuits courts, les agriculteurs sont encore plus incités à se regrouper. Alors qu'en circuit long, ils peuvent se concentrer sur la seule production, les circuits courts nécessitent une solide organisation et structuration. S'ils sont valorisants, ils sont aussi exigeants en temps et

74. Centres Publics d'Action Sociale. Ici : à Bruxelles, Liège, Namur, Gesves, la Louvière, etc.

75. Ces fermes sont par ailleurs investies dans divers projets : participation à des activités de cuisine, tables d'hôtes ; atelier jardinage ouvert au grands public ou à d'autres structures (hôpital psychiatrique, centre créatif...), jardins familiaux, etc. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site des Jardins et Fermes solidaires Wallonie-Bruxelles : [<http://rjsol.jimdo.com/>]

en énergie. Ainsi agir en collectif permet l'élargissement de la gamme et des volumes de produits (nécessaires par exemple pour vendre à des collectivités), la mutualisation des biens et outils de production, de transformation et de commercialisation, l'établissement de partenariats, l'accès à un poids plus conséquent dans les négociations, le partage du temps de travail (ex. afin d'être présent, par roulement, sur les lieux de vente et ainsi d'élargir le potentiel de vente).

Certains statuts coopératifs, tel les SCIC* en France, s'avèrent un terreau fertile pour les entreprises en circuit court.

Par ailleurs, certains circuits courts, en particulier les PLSPC et les coopératives associant producteurs et consommateurs, renouent avec l'obligation de multisociétariat, trop souvent délaissée depuis plus d'un siècle et demi dans le domaine coopératif. L'ensemble de la filière est présent au sein d'une même structure, créant du lien entre tous les acteurs. Cela doit permettre de limiter les asymétries d'information et de fonder une confiance mutuelle entre consommateurs et producteurs. Ainsi les rapports entre offre et demande peuvent être régulés de manière autonome.

Ville-campagne, vie de quartier...une recherche de liens

Les circuits courts ont vocation à créer des synergies entre territoires ruraux et urbains. Ils constituent alors un atout notamment pour les villes moyennes situées dans les zones métropolitaines, qui constituent des territoires émergents mais qui risquent d'être absorbées par l'élargissement des métropoles. Le défi pour ces villes moyennes est de définir un modèle de développement durable qui intègre complètement la mise en valeur des zones non-urbanisées, afin de préserver la richesse de leurs espaces ruraux et semi-ruraux. Les circuits courts, adaptés aux zones périurbaines, peuvent y contribuer.

Sur le terrain, les participants à ces filières affirment par ailleurs apprécier la proximité sociale qu'ils y trouvent. Ces circuits sont l'occasion de tisser des liens qui doivent permettre aux consommateurs de prendre davantage contact avec la réalité des modes de production dont les fruits aboutissent dans les assiettes. Même s'ils sont avant tout des circuits commerciaux, les circuits courts ont souvent pour leurs protagonistes une valeur qui ne s'arrête pas à l'aspect monétaire. Ce que l'on cherche à échanger et créer, c'est aussi des savoirs et savoir-faire, un certain lien social : entre produc-

teurs et consommateurs, entre habitants d'un même quartier, etc.

Nombre de ces circuits mettent l'accent sur la recherche de cohésion sociale et d'accessibilité de tous à des modes de consommation durable. Pour ce faire, certaines expériences abordent le secteur des services à la personne, comme dans l'exemple de Roslagslådan*, réseau suédois de livraison de paniers à domicile, en vente directe, comptant parmi ses consommateurs des personnes à mobilité réduite, qui n'auraient pas pu se rendre sur un marché. D'autres initiatives collaborent avec les services sociaux : ainsi le réseau ANDES, Epicerie solidaire, a intégré depuis 2008 dans son programme d'approvisionnement des chèques d'achats pour les produits issus des circuits courts, trouvant là le moyen de rencontrer les objectifs de solidarité et de réduction des émissions de gaz à effet de serre.⁷⁶ Dans la même lignée, les AMAP d'Île de France sont aujourd'hui accréditées comme partenaires des chèques services*.

76. Pour plus d'informations sur <http://www.epiceries-solidaires.org/>

terre De Liens Innovation sociale pour l'accès au foncier	
ORGANISME	La foncière Terre de Liens
LOCALISATION	Réseau national disposant d'antennes régionales, France
NATURE DE L'INITIATIVE	Utiliser l'épargne du citoyen pour acquérir des terres et les mettre à la disposition d'agriculteurs bio.
DESCRIPTION	<p>Le prix du foncier agricole est aujourd'hui un frein important à l'installation et au maintien d'une agriculture respectueuse de l'environnement. Chaque semaine, 200 fermes disparaissent en France, notamment faute de repreneurs, ceux-ci ne pouvant payer le prix de la terre à moins de s'endetter à vie. Tous les 10 ans, une surface agricole équivalente à la taille d'un département de taille moyenne disparaît, victime de la forte pression foncière liée à l'artificialisation des sols.</p> <p>Depuis 2008, la Foncière Terre de Liens a obtenu l'autorisation de collecter l'épargne de citoyens sous forme de souscriptions. 2000 personnes ont déjà répondu à cet appel, pour un total de 5 millions d'euros (environ 2500 €/pers.). Cette somme va permettre à Terre de Liens de soustraire les terres à la spéculation pour les louer à des paysans bio, en biodynamie ou en agriculture paysanne. La somme actuellement collectée représente 1000 hectares de terre, louées aux agriculteurs à la tête d'un projet, sans qu'il y ait de bénéfices pour l'association ou les investisseurs hormis l'éventuelle valeur de revente des parts. Cette action est menée sur le long terme afin que les agriculteurs aient réellement le temps de mettre en place et de développer leur projet. Concrètement, cet outil financier est amené à remplir trois fonctions :</p> <ul style="list-style-type: none"> > collecte d'épargne et le lien avec les actionnaires > acquisition de terres et de fermes (veille et repérage d'opportunités, évaluation des biens, instruction des projets, montage financier, montage juridique et administratif

DESCRIPTION	<p>des transactions).</p> <p>> gestion du patrimoine (établir des baux, gérer les locations, entretenir les bâtiments, suivre l'évolution des projets)</p> <p>L'association Terre de Liens et la Société financière de la Nef sont à l'origine de cet outil d'investissement solidaire né en 2006. D'autres partenaires, comme la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique ou Biocoop, sont fortement engagés à leurs côtés. Cet investissement solidaire a reçu le label Finansol, garantie de transparence, d'éthique et de solidarité. Par ailleurs, la Foncière Terre de Liens est agréée « Entreprise solidaire ». Les actionnaires bénéficient ainsi d'une fiscalité avantageuse.</p>
PLUS D'INFORMATION	<p>Terre de Liens M. Sjoerd Wartena 10, rue Archinard 26400 Crest Tél. : +33 9 70 20 31 00 Email : association@terredeliens.org Site : http://www.terredeliens.org/</p>

ROSLAGSLÅDAN	
Réseau coopératif de livraison de paniers à domicile	
ORGANISME	Roslagslådan (« le panier du Roslagen »)
LOCALISATION	Région Roslagen, Suède
NATURE DE L'INITIATIVE	Livraison à domicile de paniers bios, par un réseau local d'agriculteurs.
DESCRIPTION	<p>Roslagslådan est un système de livraison à domicile de paniers de fruits et légumes bio, qui existe depuis 2004. Il émane d'un réseau coopératif de 22 producteurs, nommé Roslagsmat, dans le Roslagen, région de tourisme rural située dans la partie Nord de l'archipel de Stockholm.</p> <p>Le système approvisionne plus de 250 clients, qui passent commande à la semaine ou tous les quinze jours, pour des paniers d'environ 6kg. Grâce à ce système, les agriculteurs savent à l'avance quelles quantités ils pourront écouler. Ils profitent en outre de l'entraide entre producteurs ; le travail en réseau permet de créer de nouveaux liens sociaux et des solidarités de travail entre des producteurs de nature différente (bio/non-bio, légumes/éleveurs/fromage, etc.). Le travail en réseau crée à la fois un espace de connaissance et un système de distribution.</p> <p>Pour ce qui est des liens avec les consommateurs, la livraison de la caisse est un moment-clé dans la création d'une nouvelle sociabilité : c'est l'occasion où le consommateur peut rencontrer le producteur, qui est aussi le livreur. La livraison à domicile assure ainsi une durabilité sociale, dans la mesure où il participe au maintien des services dans les espaces ruraux de faible densité. Certains consommateurs n'ont pas de voiture, sont handicapés, sont des personnes âgées ou avec des enfants en bas-âge, et apprécient ce service rendu. Ce système de livraison permet ainsi de maintenir une vitalité dans les espaces de faible densité, et de créer de nouvelles formes de sociabilité.</p> <p>Enfin, en plus des livraisons, la coopérative de producteurs</p>

DESCRIPTION	propose en été des "marchés de récolte" (sködermarknader) à Norrtälje, qui sont des ventes directes à la ferme, en lien avec la saison touristique.
PLUS D'INFORMATION	Site : http://www.roslagsmat.se/roslagsladan/ Source : « Le bonheur est dans le panier, Réseaux alimentaires alternatifs et commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique : l'exemple suédois », Camille Hochedez, mémoire de Master 2 en systèmes territoriaux, développement durable, aide à la décision, 2007.

reciproco	
Partenariats pour lutter contre la précarité en milieu rural	
organisme	RECIPROCO
localisation	Portugal
nature de l'initiative	Le système RECIPROCO est un système de partenariat local solidaire de producteurs et consommateurs particulier, centré au niveau d'un groupe d'agriculteurs précaires d'une même communauté rurale et non plus seulement au niveau d'un agriculteur unique.
description	<p>Le but de RECIPROCO (RElations de Citoynneté entre PROducteurs et COnsommateurs) est de contrer la désertification humaine des zones rurales de l'intérieur du Portugal et la concentration dans les villes, en proposant un engagement entre consommateurs urbains et agriculteurs des communautés rurales confrontées à l'isolement et à la pauvreté pour leur assurer un écoulement de leurs produits et un meilleur revenu, leur permettant de vivre dignement sur place et de pouvoir participer plus activement à la gestion de l'espace et des paysages. Par la même occasion les consommateurs gagnent en termes de qualité des produits et de santé et contribuent comme citoyens à la résolution d'un problème social et environnemental.</p> <p>Lancé en 2003 à titre expérimental dans le municiple d'Odemira dans le Sud ouest du pays, ce système a fait ses preuves, attirant l'attention du Ministère de l'Agriculture qui apporte maintenant son soutien à une dissémination au niveau national. La dissemination est facilitée par l'existence d'associations de développement local dans toutes les zones rurales du pays et les partenariats publics-privés locaux impulsés par le programme européen LEADER, disposant d'une équipe technique d'animation du développement local.</p> <p>Dans le même temps un espace de sensibilisation des consommateurs, dans un magasin ouvert à Lisbonne par ces mêmes associations, permet de toucher les habitants</p>

DESCRIPTION	<p>de la capitale, leur proposant de s'associer à l'action des groupes de consommateurs locaux.</p> <p>Le système RECIPROCO s'inscrit fondamentalement dans une dimension communautaire et territoriale, impliquant les agriculteurs d'une même communauté. Aux objectifs des AMAP et CSA (maintien d'une agriculture familiale, agriculture durable, alimentation de qualité, lien social, etc.) viennent se rajouter des objectifs territoriaux, notamment le maintien des communautés rurales et la préservation et valorisation des paysages.</p> <p>Pour les agriculteurs la vente de quelques paniers par semaine représente une augmentation de revenus pouvant aller de 50% à 100% par rapport à leur revenu antérieur.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>CRL Avenida Frei Miguel Contreiras, 54, 3° 1700 - Lisboa (Portugal) Tél : +351.218435870 email : helder.guerreiro@taipa-desenvolvimento.pt</p>

L'Atelier ressources	
Chantier d'insertion sociale par la production maraîchère et la distribution en circuits courts	
ORGANISME	L'Atelier Ressources Sablé (ARS)
LOCALISATION	Sablé sur Sarthe, Région Pays de Loire, France
NATURE DE L'INITIATIVE	Chantier d'insertion sociale en circuit court
DESCRIPTION	<p>L'Atelier Ressources Sablé (ARS) est une association à but non lucratif créée en 1994 ; elle bénéficie de partenariats au niveau local (Ville et Communauté de communes), départemental, régional, national (par le biais de l'ADEME⁷⁷) et européen (Fonds Social européen). Elle est née du constat de l'exclusion progressive d'un nombre important de personnes, de la vie sociale et professionnelle. Active dans l'accompagnement aux professionnels, le microcrédit, les activités de vie sociale, ARS a aussi mis sur pied un chantier d'insertion sociale qui aujourd'hui emploie 18 personnes en contrat d'insertion et 30 personnes en accompagnement. Sur près d'un hectare de terrain exploitable, dont six serres, ARS cultive divers produits : fruits et légumes biologiques certifiés EcoCert, plants, aromates, fleurs et compositions florales.</p> <p>Les contrats d'insertion durent 6 mois et sont renouvelables au maximum quatre fois. Certaines personnes jardinent, d'autres vendent. Un bilan individuel est effectué chaque mois et des formations sont proposées.</p> <p>Les produits disponibles sont mis à jour chaque semaine, il suffit ensuite de faire son marché sur internet ou par téléphone ! Une fois la commande passée, elle est disponible dès le lendemain sur le site de production, accessible en bus municipal.</p>

77. Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie.

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Ateliers Ressources

3 bd de la Gare – BP12

72 300 Sablé sur Sarthe

Tél. : +33.2.43.95.23.46

Site : <http://www.ateliers-ressources.com/ars.html>

JARDINS DE COCAGNE	
Réseau de chantiers d'insertion sociale par la production maraîchère et la distribution en circuits courts	
ORGANISME	Réseau des Jardins de Cocagne
LOCALISATION	France, réseau national
PORTEURS	Le Réseau et les Jardins de Cocagne sont soutenus par la Communauté européenne, le Ministère du travail, des relations sociales et de la solidarité (DGAS, DIISES), le Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi (DGEFP), le Ministère de l'agriculture et de la pêche (DGFAR), le Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de la mer, le Conseil régional Rhône-Alpes, le Conseil régional de Franche-Comté, la Fondation de France, la CCMSA (Caisse Centrale de la Mutualité Sociale Agricole), la Caisse des Dépôts et Consignations, le Secours Catholique, la NEF, In Extenso, l'AVISE, France Active, la Fondation SNCF Solidarité, Carrefour Solidarité, Fondation Ensemble, Fondation Jean-Marie Bruneau, Ben & Jerry's, Fondation Auchan pour la jeunesse, MACIF, Distriborg, Botanic, Patagonia, Fondation Agir Pour l'Emploi, Chèque Déjeuner, Crédit Agricole. Les Jardins de Cocagne peuvent être soutenus, selon leurs communes, départements et régions par différents services déconcentrés de l'État.
NATURE DE L'INITIATIVE	Les Jardins de Cocagne sont des jardins maraîchers biologiques à vocation d'insertion sociale et professionnelle. À travers la production et la distribution de légumes biologiques, sous forme de paniers hebdomadaires à des adhérents-consommateurs, ces Jardins permettent à des adultes en difficulté de retrouver un emploi et de (re)construire un projet personnel.
DESCRIPTION	Issu d'un modèle suisse, auquel a été ajouté un volet social, le premier Jardin de Cocagne démarre en 1991 à l'initiative de l'association Julienne Javel. Le but est de faire face à l'exclusion qui touche les personnes ayant une culture rurale et agricole et au peu de réponses qui y sont apportées. Rapi-

DESCRIPTION	<p>dement, ces Jardins suscitent l'intérêt de nombreuses personnes dans toute la France. Pour faire face à des demandes de plus en plus importantes, une stratégie d'essaimage est mise en place dès 1994, faisant passer en cinq ans le nombre de jardins de 20 à 50. Les Jardins de Cocagne décident de se doter d'une structure d'envergure nationale pour répondre à ce besoin de développement du concept et d'animation et de coordination de leurs actions : Le Réseau Cocagne est alors créé en juillet 1999. Aujourd'hui, une centaine de Jardins fonctionnent et concernent 3000 jardiniers, 15000 familles d'adhérents, 450 encadrants, 1200 bénévoles.</p> <p>Les engagements fondamentaux des Jardins de Cocagne fonctionnent selon quatre grands principes, énoncés dans leur charte : une vocation d'insertion sociale et professionnelle de personnes en difficulté, la production de légumes cultivés en agriculture biologique, la commercialisation de ces légumes auprès d'un réseau d'adhérents, l'intégration à la filière locale de l'agriculture biologique.</p> <p>Les jardiniers sont des personnes en situation précaire : allocataires des minimas sociaux, personnes accueillies en CHRS ou autres structures d'accueil, sans revenus, sans domicile, chômeurs de longue durée, n'ayant jamais travaillé, etc. Ils sont employés pour travailler sur les différents postes qu'offre un Jardin, depuis la préparation des cultures et des paniers jusqu'à la gestion, au secrétariat, à la vente, etc. Tout au long de leur contrat de travail au sein des Jardins de Cocagne, les jardiniers bénéficient d'un accompagnement socioprofessionnel.</p> <p>Du côté des consommateurs, l'adhésion à un jardin de Cocagne est un acte par lequel l'adhérent affirme son partage du projet social porté par le jardin. Les adhérents de l'association souscrivent à une "part légumes", dont le prix est calculé en fonction des variations saisonnières du marché bio, en tenant compte de l'environnement local.</p> <p>Différentes formes de paniers existent. Les adhérents ne</p>
-------------	---

DESCRIPTION	<p>choisissent pas le contenu du panier mais une attention particulière est donnée à la diversité et la saisonnalité.</p> <p>Pour la distribution, deux possibilités existent : venir chercher son panier au jardin, ou à un lieu de dépôt plus proche du domicile. La distribution sur le site de production est privilégiée pour favoriser les rencontres entre adhérents et jardiniers, ce qui concourt à valoriser le travail des jardiniers et à comprendre l'impact du projet social.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Réseau Cocagne 2, Grande rue 25220 CHALEZEULE Tél. : +33.3 81.21.21.10 Email : rc@reseaucocagne.asso.fr Site : www.reseaucocagne.asso.fr</p>

AMAP SOLIDAIRES	
Deux exemples de démarches solidaires en AMAP	
ORGANISME	FARMARéseau AMAP IdF
LOCALISATION	Région Île-de-France, France
NATURE DE L'INITIATIVE	Deux exemples de démarches d'aide solidaire aux familles à revenus modestes, au sein des AMAP : « paniers solidaires » et « partenariats chèque service »
DESCRIPTION	<p>Avec plus de 300 structures de ce mode de consommation, le principe des AMAP est un terrain propice aux initiatives solidaires. Le réseau AMAP Île de France en fournit quelques exemples probants en entreprenant des démarches d'aide solidaire aux familles à revenus modestes.</p> <p>(1) Les paniers solidaires :</p> <p>Dans une démarche sociale et écologique, Pierre Stoeber, initiateur de l'AMAP, crée dans un premier temps, aux Lilas, un dépôt des Potagers de Marcoussis (faisant partie du réseau Jardins de Cocagne*), mais, désirant répondre à une demande croissante, il se tourne vers la solution AMAP.</p> <p>Le premier souci de l'AMAP baptisée « la Courgette Solidaire » est de maintenir le prix du panier accessible. Il est ainsi fixé, avec le producteur, à 12 euros, et l'adhésion annuelle à l'association à 10 euros. La quantité des légumes dans chaque panier dépend des prix au kilo (avec une réduction de 20%) ; le contenu, lui, de la saison.</p> <p>Le succès de l'AMAP permet à de nouveaux projets solidaires d'émerger. Depuis 2006, la Mairie des Lilas octroie à l'AMAP une subvention destinée à aider à instaurer Les paniers solidaires, une association d'AMAPs. Le principe est le suivant : en fonction de la subvention obtenue (ex. 500 euros en 2007) et de la caisse commune constituée des montants des adhésions annuelles, l'AMAP définit le nombre des paniers solidaires qui vont pouvoir être distribués l'année suivante. Les familles éligibles aux paniers solidaires (bénéficiaires des aides sociales conventionnelles)</p>

DESCRIPTION	<p>adhèrent à l'AMAP, et reçoivent leur panier à moitié prix (6 euros), la différence étant assurée par la subvention. Pour pallier les éventuelles difficultés (engagement financier à long terme ou manque de chéquier), un suivi et soutien sont assurés par les services sociaux.</p> <p>(2) Le partenariat chèques services :</p> <p>AMAP IdF (Réseau francilien des AMAPs) est aujourd'hui accrédité comme partenaire des Chèques Services, aide alimentaire d'urgence accordée par quatre organismes (dont la Fondation chèque déjeuner) à des personnes en difficulté.</p> <p>À titre d'exemple, pour la seule ville des Lilas (23 000 hab.), cette aide s'élevait à 48 000 euros /an en 2006. Distribuée sous la forme d'un chéquier (dix chèques de huit euros chacun), elle peut être accordée à une même famille trois fois par an au maximum. Jusqu'à présent, seules les grandes surfaces étaient accréditées pour recevoir ces chèques.</p> <p>C'est un véritable changement : les personnes à faible revenu trouvent là un nouvel outil pour pouvoir se tourner davantage vers une alimentation non industrielle. Par ailleurs le partenariat entre AMAP et services sociaux fait que ceux-ci se chargent de communiquer aux bénéficiaires de l'aide l'existence des AMAP.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Sites :</p> <p>www.lacourgettesolidaire.asso.fr</p> <p>www.panierssolidaires.fr</p>

LANDBRUGSLAUGET	
Ferme coopérative alliant producteurs et consommateurs	
ORGANISME	Coopérative Landbrugslauget
LOCALISATION	Karise, Danemark
NATURE DE L'INITIATIVE	Près de Copenhague, l'association Landbrugslauget a créé une coopérative à responsabilité limitée à laquelle adhèrent 500 consommateurs et trois producteurs. La ferme est propriété des producteurs et consommateurs-sociétaires.
DESCRIPTION	La coopérative agricole « Landbrugslauget » a été lancée par un groupe de consommateurs. Le but est de faire converger les intérêts communs des producteurs et des consommateurs : une nourriture saine, une production locale, un bien-être animalier et une agriculture durable. L'exploitation Brinkholm est située 60 km au sud de Copenhague, et est cultivée en bio depuis 1994. Landbrugslauget a acheté la ferme en 2001, a commencé ses productions et livraisons aux membres consommateurs en juillet 2002, et fournit actuellement environ 250 consommateurs. Un service de vente directement à la ferme a aussi été mis sur pied. Landbrugslauget est organisé en coopérative. Les frais de fonctionnement d'environ 650 € par an (5.000 DKK) sont partagés entre consommateurs et agriculteurs, environ 500 sociétaires consommateurs et 1 à 2 agriculteurs. Le capital de départ est de 390.000 euros (3MDKK). La coopérative est propriétaire de l'exploitation Brinkholm d'environ 35 ha, emploie un fermier et vend les produits aux consommateurs sociétaires, et à d'autres consommateurs intéressés. Un comité exécutif constitué de consommateurs et d'agriculteurs est élu par les sociétaires pour administrer la coopérative, tandis que l'exploitation quotidienne de la ferme est gérée par les agriculteurs. Une assemblée générale est tenue deux fois par an. Consommateurs et agriculteurs y discutent ensemble et planifient conjointement la production. Chaque sociétaire détient une voix, indépendamment du nombre de parts qu'il détient.

DESCRIPTION	<p>Les consommateurs-sociétaires, propriétaires de l'exploitation conjointement avec les agriculteurs, peuvent rendre visite à l'exploitation, participer aux travaux ou seulement en profiter pour leurs loisirs, à leur guise. Ceci est important afin de sensibiliser les consommateurs à la manière dont la nourriture est produite et leur permettre de se relier aux aspects plus larges de l'agriculture, et à la vraie provenance de la nourriture qui arrive dans leurs foyers. Bien que le consommateur ne puisse pas devenir un expert en agriculture, Landbrugslauget l'amène à faire confiance à l'agriculteur. Ainsi s'établit un lien de confiance, de la ferme à la table.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Landbrugslauget Brinkholm Kulagervej 23 4653 Karise Tél. : +45.5678.8969 Emails : info@landbrugslauget.dk; bestyrelsen@landbrugslauget.dk Site : www.landbrugslauget.dk Fiche réalisée avec l'aide d'URGENCEI</p>

LANDWINKEL Magasins fermiers gérés en coopérative	
ORGANISME	Landwinkel
LOCALISATION	Pays-Bas
NATURE DE L'INITIATIVE	Landwinkel est un réseau de magasins fermiers gérés en coopérative ; c'est aussi une marque partagée par ces points de vente.
DESCRIPTION	<p>Les circuits courts aux Pays-Bas forment un secteur bien vivace : le site internet « Les Amis de la Campagne », initiative soutenue par les organisations agricoles néerlandaises, recense 1468 exploitations agricoles actives dans les circuits courts, souvent en combinaison avec d'autres activités.</p> <p>« Landwinkel » (« magasins ruraux ») est un réseau de points de vente à la ferme répartis dans tous les Pays-Bas. À ses débuts en 1999, le réseau comptait 4 magasins ; ils sont à ce jour 37 et des alliances avec le tourisme rural se sont aussi créées. En complément, la Cooperative Landwinkel a été mise sur pied en 2006, regroupant 40 membres ; aujourd'hui elle en compte 75 et vise 100 membres en 2010. Le but est de développer un système de distribution propre, solide face aux réseaux puissants du secteur alimentaire. Chaque magasin vend d'une part les produits de la ferme elle-même et d'autre part ceux des autres membres de la coopérative. Ainsi, malgré la vente individuelle sur la ferme, l'organisation reste collective : partage d'une marque, échange de produits, promotion collective, participation aux commissions pour gérer le réseau. Les ventes connaissent un taux de croissance annuel de 5%. Les magasins accueillent de 100 à 1000 consommateurs par semaine, leurs chiffres d'affaire individuels vont de 50 000 à 500 000 € par année. 30 à 70% des ventes sont des denrées produites « maison ». Grâce à la mutualisation des efforts, les coûts de distribution et de promotion ont été réduits ; ce qui permet aux producteurs de mieux gagner leur vie et d'investir davantage au sein des exploitations.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

René de Bruin
SPN
Churchillweg 106
Wageningen
Pays Bas
Tél. : +31.317420224
Site : www.landwinkel.nl

LES SCIC, SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES D'INTÉRÊT COLLECTIF Un statut innovant pour les sociétés coopératives	
ORGANISME	SCIC
LOCALISATION	France (exemples en Auvergne et Alsace)
NATURE DE L'INITIATIVE	Coopération entre acteurs divers pour la production de services d'intérêt collectif ancrés territorialement
DESCRIPTION	<p>Créé en 2001, le statut de société coopérative d'intérêt collectif (Scic) est un statut de société commerciale qui permet d'associer des acteurs salariés, des acteurs bénéficiaires (clients, usager, riverains, fournisseurs...) et des contributeurs (associations, collectivités, etc.) pour produire, au profit d'un territoire, des biens ou des services d'intérêt collectif qui présentent un caractère d'utilité sociale. Ce statut suit les principes coopératifs. La capacité d'innovation de la forme coopérative et son croisement avec l'agriculture sont féconds. En voici quelques exemples :</p> <p>> En Auvergne, la Scic le Beau Jardin vend dans une boutique et sous forme d'abonnement des paniers de produits biologiques pour permettre à des agriculteurs d'écouler localement leur production. Elle associe producteurs, salariés, fournisseurs, etc.</p> <p>> À une autre échelle, la filière biologique alsacienne vient de lancer la Scic Solibio, une plateforme de conditionnement et de logistique pour répondre aux nouveaux marchés, en particulier la restauration collective. Des maraîchers, un apiculteur, des arboriculteurs, des viticulteurs, des boulangers, des grossistes, l'Organisation professionnelle de l'agriculture biologique en Alsace et l'association Savoir et Compétences (entreprise d'insertion) sont parties prenantes. Cette coopérative dispose d'une plateforme de 2000 mètres carrés et de 40 mètres carrés de chambres froides, ainsi que d'une équipe de salariés.</p> <p>D'après THOMAS Franck, Scic et agriculture : le temps des défricheurs. RECMA, revue internationale de l'économie solidaire, n° 310, octobre 2008</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Email : scic@scop.coop
Site : <http://www.scic.coop/>

maakaup.com (Produits ruraux)	
Un réseau informel et original en passe de structuration	
ORGANISME	Maakaup (association à but non lucratif)
LOCALISATION	Région de Harju, Estonie
NATURE DE L'INITIATIVE	Le groupement Maakaup permet la distribution une fois par semaine de produits ruraux dans des points de livraison situés dans l'agglomération proche, Tallin. Le but à terme est de développer un modèle de petites franchises reproductibles.
DESCRIPTION	<p>Deux initiatives sont regroupées sous le nom maakaup : Maakaup.com est une entité commerciale dont le but principal est d'encourager la consommation de denrées de base locales. Quant au Club Maakaup, il s'agit d'un rassemblement informel de citoyens dont le but est d'encourager le développement de petites fermes et d'entreprises artisanales en milieu rural, d'offrir un marché aux producteurs, y compris à ceux dont l'offre est de petite quantité ou irrégulière.</p> <p>Tout le monde peut adhérer gratuitement au Club Maakaup. Seuls les membres du groupe peuvent acheter les produits, ceux-ci ne sont pas vendus sur Maakaup.com. À l'heure où ces lignes sont rédigées, Maakaup est une expérience toute neuve (née en mai 2009) mais déjà une base stable de consommateurs a été créée. Le bon relais de la presse et le bouche à oreille font que ce cercle partenarial continue de s'agrandir, du côté des consommateurs comme des producteurs.</p> <p>Étant donné le statut non lucratif du club et afin d'être en règle avec les lois et taxations estoniennes, le groupement procède pour le moment dans une logique don/contre-don: les fermiers reçoivent l'argent sous forme de donations de l'association et en retour, les consommateurs reçoivent les produits comme s'ils étaient des cadeaux!</p> <p>Le but à long terme est de créer un modèle de franchise reproductible. Chaque franchise pourrait ainsi offrir des pos-</p>

DESCRIPTION	sibilités de marché pour environ 10 fermiers, 100 à 200 consommateurs, et créer 2 ou 3 emplois pour l'encadrement de la démarche. Pour atteindre ce but, Maakaup devra troquer son statut d'association à but non lucratif pour celui d'entreprise.
PLUS D'INFORMATIONS	Sirkka Pintmann, Irena O'Connell Site : www.maakaup.com Intermédiaire : Réseau International URGENCI 5 rue J.J. Rousseau 13400 Aubagne (France) Tél. : +33 (0)4 42 32 05 75 Email : contact@urgenci.net Site : www.urgenci.net

coopérative Fermière de Méan Coopérative associant producteurs, consommateurs et salariés	
ORGANISME	Exploitation coopérative La Fermière de Méan (Belgique)
LOCALISATION	Maffe, Wallonie, Belgique
NATURE DE L'INITIATIVE	Développement et professionnalisation d'une démarche traditionnelle de vente directe sur l'exploitation, création d'une coopérative associant producteurs, consommateurs et salariés.
DESCRIPTION	<p>La Fermière de Méan est une coopérative qui s'est créée en 1986 afin de commercialiser des produits biologiques de qualité. La coopérative a d'abord vendu les produits des producteurs membres sur les marchés de la région. En 1990, la Fermière de Méan démarre la production de ses propres fromages à partir du lait des agriculteurs membres. Elle a bénéficié d'appuis financiers et logistiques et de formation par le biais de différents programmes européens (Programme de développement intégré (PDI), Programme de développement des zones rurales (PDZR), LEADER).</p> <p>La coopérative réunit producteurs, consommateurs et salariés, représentés de façon paritaire au sein du conseil d'administration : elle tient donc à la fois de la coopérative agricole, de la coopérative de consommateurs et de la coopérative ouvrière. Aujourd'hui la Fermière de Méan assure un revenu principal à environ 15 personnes et un revenu complémentaire à une trentaine de personnes (producteurs et salariés). Elle est présente sur les marchés ambulants de la région et a aménagé un magasin de vente directe.</p> <p>En 1999 - 2000, en pleine crise de la dioxine en Belgique, la coopérative avait doublé ses ventes sur certains marchés. Prenant note de cette position stratégique en termes de traçabilité, la coopérative a au fil du temps consolidé ses relations avec les clients en améliorant la qualité des produits et la formation des vendeurs à l'accueil. Elle publie aussi un bulletin d'information trimestriel pour ses clients.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Route de Durbuy, 14
5374 Maffe
Tél. : +32.86.32.23.43
Fax. : +32.86.32.36.89

Fiche réalisée avec l'aide du Bioguide de Bruxelles,
www.bioguide.be

DE L'AUTRE CÔTÉ DU PONT Un café–restaurant agricole et coopératif	
ORGANISME	Société coopérative de production (SCOP) De L'autre Coté du Pont
LOCALISATION	Lyon, France
NATURE DE L'INITIATIVE	L'Autre Côté du Pont est un restaurant–café culturel misant sur le lien direct entre producteur et consommateur
DESCRIPTION	<p>De l'Autre Côté du Pont est un café–restaurant bâti en SCOP (société coopérative de production), qui se veut un relais pour les producteurs fermiers. La cuisine est de saison avec 80% d'approvisionnement en local et en direct, depuis des productions biologiques ou paysannes. L'Autre Côté du Pont est donc « non pas dans une démarche de négociation mais de co-développement ». Pour ce faire, la SCOP a tissé des relations avec des réseaux de producteurs (ADEAR, ALLIANCE, AVEC) ou des maraîchers indépendants, coopératives bio, fromagers, éleveurs etc. La politique tarifaire pratiquée en salle permet d'accueillir tous types de publics (employés, ouvriers, cadres, étudiants). Les produits vendus au bar participent de la même démarche. Pour ceux issus de filières équitables, De l'Autre Coté du Pont privilégie de petites structures agissant localement « afin d'éviter autant que possible les grands labels de distribution monopolisant le concept pour dynamiser leurs profits sur la bonne conscience ».</p> <p>La liste des producteurs est disponible en ligne, le travail des producteurs étant ainsi d'autant plus mis en avant.</p> <p>Outre ces aspects relatifs aux circuits courts, L'Autre Côté du Pont est aussi un lieu de culture, basant sa démarche sur le respect du public et de l'artiste, qui perçoit un cachet. Pour le public, une triple tarification réduite est appliquée.</p> <p>Enfin, De l'Autre côté du Pont est né d'une « association agricole », Contresens, compétente notamment en matière de catering et buvettes festives. Aujourd'hui le café–restaurant continue sur cette lancée en apportant le</p>

DESCRIPTION	soutien logistique à Contresens. Différents partenariats ont vu le jour à l'occasion d'événements dans la région, dans les champs culturels ou environnementaux.
PLUS D'INFORMATIONS	De l'Autre Coté du Pont 25 cours Gambetta 69007 Lyon Tél. : 00 33 (0)4 78 95 14 93 Email : contact@delautrecotedupont.fr Site : www.delautrecotedupont.fr

LA BARJE Des bars-terrasses en circuits courts	
ORGANISME	Association La Barje
LOCALISATION	Genève, Suisse
NATURE DE L'INITIATIVE	Nature de l'initiative : L'association La Barje a mis sur pied deux bars-terrasses, dont la carte de produits locaux, artisanaux, bio ou équitables s'assortit d'une gestion économique, sociale et environnementale soutenable.
DESCRIPTION	<p>Le premier bar-terrasse est apparu en 2005, promenade des Lavandières à Genève. La roulotte implantée dans l'espace public propose depuis lors à la vente boissons et petite restauration, de mai à septembre et sept jours sur sept.</p> <p>La Barje fait la part belle aux circuits courts. Contrairement à la majorité des restaurateurs et cafetiers, l'association n'est sous contrat avec aucun grand groupe. Ce gage d'indépendance lui permet d'accorder ses choix de produits avec ses convictions. Les produits vendus sont en majorité issus de modes de production bio ou raisonnés, dans un rayon kilométrique le plus restreint possible. La Barje permet ainsi une croissance du chiffre d'affaires de fournisseurs et producteurs locaux, qu'elle choisit et connaît. Le volume des produits acheté par La Barje est significatif : en 2008, CHF 111'799.83.- (environ 48 634 €) ont été investis dans l'achat de marchandises à des petits producteurs ou des entreprises travaillant avec des produits issus du commerce équitable. Quatre fournisseurs locaux se partagent 80% du volume d'achat total.</p> <p>Du côté du souci environnemental, l'action se veut complète : l'acheminement des produits est pensé pour privilégier des modes de mobilité douce ; la vaisselle utilisée est compostée ; le tri des déchets, assuré. Enfin les prix raisonnables des produits contribuent à battre en brèche le préjugé assimilant l'alimentation bio et/ou de qualité à une niche réservée aux populations aisées.</p> <p>Le projet ne s'arrête pas aux aspects environnementaux. Le</p>

DESCRIPTION	<p>bar-terrasse se veut aussi un espace de culture permettant une vivacité culturelle locale et une cohésion sociale plus grandes. Des animations culturelles sont régulièrement proposées ; les samedis sont animés par les associations partenaires. La Barje travaille par ailleurs avec des foyers accueillant des jeunes en difficulté, fournit de plus une douzaine de « petits jobs » décents et justement rémunérés à la jeunesse du Canton.</p> <p>Une nouvelle terrasse a été créée en 2009, près du musée des Sciences de Genève. L'ouverture de ce deuxième lieu permet d'élargir l'offre et le public, donc d'accentuer les externalités positives du projet : plus de débouchés pour les producteurs de la région, plus de ressources et de visibilité pour les associations locales, etc. L'ouverture a été chapeautée par la Délégation à la jeunesse de la ville de Genève, ce qui est bien la preuve du succès des Lavandières et de l'intérêt qu'ont les pouvoirs publics à essayer cette expérience.</p> <p>Créative, l'équipe de La Barje esquisse d'ores et déjà d'autres projets : ouverture d'un bar à l'année, mise sur pied d'une centrale d'achat permettant aux associations d'accéder à des fournitures labellisées... « A quand une gestion durable de tout le domaine public ? » s'interrogent les responsables de La Barje.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Association La Barje c/o Apres-ge Rue Liotard 5 1202 Genève Tél. : +22.344.83.56 Email : info@labarje.ch Site : www.labarje.ch</p>

2. Potentiel de développement

Les nouvelles tendances de la consommation, qui conduisent à rechercher davantage des produits sains, naturels, marqués d'une identité liée à un territoire (montagne, espace protégé, etc.) ouvrent des opportunités de marché aux produits des zones rurales. De plus, pour les produits locaux vendus en circuit court, on constate souvent que la demande est supérieure à l'offre, et que cette demande est toujours croissante depuis quelques années.

La multiplication des dépôts de paniers et des Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs, qui sont bâtis à l'initiative des consommateurs, en est un signe. L'essaiage prometteur de ces systèmes, notamment vers les pays d'Europe de l'Est* et les Pays baltes, est tout aussi significatif du potentiel de ces circuits.

Autre débouché d'envergure, l'approvisionnement de la restauration collective est un marché qui voit de plus en plus le développement de partenariats directs ou quasi-directs entre producteurs et acheteurs.

Le marché de la restauration collective est en plein essor : le nombre de repas pris hors du foyer a en effet ces dernières décennies beaucoup augmenté, et la restauration collective fournit aujourd'hui « *un peu plus de la moitié des repas consommés hors foyer.* »⁷⁸

Un nombre croissant de responsables de points de restauration collective font le choix d'un approvisionnement local. Ce faisant, ils reconnaissent le rôle de ces filières et leurs externalités positives pour la société : régions dynamiques, création d'emplois ; mais aussi souci pour la nutrition, la santé, la fraîcheur des aliments. La restauration collective en « local » s'oriente généralement vers l'agriculture biologique, précisément par souci pour les aspects diététiques et environnementaux de l'alimentation servie.

Le mode de restauration en collectivité est pour les producteurs une source de débouchés réguliers et conséquents, puisque cela couvre les cantines scolaires, entreprises privées et publiques, hôpitaux, cliniques, foyers de personnes âgées, restaurants administratifs, centre sportifs, ca-

78. V.Fassel, Les ventes à la restauration collective : consommer local et biologique. In Les circuits courts alimentaires, G.Maréchal, éditions Educagri, 2008.

sernes, prisons, centres sportifs, centres de loisirs ou de vacances, portages à domicile, etc.

Lorsqu'une ville par exemple décide de convertir sa cuisine centrale aux circuits courts, cela peut toucher des milliers de personnes.⁷⁹ C'est aussi l'occasion de diffuser des produits à un public diversifié, ce qui peut avoir un rôle bénéfique pour informer et sensibiliser aux enjeux multiples liés à l'alimentation ; et pour toucher et fidéliser une plus vaste clientèle.

Les gestionnaires de restaurants collectifs, et les élus, ont un rôle important à jouer en la matière. Dans le domaine de la restauration bio et de proximité, l'Italie fait figure de pionnière : les apprentissages tirés des expériences menées dans la péninsule sont précieux, à l'heure où les systèmes de restauration bio de proximité intéressent de plus en plus de collectivités publiques et privées.

Du point de vue des coûts de telles démarches, il ne faut pas oublier que si l'approvisionnement en produits biologiques induit une augmentation du coût des matières, ces dernières ne représentent en moyenne qu'un tiers du coût des repas. Cela influe donc de manière limitée sur le prix payé par la collectivité et par l'utilisateur, surtout si parallèlement sont mises en place des mesures de réduction des déchets et du gaspillage alimentaire.

Autre terrain de développement des circuits courts, l'association entre marketing régional et agritourisme débouche sur des initiatives très diversifiées. Les produits de terroir en effet ne sont pas forcément bien valorisés dans les circuits commerciaux traditionnels, ou alors pas à un prix rémunérateur. Les circuits courts, en favorisant la production de denrées adaptées aux conditions et aux terroirs locaux, contribuent à valoriser un certain patrimoine qui peut participer aux démarches de marketing régional : mise en avant des qualités d'une région, dont son patrimoine naturel et culturel. Ces filières peuvent s'allier avec d'autres activités comme l'agritourisme, dont les pratiques suscitent de plus en plus l'intérêt des autorités régionales et européennes.

79. Pour des données chiffrées sur le potentiel de l'achat public durable, cf. supra. III.B.3.

L'ITALIE, PIONNIÈRE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE BIO ET LOCALE

Les collectivités se trouvent régulièrement confrontées à de nombreuses difficultés pour concrétiser leurs projets de restauration collective locale : comment trouver des produits locaux de qualité, quelle logistique mettre en place, comment financer le surcoût des repas, comment formuler les appels d'offres ?...

L'expérience de l'Italie en la matière fait office de modèle en Europe, et il est intéressant de comprendre les clés de réussite de ces démarches –qui bien entendu ne se sont pas réalisées du jour au lendemain et sans obstacle.

Ainsi, le réseau Alimen terra* (Réseau européen pour des systèmes alimentaires durables) a procédé à une étude comparative des contextes français et italiens, et a repéré les éléments déterminants suivants :

« > les Italiens sont restés très attachés à la nourriture de qualité et à leurs spécialités régionales, ils sont prêts à payer plus cher pour cela. Les coûts des matières étaient déjà supérieurs à ceux pratiqués en France, le passage à la bio n'a donc pas représenté un surcoût notable.

> le moteur des projets est l'axe nutrition-santé. Les médecins et des nutritionnistes ont su fédérer tous les acteurs. En France, les axes prépondérants sont en général l'accompagnement agricole et la structuration de filières, ce sont des points essentiels mais leur importance est plus difficile à faire comprendre au grand public.

> les actions de sensibilisation sont au centre des projets et interviennent à tous les niveaux : parents d'élèves, enfants, cuisiniers, enseignants, etc.

> les fonds publics sont intervenus au niveau de l'accompagnement de projet et plus particulièrement au niveau de la pédagogie et du suivi nutritionnel. La prise en charge du surcoût des repas n'est pas une pratique courante. »

Développer la restauration collective de proximité, y compris à travers les marchés publics, n'est donc pas une simple affaire de logistique : il s'agit aussi d'agir au niveau culturel, par des actions de sensibilisation, d'information.

Programme essaimage	
Essaimage des partenariats locaux et solidaires producteurs/consommateurs en Roumanie	
ORGANISME	Réseau international URGENCI
LOCALISATION	France, Europe de l'Est et Pays Baltes
NATURE DE L'INITIATIVE	Essaimage européen des Partenariats locaux et solidaires producteurs/consommateurs
DESCRIPTION	<p>En Mai 2008 le Réseau International URGENCI a répondu avec succès à un appel à projet de la Fondation de France : ce programme, « L'Europe en plus large », vise à favoriser une approche plus ouverte et plus favorable de la société française vers les pays qui ont intégré l'Union Européenne récemment.</p> <p>Le projet se propose de disséminer les AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne), actuellement en plein développement en France, dans 11 pays d'Europe Centrale et Occidentale et du Maghreb : Bulgarie, Roumanie, Slovénie, Hongrie, Slovaquie, République Tchèque, Pologne, Lituanie, Lettonie, Estonie, Maroc. Actuellement six missions sont effectuées simultanément, en Pologne, République tchèque, Hongrie, Roumanie et Lituanie. Le projet en est à ses débuts (il a commencé en juillet 2008), et la totalité est planifiée sur quatre ans. Au terme de ces quatre ans, des réseaux nationaux jumelés avec le réseau français devraient être constitués.</p> <p>L'avancée des projets et la tenue des délais indicatifs dépendent bien sûr des contextes nationaux. En Roumanie par exemple, l'action d'essaimage a déjà commencé en septembre 2007 avec le lancement d'une AMAP pilote à Timisoara. De même, il existe en Estonie, depuis quelques années un système assez vigoureux de paniers-légumes biologiques, livrés de façon hebdomadaire sur commande du consommateur par certains petits producteurs certifiés bio. L'initiative se situe dans la province de Voru, où une</p>

DESCRIPTION	<p>quinzaine de producteurs locaux desservent la ville universitaire de Tartu, dans le sud du pays ; près de 200 clients réguliers passent commande par courriel en choisissant parmi 110 produits différents dont la liste est rétablie de semaine en semaine. Le paiement s'effectue sur livraison.</p> <p>La Hongrie offre aussi un terrain propice à l'essaimage des partenariats producteurs-consommateurs. Les Jardins Ouverts, Nyittot Kert Alapitvány existent depuis 1999 et forment un réseau inspiré des CSA anglais. D'autres tentatives antérieures existent, à l'initiative de consommateurs et producteurs biologiques, inspirés des réseaux japonais des Seikatsu clubs. Ces tentatives cependant sont actuellement de belles endormies.</p> <p>La Lituanie et la République Tchèque devraient aussi être le terreau de collaborations fructueuses. En Lituanie, une réflexion est justement engagée à l'heure actuelle au sein du Ministère de l'Agriculture lituanien, en partenariat avec les organismes de producteurs et de consommateurs, afin d'envisager de nouveaux modes de production plus soucieux du développement durable.</p> <p>En République tchèque, 6% des terres cultivées sont déjà passées à l'agriculture biologique ; de plus Prague compte une population jeune, écologiste et alternative particulièrement importante. Des atouts certains pour l'essaimage auprès des consommateurs tchèques. Un système du type CSA y avait d'ailleurs temporairement émergé dans les années 90.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Réseau International URGENCI 5 rue J.J. Rousseau 13400 Aubagne France Tél. : +33.4.42.32.05.75 Email : contact@urgenci.net Site : http://www.urgenci.net</p>

<p style="text-align: center;">PODPORUJME SVEHO FARMARE (soutien à notre producteur)</p> <p style="text-align: center;">Essaimage des partenariats locaux et solidaires producteurs/consommateurs en République Tchèque</p>	
organismes	URGENCI, PRO-BIO LIGA, Svaz PRO-BIO
localisation	Prague, Région Bohême Centrale, République tchèque
nature de l'initiative	Premier PLSPC en République tchèque ; d'autres devraient suivre étant donné la demande croissante des consommateurs.
DESCRIPTION	<p>Le projet a débuté à l'automne 2008, lors d'une mission « essaimage » du réseau URGENCI en République tchèque, menée par une productrice et d'une initiatrice d'AMAP. Un groupe de consommateurs tchèques, organisé autour de l'ONG NGO PRO-BIO LIGA, s'est inspiré de leur expérience et l'idée a été lancée, en accord avec un producteur local, de créer une AMAP dans la région pragoise.</p> <p>Au printemps 2009, le groupe de 20 consommateurs s'est formalisé. Le producteur s'est engagé à livrer régulièrement les deux points de distribution situés à Prague ; les consommateurs de leur côté se sont engagés à ce que ce service soit prépayé, afin de s'assurer que les livraisons soient acceptées par tous. Le producteur est ainsi payé à l'avance pour 3 mois.</p> <p>Au début de l'été 2009, le groupe de consommateurs a organisé une visite à la ferme : les versements ont été effectués et les contrats signés. Les premières livraisons suivront bientôt. Plus de 50 personnes se sont déjà manifestées et souhaitent adhérer à ce système en tant que consommateurs. Si le système fonctionne bien dès les trois premiers mois de livraison, le producteur pourra étendre sa production et s'engager à fournir 20 consommateurs supplémentaires.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

En République tchèque : Jan Valeška
Intermédiaire : Réseau International URGENCI
5 rue J.J. Rousseau
13400 Aubagne (France)
Tél. : +33 (0)4 42 32 05 75
Email : contact@urgenci.net
Site : www.urgenci.net

restauration D'entreprise Bio et Locale	
ORGANISME	Ethias Assurances
LOCALISATION	Liège, Belgique
NATURE DE L'INITIATIVE	La compagnie d'assurances Ethias, troisième assureur belge, adopte le bio et local au sein de ses restaurants collectifs.
DESCRIPTION	<p>En 2000, le restaurateur Philippe Renard est devenu consultant auprès d'Ethias, qui souhaitait améliorer la qualité des repas servis collectivement aux employés de ses bureaux liégeois. Comme partout, potages en poudres, plats lyophilisés, omelettes congelées formaient le quotidien de la cuisine du troisième groupe d'assurances belge. Tout était donc à refaire.</p> <p>Peu à peu la filière s'organise ; en partenariat avec les membres de BioForum (association représentant la filière agricole biologique en Wallonie), P. Renard mène une campagne de communication auprès des producteurs bio pour les inciter à adapter leur offre aux professionnels de la restauration collective.</p> <p>Les contacts directs avec les producteurs et un choix pointu des matières premières sont privilégiés. Le budget de chaque repas entrée-plat-dessert est de 3,60€. 82% des produits sont des produits bio frais. La restauration collective, permet des économies d'échelle. Mais surtout, les menus sont élaborés en fonction des saisons : les produits sont donc moins chers. De plus les produits bio contiennent plus de matière sèche (une augmentation de 25% en moyenne), donc plus de nutriment, une satiété plus rapide, avec des quantités moins importantes. Un exemple concret cité par P. Renard : en préparant un potage avec des légumes bio, les légumes sont à poids égal plus chers que s'ils venaient de la grande distribution. Mais la différence de prix est quasiment compensée par le fait que 18 kg de légumes bio suffisent, contre 25 kg de légumes de la grande distribution, pour atteindre le même résultat gustatif. L'ap-</p>

DESCRIPTION	<p>provisionnement en filière courte limite le suremballage, favorise la fraîcheur et privilégie le goût des aliments.</p> <p>Enfin la saisonnalité et la fraîcheur des produits satisfont les employés et les cuisiniers. Pour ces derniers, travailler avec des produits frais demande un peu plus de maintenance, notamment dans le nettoyage des légumes, mais permet d'exprimer sa créativité.</p> <p>En 2002, la cantine d'Ethias servait 120 repas par jour ; aujourd'hui 400 personnes viennent s'y restaurer quotidiennement.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Email : philippe.renard@ethias.be</p> <p>Site : http://www.bioforum.be/fr/biozine.php?section=conso&cat=53&id=56</p>

restauration collective durable Cantines durables, sensibilisation au goût et à l'environnement	
ORGANISME	Ville de Gênes
LOCALISATION	Gênes, Italie
NATURE DE L'INITIATIVE	Cantines durables et actions de sensibilisation
DESCRIPTION	<p>En 1997, le service de restauration scolaire s'est engagé à introduire des produits bio et raisonnés et du commerce équitable. La démarche s'est inscrite dans le long terme, et a supposé un travail de fond avec les fournisseurs. La ville a développé des actions spécifiques permettant d'établir des chaînes d'approvisionnement alimentaires totalement transparentes et retraçables. Ce service de consultance s'adresse à toute la régie municipale, mais aussi aux commerces qui le souhaitent. Cela a donné lieu à des publications : un manuel de la restauration durable pour les écoles, un guide des procédures internes pour l'hygiène et la qualité de la restauration scolaire, une charte de la restauration scolaire, un guide des menus -incluant les régimes alimentaires particuliers.</p> <p>Un soin particulier a été porté à la formation professionnelle et à l'acquisition de nouvelles compétences pour le personnel, car l'intégralité des repas désormais est préparée en cuisine. Cela a supposé de revoir tous les modèles de gestion du personnel mais aussi des changements logistiques importants. Un autre travail fondamental a été la mise en confiance et la sensibilisation des familles, des enseignants et des écoliers. Des réunions sont organisées, tous les trois mois, afin d'avoir un retour sur le service de restauration. Des programmes d'éducation à l'alimentation ont aussi été à cette fin mis en place par la ville, avec une attention spécifique pour la réduction du gaspillage alimentaire et à l'éducation au goût et à la culture gastronomique. D'autres projets ont éclos, comme des ateliers de cuisine, confé-</p>

DESCRIPTION	rences sur « l'école du goût », des opérations recyclage, des projets en collaboration avec l'université, destinés par exemple à prévenir l'obésité, ou à mesurer l'augmentation de la consommation de fruits (projet « Fruttometro »), etc. Les prix des repas scolaires ont aussi été revus, adaptables désormais aux ressources des familles, pour que le système, plus solidaire, permette l'accès de tous à une alimentation collective durable.
PLUS D'INFORMATIONS	Amina Ciampella ILVA 3 Genova 16128 Italie Tél. : +39.0105577254 Email : aciampella@comune.genova.it Site : www.comune.genova.it

menjador escolar sostenible (Des cantines durables) Insertion par l'emploi et restauration collective durable	
ORGANISME	Fundació Futur
LOCALISATION	Barcelone, Catalogne, Espagne
NATURE DE L'INITIATIVE	une entreprise de réinsertion par le travail fournit plus de 4000 repas durables chaque jour à des écoles barcelonaises
DESCRIPTION	<p>Depuis 2005, la Fundació Futur, association d'insertion par le travail, offre un service de restauration durable pour les cantines scolaires. Quatre axes sont privilégiés :</p> <ul style="list-style-type: none"> > saveur des aliments : choix de produits bios et/ou locaux, peu transformés, peu de surgelés ; > environnement : réduction des déchets, recyclage, compostage, etc. ; > social : promotion du commerce équitable et de proximité, attention portée à la justice sociale et la diversité ; > éducation : sensibilisation au goût et à l'environnement, promotion de l'autonomie et l'inclusion sociale. <p>L'entreprise a adapté son offre au budget des écoles, en réduisant sa marge de bénéfice pour certains produits et en proposant des menus revus par des nutritionnistes : moins de viandes, plus de fruits et légumes. L'équipe de cuisine est formée à l'utilisation de produits moins connus ou moins communément utilisés en restauration collective. Passé de 400 repas servis chaque jour en 2005 à 1200 en 2006 - 2007, le service a aujourd'hui été choisi par 13 écoles, soit plus de 4000 écoliers et enseignants.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Futur Just El SL C/ Hèrcules, 3 08002 Barcelona Espagne Tél. +34 93 3021927 Email : mes@futur.cat Site : http://www.fundaciofutur.org/</p>

Alimentation saine et Durable	
Restauration collective durable adaptée aux besoins des personnes hospitalisées	
Organisme	FARMA
Localisation	Sorø, West Zealand, Danemark
Nature de l'initiative	Trois hôpitaux approvisionnés en circuits alimentaires durables
Description	<p>En 2001, le West Zealand Council a affirmé vouloir porter une plus grande attention à la nourriture servie dans les institutions publiques, et en particulier dans les hôpitaux. Le Conseil a dans la foulée mené des recherches afin d'explorer les possibilités d'utilisation d'aliments bio dans la préparation des repas dans le secteur public. Un programme de deux ans a été mis en place, visant à introduire une offre en aliments bio dans les hôpitaux de la région, grâce à de nouveaux partenariats. A la fin du projet, en 2004, 50% de la nourriture servie dans ces lieux était bio, et son coût ne dépassait pas le budget préalable des hôpitaux à ce projet. Le projet se poursuit aujourd'hui, faisant appel à plus de produits bios et locaux.</p> <p>Une des clés majeures du succès a été la réduction du gaspillage alimentaire. Pour cela, on a demandé aux patients leur avis sur les menus et le service. Les changements appropriés ont été faits, tout en incorporant la saisonnalité. Résultat, les patients se déclarent « plus heureux » et les déchets ont été réduits. Les études préalables à la concrétisation du projet avaient montré que les patients ne mangeaient pas assez, en comparaison de leurs besoins pour récupérer. Cependant, au départ, l'équipe médicale était assez peu intéressée par le projet ; mais les premiers résultats les ont fait changer d'idée et par la suite, l'équipe a très fortement soutenu le projet.</p> <p>Le projet s'est aussi beaucoup appliqué à utiliser plus de produits simples, non transformés, ce qui a permis d'équi-</p>

DESCRIPTION	librer les dépenses supplémentaires dues aux achats bio. L'équipe en cuisine est satisfaite de ce changement, qui induit certes plus de travail, mais aussi un travail plus intéressant, plus valorisant. Les relations dans l'équipe semblent bien en avoir bénéficié aussi.
PLUS D'INFORMATION	Region Sjælland, Bygninger & Service Alleen 15 Sorø 4180 danemark Tél. +45 5787 5307 Email : abc@regionsjaelland.dk

manger Bio et autrement à La cantine	
Action publique de sensibilisation à l'alimentation durable par la restauration scolaire	
ORGANISMES	Conseil général de l'Isère, Association pour le Développement de l'Agriculture Biologique (ADABio), établissements scolaires de l'Isère
LOCALISATION	Département de l'Isère, France
NATURE DE L'INITIATIVE	Depuis 2001, ce programme vise à faire évoluer les comportements alimentaires des enfants et adolescents à travers une alimentation naturelle et locale, accompagnée d'actions éducatives.
DESCRIPTION	<p>Le programme "Manger BIO et Autrement à la Cantine" concerne l'ensemble des établissements scolaires de l'Isère et plus particulièrement les collèges. Il s'inscrit en cohérence avec le Plan national nutrition santé (PNNS) et avec la politique de développement durable du Conseil général de l'Isère, qui promeut la mise en place pour les produits locaux de circuits courts de commercialisation, la création d'une filière bio en Isère et la valorisation d'une agriculture de qualité.</p> <p>Lancé en 2001, le programme est coordonné par un comité de pilotage, associant des élus, des services du Conseil général (Agriculture, Éducation, Restauration, Environnement), des partenaires (ADABio, Un Plus Bio, Rectorat, Inspection Académique,...), des associations de parents d'élèves, de consommateurs, de protecteurs de la nature, ainsi que les principaux gestionnaires et cuisiniers des collèges isérois.</p> <p>L'objectif est de faire évoluer le comportement alimentaire des enfants et adolescents, à travers une alimentation naturelle et locale, accompagnée d'actions éducatives autour des thèmes de l'équilibre alimentaire, du lien entre agriculture, alimentation, environnement et santé, ou bien autour de la découverte des diversités culinaires et gustatives.</p> <p>Les collégiens bénéficient aussi d'animations éducatives et</p>

DESCRIPTION	<p>ludiques telles que des tables de découverte pendant les repas à la cantine, des visites d'exploitations agricoles, des interventions de diététiciens, etc.</p> <p>Par ailleurs, ce programme prévoit des actions auprès des parents d'élèves, souvent demandeurs d'une meilleure information sur la qualité des aliments, ainsi qu'auprès des gestionnaires des cantines souhaitant maîtriser les coûts et l'approvisionnement en produits issus de l'agriculture biologique. Des formations pour les cuisiniers des cantines des collèges sont proposées depuis plusieurs années et recueillent un vif succès.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>ADABio 40, av. Marcelin Berthelot BP 2608 38036 Grenoble Cedex 2 Tél. : +32 (0)4 76 20 67 54 Email : contact@adabio.com Site : www.adabio.com</p>

HÔPITAL MAGGIORE DE BOLOGNA	
Appel d'offres éco-responsable pour les hôpitaux et écoles	
ORGANISME	Hôpital Maggiore de Bologna
LOCALISATION	Bologne, Émilie-Romagne, Italie
NATURE DE L'INITIATIVE	8000 repas par jour en bio et local, adaptés aux régimes des patients de l'hôpital.
DESCRIPTION	<p>Suite à un appel d'offres éco-responsables réalisé conjointement par l'hôpital et les communes, c'est CIR Food, 5ème groupe italien de la restauration collective qui a remporté le marché. Au delà de la nourriture, le projet concerne aussi la consommation d'eau, le tri sélectif, le compostage des restes de cuisine, le don des repas non consommés à des associations de solidarité.</p> <p>Les matières premières sont bio à 70%, et représentent entre 2,30 et 2,50 € par repas. Les produits sont de saison et achetés régionalement autant que possible.</p> <p>13 menus différents sont proposés selon le profil des patients : classique, sans sel, sans gluten, post-chirurgie, etc. Dans les écoles, à l'inverse, il n'y a pas de choix proposé (sauf besoin particulier ou raison religieuse), cela fait partie de l'éducation au goût !</p> <p>Les choix de repas des patients sont centralisés par chaque service dans une base de données qui transmet les informations à la cuisine centrale. Chaque plateau repas est personnalisé. Des actions d'éducation alimentaire sont réalisées régulièrement, comme par exemple la semaine mondiale pour la réduction de la consommation de sel.</p> <p>Quelques chiffres pour donner l'ordre de grandeur de l'opération :</p> <ul style="list-style-type: none"> > 11 hôpitaux et écoles desservis sur un rayon de 32 Km > 8 000 repas par jour > environ 600 tonnes de légumes par an, 300 tonnes de fruits

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Alimen Terra et Réseau Manger Local

Sites :

www.alimenterra.org

www.manger-local.com

Fiche réalisée grâce au compte-rendu du « Voyage d'étude du réseau européen Alimen Terra », 5 au 8 mai 2009.

mensa civica Promotion à l'échelon européen de l'alimentation publique durable	
ORGANISME	Alimen Terra (porteur du projet)
LOCALISATION	Réseau européen
NATURE DE L'INITIATIVE	Alliance européenne pour un système public de restauration collective durable.
DESCRIPTION	<p>Mensa Civica a pour but de créer une alliance multi-acteurs au niveau européen pour faire avancer la connaissance et la pratique de la restauration collective durable, principalement publique, mais aussi privée.</p> <p>L'Alliance a été lancée début 2008, avec la participation de sept pays européens. Les actions promues visent à : définir des objectifs communs qui encourageront l'Alliance à grandir ; accroître l'influence politique des participants ; encourager les organisations internationales à adopter les principes et les pratiques d'une restauration collective durable ; organiser des activités afin de développer et de diffuser ces bonnes pratiques ; fournir de l'information et tout autre type de support aux membres ; créer une littérature commune.</p> <p>L'un des premiers chantiers de l'alliance a été de créer une charte, pour poser clairement les bases communes de ce qu'est une restauration collective durable.</p> <p>Celle-ci a ainsi été bâtie sur les principes suivants : des produits alimentaires de proximité, sains et financièrement accessibles ; des systèmes de production respectueux de l'environnement et socialement responsables ; la promotion de savoirs et une meilleure compréhension de l'alimentation, de la cuisine et de ses valeurs culturelles ; le respect des droits des employés du secteur alimentaire et des échanges respectant les critères du commerce équitable ou solidaire.</p> <p>Concrètement, Mensa Civica permet la rencontre et</p>

DESCRIPTION	l'échange entre les acteurs de la restauration collective durable, à travers des ateliers, conférences et échanges en Europe. Par ailleurs un guide des bonnes pratiques européennes a été publié et une base de données regroupant des initiatives est disponible gratuitement en ligne.
PLUS D'INFORMATIONS	Mensa Civica Emails : Clive Peckham : cpeckham@alimenterra.org Ida Fabrizio : ifabrizio@alimenterra.org Site : www.alimenterra.org

<p>natur und leben Bregenzerwald (nature et vie en Forêt de Bregenz)</p> <p>Agroécotourisme pour répondre aux besoins des producteurs et aux attentes des consommateurs</p>	
ORGANISME	Restaurateurs, opérateurs touristiques et collectivités locales.
LOCALISATION	Bregenzerwald, Vorarlberg, Autriche
NATURE DE L'INITIATIVE	Mise en place d'un réseau associant agriculture, restauration et tourisme.
DESCRIPTION	<p>Deux constats principaux ont motivé ce projet regroupant les producteurs, les restaurateurs, les opérateurs touristiques et les collectivités locales du Bregenzerwald : d'une part, les problèmes de concurrence et les difficultés du milieu agricole et agro-alimentaire, d'autre part l'engouement croissant des consommateurs pour les produits de terroir.</p> <p>En 1991, l'initiative Natur und Leben Bregenzerwald, voit le jour et mène une étude de marché sur la commercialisation des produits agricoles et les perspectives du secteur de la restauration. Il en ressort que les restaurateurs sont prêts à acheter davantage de produits locaux et qu'ils aimeraient qu'un système fiable d'approvisionnement en produits du terroir soit mis en place.</p> <p>Ainsi au cours des deux années suivantes, des alliances se tissent entre agriculteurs, bouchers, restaurateurs, mais aussi syndicat d'initiative, professionnels du tourisme et collectivités. Un cadre informel de collaboration se met en place, permettant le lancement d'une réflexion autour de trois axes : la préférence locale, afin de proposer des produits frais et limiter les pollutions liées au transport de marchandises; l'organisation d'événements tels que des expositions et des journées gastronomiques, afin de sensibiliser la population locale et d'attirer des visiteurs extérieurs; la mise en place d'un système collectif de distribution assurant l'approvisionnement de toute une pa-</p>

DESCRIPTION	<p>lette de produits dans des délais courts et à moindres coûts.</p> <p>Entre 1992 et 1995, en plus de l'important travail de relations publiques et de formation, 20 semaines gastronomiques sont organisées dans les restaurants participants, qui s'engagent à n'utiliser que des produits locaux et de saison (le nom des producteurs est précisé sur les menus, certifiant ainsi origine et qualité).</p> <p>Le groupement présente aussi ses produits et ses actions à l'occasion de plusieurs foires agricoles et gastronomiques. Il met en place des vitrines dans différents hôtels et auberges présentant des produits agricoles simples ou transformés fabriqués localement. Natur und Leben Bregenzerwald organise également des "petits déjeuners à la ferme", autre bon vecteur de promotion. Une récompense est décernée chaque année au produit agricole le plus innovant afin de mettre l'accent sur les nouvelles créations locales. Ces différentes actions contribuent à élargir l'utilisation et la consommation de produits agricoles locaux. Un plan marketing professionnel est élaboré.</p> <p>En 1995, le projet devient un programme européen LEADER II. La société d'exploitation se professionnalise et se constitue en agence de développement local. L'opération devient un projet global, s'appuyant sur un thème fédérateur : "Käsestrassen Bregenzerwald" (Les Routes du Fromage du Bregenzerwald). "Natur und Leben Bregenzerwald" devient également un label de qualité pour le tourisme, l'agriculture et la gastronomie.</p> <p>Les partenariats informels entre exploitants agricoles, hôtels, sociétés de tourisme, se structurent autour de la mise en oeuvre de mesures telles que l'aménagement de nouvelles formes de distribution des produits, l'installation et l'acceptation de systèmes de contrôle de qualité.</p> <p>La mise en place d'une structure de coopération entre des acteurs qui étaient auparavant concurrents a permis de tisser des liens professionnels et sociaux au niveau de l'en-</p>
-------------	--

DESCRIPTION	semble du Bregenzerwald. Cela a introduit des nouvelles dynamiques locales. La commercialisation en circuits courts a par ailleurs favorisé le maintien et la pérennisation des exploitations agricoles locales. Enfin, la proposition d'un produit gastronomique à vocation touristique a conduit les agriculteurs à adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement.
PLUS D'INFORMATIONS	Regionalentwicklung Bregenzerwald GmbH Impulszentrum Bregenzerwald A-6863 Egg Tél. : 0043 5512 2600 010 Email : regio@bregenzerwald.vol.at D'après l'Observatoire européen Leader http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-fr/biblio/index.htm

carrare	
Valorisation du patrimoine et sensibilisation à la consommation durable	
ORGANISME	Ville de Carrare
LOCALISATION	Toscane, Italie
NATURE DE L'INITIATIVE	marché de produits biologiques locaux, dans le cadre de la politique régionale d'alimentation durable.
DESCRIPTION	<p>L'historique "place aux herbes" de la ville a subi des rénovations et a été restaurée dans sa fonction traditionnelle d'accueil d'un marché, entièrement dédié aux produits biologiques locaux. L'attention portée au caractère biologique et local des produits proposés est encouragé par une loi de la région de Toscane qui instaure l'acquisition de produits biologiques locaux par les services publics et par les programmes d'éducation à la nourriture. Ainsi, en marge du marché, la mairie a conclu un contrat pour ses cantines publiques garantissant l'achat de nourriture durable. Plus largement, le projet de marché fait partie du plan de la mairie pour revitaliser son centre historique. La municipalité a fourni 14 étals permettant à 40 vendeurs sélectionnés de s'installer, qui vendent directement leurs produits. Ces producteurs n'ayant de surcroît guère de liens entre eux, ce marché leur permet aussi de se rencontrer, d'avoir des contacts avec des associations d'agriculteurs soutenant leur démarche.</p> <p>Le projet est aussi éducatif : des initiatives ont été prévues en marge du marché à destination des enfants, et un des étals est réservé à l'association de consommateurs afin qu'elle fasse de la promotion de ce type de produits. A côté du marché, une salle a été aménagée. Elle accueille des conférences relatives au développement durable et à l'alimentation. Ainsi, les conférences et les programmes scolaires permettent aussi de mieux faire connaître le projet aux habitants. En outre, le responsable éducation de la mairie s'est associé au projet afin de faire découvrir la nourriture durable aux enfants, en partenariat avec l'association de consommateurs ACU.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Sites :

<http://www.acu.it/>

<http://www.comune.carrara.ms.it>

<http://www.agenda21carrara.it>

D'après BOUVIER Thomas, Construire des villes européennes durables, Les cahiers de la Solidarité n°17, Think Tank européen Pour la Solidarité, 2009.

VALORISATION DE PRODUITS LOCAUX Agrotourisme, santé et éducation au goût	
ORGANISME	Mare & Monti
LOCALISATION	Province de Nuoro, Sardaigne, Italie
NATURE DE L'INITIATIVE	Valorisation de produits typiques dans les restaurants locaux et actions de sensibilisation dans les écoles.
DESCRIPTION	<p>La province de Nuoro est marquée par des problèmes socioéconomiques croissants, dus essentiellement à l'exode continu de la population, délaissant les zones rurales au profit des régions côtières et urbaines. En dehors de l'agriculture, les seuls secteurs présents dans la région sont l'artisanat, la construction et le commerce. Le secteur hôtelier est présent, lié au caractère particulier du territoire, aux ressources naturelles, et artisanat local. Toutefois la province a assisté à une réduction globale du nombre de touristes par rapport à d'autres régions de Sardaigne, en raison du manque d'installations à grande échelle.</p> <p>La stratégie de développement local s'est concentrée sur la valorisation du patrimoine naturel et culturel du territoire, l'amélioration de l'environnement économique afin de générer des emplois, et l'accroissement de la capacité organisationnelle des collectivités locales.</p> <p>Un projet LEADER + entrepris en 2004 – 2006 a permis d'étendre le marché des produits locaux afin d'améliorer la qualité des restaurants locaux et de promouvoir l'éducation nutritionnelle. Une étude de marché initiale a évalué tant l'offre (de produits locaux) que la demande (généralement par les restaurants, mais aussi par les cantines scolaires) du marché local. L'étude a examiné, entre autres, les possibilités d'établir des contrats de fourniture entre les restaurants et les producteurs locaux.</p> <p>Sur la base de l'évaluation du marché et des liens entre les producteurs régionaux et les acheteurs, en particulier, les activités principales ont été –et demeurent :</p>

DESCRIPTION	<p>> la création d'un réseau local reliant les producteurs et les restaurants (incluant des entreprises hors de la zone Leader), avec signature d'un accord de partenariat visant la fourniture de services de qualité axés sur l'utilisation de produits agroalimentaires locaux ;</p> <p>> la mise sur pied d'un système de communication afin d'améliorer l'éducation alimentaire : une série de séminaires a été organisée regroupant fonctionnaires, personnel responsable des marchés publics dans les cantines, familles et nutritionnistes. D'autres actions ont été menées à bien, comme la réalisation d'une pièce de théâtre, de livres et dessins animés sur le «cycle de vie des produits locaux» pour les enfants des écoles ; la production de matériel d'information sur la valeur des produits locaux pour les enseignants, les parents et les élèves ; l'organisation de visites scolaires dans les entreprises qui fabriquent des produits locaux.</p> <p>> Un protocole d'accord a, en outre, été signé avec la caisse d'assurance-maladie locale qui a fourni des informations et une orientation pour les activités du projet (notamment des informations sur un régime sain pour le livre d'exercices, une orientation pour la préparation et l'exécution de séminaires, etc.)</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Mare & Monti Via A. Mereu 55, I -08100 Nuoro Tél. . (39) 078 43 94 77 Email : info@galmaremonti.org Site : www.galmaremonti.org</p> <p>D'après « Meilleures pratiques Leader + 2008 » http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/index_fr.htm</p>

Bienvenue à La Ferme Réseau et marque d'agritourisme	
ORGANISME	Chambres d'Agriculture et membres du réseau
LOCALISATION	France, réseau national.
NATURE DE L'INITIATIVE	mise en place d'un réseau et d'une marque pour promouvoir un agritourisme de qualité
DESCRIPTION	<p>Le réseau « Bienvenue à la Ferme » permet depuis 20 ans de croiser l'offre des agriculteurs et la demande de la société. Depuis une trentaine d'années en effet, les agriculteurs français développaient des activités d'accueil touristique sur leur exploitation ; les motivations étaient notamment la recherche d'une ouverture sur l'extérieur, d'une manière de faire découvrir leur métier, de valoriser leurs productions et le souci de préserver un patrimoine bâti de qualité. Parallèlement, les consommateurs et les touristes recherchent de plus en plus un retour à la nature, expriment des exigences croissantes en matière de cadre de vie, de qualité des produits alimentaires, de loisirs, et souhaitent renouer des relations de proximité.</p> <p>Le réseau « Bienvenue à la ferme » est ainsi né à la croisée de ces demandes sociétales. Il s'agit du principal acteur de l'accueil touristique dans les fermes en France et d'un outil promotionnel, gage de qualité pour les consommateurs.</p> <p>Le réseau "Bienvenue à la Ferme", composé des membres-agriculteurs et de relais en région, assure des missions très variées : agritourisme, valorisation des produits et savoir-faire, conseil et formation pour ces activités, accompagnement pour le montage de projet, etc.</p> <p>Le réseau s'est doté d'une charte éthique et de cahiers des charges, garanties de la qualité des prestations touristiques et agricoles. Au-delà du gage de qualité, c'est aussi la démarche collective qui assure la garantie des consommateurs.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (APCA)
9, avenue George V, 75008 PARIS
Tél. : 00 33 1 53 57 11 50
Email : bienvenue-a-la-ferme@apca.chambagri.fr
Site : www.bienvenue-a-la-ferme.com

C. CIRCUITS COURTS ET ENVIRONNEMENT

1. Manger local et de saison

Étant donné l'impact des transports sur l'environnement, manger local permet a priori de diminuer son empreinte écologique.

Les circuits courts constituant des réseaux directs, éventuellement locaux, on peut penser que la réduction du food miles (kilomètre alimentaire) et l'absence de transports entre intermédiaires permettent de dégager une plus-value environnementale. Par exemple, dans le cas des distributions de paniers, les points de distributions peuvent être répartis à travers la ville. Ainsi le consommateur peut adhérer au groupe le plus proche de chez lui et avoir recours à des modes de mobilité douce pour s'y rendre. Ce mode d'approvisionnement peut ainsi faire partie de la palette d'outil à mettre en place pour l'élaboration d'une mobilité plus durable, en particulier dans le cadre urbain.

2. Un tableau à nuancer

Si l'on veut réduire l'impact sur le climat de son alimentation, il y a lieu en général de manger local et de saison. Toutefois l'impact des différents circuits doit être examiné de très près pour être fiable, tant les éléments socio-économiques, climatiques de chaque territoire entre en compte dans les calculs. Réduire les transports ne suffit pas.

Premièrement, le type de production (intensif, extensif, conventionnel, raisonné, biologique,...) joue plus dans le bilan environnemental que les transports. Par exemple, la sélection variétale et les techniques agricoles actuelles rendent possibles la production de fraises dans des régions aux conditions climatiques diverses. Mais les coûts environnementaux varieront fortement, tout comme la qualité gustative finale. Par exemple, la consommation d'énergie pour chauffer des serres en Espagne ou en Belgique ne sera pas la même, voire même variera dans le sud et le nord d'un même pays.

Deuxièmement, la distance parcourue ne suffit pas à évaluer la consommation d'énergie globale du transport. Il faut prendre en compte d'autres éléments, comme le mode de transport et le taux de remplissage du véhicule, y compris les trajets à vide associés au transport d'une denrée. Ainsi la logistique efficace des filières d'approvisionnement internationales, basées sur des transports de gros volumes, peut être dans certains cas moins énergivore, malgré de longues distances.⁸⁰

Ainsi, si l'on compare par exemple la quantité d'énergie nécessaire pour produire, conserver et transporter des pommes de provenance nationale, européenne, et de l'hémisphère Sud, on s'aperçoit que la pomme européenne nécessite moins d'énergie que celle de l'hémisphère sud pour une consommation entre octobre et en janvier. Par contre, à partir d'avril, la situation commence à basculer en défaveur des pommes européennes : à ce stade elles ont séjourné six mois en chambre froide. Par ailleurs, les chiffres du bilan énergétique augmentent encore si les pays européens de production et de consommation diffèrent et si les transports routiers sont privilégiés pour la distribution.⁸¹

Comme le souligne les études menées sur le sujet, il est important de souligner ces réserves, non pas pour dénigrer les circuits courts mais bien pour prendre conscience de certaines faiblesses qui pourraient être comblées par des mouvements de structuration et d'organisation permettant leur développement.

3. Impacts environnementaux positifs

Ces réserves mises à part, les circuits courts ont clairement des influences appréciables sur le coût environnemental global des repas qu'ils fournissent.

Production

On constate sur le terrain que les producteurs en circuits courts font sou-

80. Brochure « Initiatives autour de la relocalisation de l'agriculture et de l'alimentation », Civam 31 et Bleue comme une Orange, printemps 2009. et de l'alimentation

81. Comparing Domestic versus Imported Apples : A Focus on Energy Use, Llorenç Milà i Canals¹, Sarah J. Cowell, Sarah Sim and Lauren Basson. Article de "Environmental Science and Pollution Research", 2007. Disponible en ligne : <http://www.scientificjournals.com/sj/espr/Pdf/ald/9186>

vent le choix de pratiques agricoles moins intensives, voire de l'agriculture biologique. Cela peut être l'élément motivant un passage au fonctionnement en circuit court et/ou le résultat de ce choix.

La relation du consommateur aux produits change dès lors que l'approvisionnement se fait en filière courte : le critère de sélection prioritaire devient le goût, plutôt que la conservation ou la standardisation. Dans cette logique, les agriculteurs en circuits courts se tournent vers d'autres variétés de produits que ceux promus par les circuits longs conventionnels.

Les circuits courts représentent un espace favorable à la réintroduction d'espèces anciennes, disparues ou rares. Ces espèces sont adaptées au terrain et à leur environnement d'origine et s'inscrivent totalement dans l'écosystème local. Par ailleurs le déploiement de ces variétés permet aussi la mobilisation des citoyens (producteurs et consommateurs) sur ce thème. Des initiatives comme le programme « Redéploiement de la biodiversité »* d'Urgenci, ou la Charte du réseau Saveurs Paysannes*, en témoignent sur le terrain.

En fin de parcours, le consommateur peut avoir le plaisir de découvrir ou de redécouvrir certains produits. De manière générale, les modes de production plus favorables à l'environnement seront plus faciles à valoriser dans le cadre de relations directes ou presque entre producteurs et consommateurs.

Emballages et déchets

Le « meilleur déchet » est celui qui n'existe pas et les circuits courts ont un temps d'avance sur ce point. D'une part les produits des filières courtes, qui n'ont pas à subir de longs trajets, n'ont pas besoin d'un conditionnement aussi performant que ceux qui vont parcourir des milliers de kilomètres.

D'autre part la fonction communicative et publicitaire de l'emballage n'a pas de sens lorsque producteurs et consommateurs sont en présence : les circuits courts font le choix de « l'information plutôt que la publicité. »⁸²

82. Croc'éthic, réseau lyonnais de distribution de paniers bio en circuits locaux. <http://croc-ethic.org>

et DANS mon assiette ?

Pour minimiser la quantité de nitrates présente dans notre alimentation, la première chose à faire est de consommer des produits de saison !

Contrairement aux pesticides, les nitrates sont des substances naturelles, indispensables à la croissance des plantes, puisque c'est sous cette forme qu'elles absorbent la plus grande partie de l'azote dont elles ont besoin. Le problème intervient lorsque les teneurs en nitrates sont excessives.

Pour transformer les nitrates en protéines, les plantes ont besoin de lumière. En culture hivernale sous serre, la quantité de lumière n'est pas suffisante, et les nitrates s'accumulent dans la plante, qu'elle soit cultivée en bio ou en conventionnel. Le résultat est que les produits hors-saison contiennent souvent trop de nitrates, en bio comme en conventionnel ! Les teneurs en nitrates peuvent être extrêmement élevées dans certains légumes comme les salades et les épinards, s'ils sont consommés hors saison. Il ressort des contrôles effectués par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes dans l'hiver 2003 qu'un échantillon d'épinard sur quatre dépassait la limite légale de 3000 mg de nitrates par kilo. Pour les laitues d'hiver, un échantillon sur douze contenait plus de 4 000 mg de nitrates par kilo. Ces chiffres sont énormes lorsqu'on les compare à la teneur en nitrates de l'eau : cette dernière est considérée comme non potable lorsqu'elle contient plus de 50 mg de nitrates par litre. Autrement dit, une portion de 200 g d'épinards à plus de 3000 mg/kg de nitrates apporte autant de ces constituants indésirables que 6 litres d'eau à la limite de la potabilité !

D'après B.Godden, Agriculture et environnement, Université Libre de Bruxelles.

redéploiement de la Biodiversité Préservation et réintroduction de la biodiversité	
ORGANISME	Réseau International URGENCI et Institut scientifique Vavilov
LOCALISATION	France – Russie
NATURE DE L'INITIATIVE	Programme de redéploiement de la biodiversité à travers les Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs (PLSPC), à partir des collections d'un conservatoire de semences.
DESCRIPTION	<p>L'idée du projet est de réintroduire des espèces anciennes disparues de ces deux régions en s'appuyant sur la collection de l'Institut scientifique Vavilov de Saint Petersburg, qui est l'un des plus anciens et des plus complets conservatoires de semences. Deux expérimentations pilotes sont actuellement en cours dans le Sud de la France, depuis mai 2007, jusqu'à novembre 2009.</p> <p>Le projet se déroule en trois temps. Premièrement, les demandes des producteurs et consommateurs en variétés locales sont recensés et transmises à l'Institut Vavilov. Le conservatoire fournit les semences. Deuxièmement, l'entreprise locale de semences multiplie et distribue les graines auprès des agriculteurs en PLSPC. Les graines des variétés provenant de l'institut Vavilov sont accompagnées d'une fiche explicative et descriptive de la semence. Le producteur, lorsqu'il acquiert les graines, s'engage à communiquer ces informations à ses consommateurs. Enfin, la troisième partie du projet voit l'évaluation de la culture et des qualités du produit final. Un questionnaire est remis aux consommateurs afin de connaître leur opinion. L'intégralité de ces évaluations fait l'objet d'une synthèse qui est communiquée sans réserves à l'institut Vavilov.</p> <p>Le projet est donc fortement participatif : il s'appuie sur tous les citoyens, consommateurs et producteurs qui composent les PLSPC. Ceux-ci sont ainsi sensibilisés aux problèmes de la perte de la biodiversité et sollicités pour le bon déroulement du projet. A partir de cette expérience, le projet pourra être étendu aux PLSPC à l'échelle mondiale.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Réseau International URGENCI
Programme Biodiversité
5 rue J.J. Rousseau
13400 Aubagne (France)
Tél. : +33 (0)4 42 32 05 75
Email : contact@urgenci.net
Site : www.urgenci.net

CHARTe DU rÉseau saveurs PAYSannes	
Transparence des engagements de l'agriculture paysanne	
ORGANISME	Réseau Saveurs paysannes
LOCALISATION	Belgique
NATURE DE L'INITIATIVE	La charte du réseau permet de synthétiser les engagements communs des producteurs en circuits courts.
DESCRIPTION	<p>Le Réseau Saveurs Paysannes est la coordination nationale de promotion et de défense des produits paysans et artisanaux de Belgique, pour dynamiser la société paysanne en solidarité avec la société civile. Le circuit court est le cadre privilégié de l'action du Réseau. La charte du réseau se base ainsi sur dix principes, engagements de chaque membre signataire de saveurs paysannes. Ces dix principes sont :</p> <p>« 1. Répartir la production pour permettre au plus grand nombre d'accéder au métier et d'en vivre. 2. Être solidaire des paysans des autres régions d'Europe et du monde. 3. Respecter la nature. 4. Valoriser les ressources abondantes et économiser les ressources rares. 5. Rechercher la transparence dans les actes d'achat, de production, de transformation et de vente des produits agricoles. 6. Assurer la bonne qualité gustative et sanitaire des produits. 7. Viser le maximum d'autonomie dans le fonctionnement des exploitations. 8. Maintenir la diversité des populations animales élevées et des variétés végétales cultivées. 9. Raisonner toujours à long terme et de manière globale. 10. Rechercher les partenariats avec d'autres acteurs du monde rural.</p> <p><i>Pour inscrire l'agriculture dans le développement durable »</i></p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Flandre-Bruxelles :
Jean Pierre Cuvry et Jean Pierre Deleener
Tél. +32.392.52.59.19
Wallonie-Bruxelles :
X. Delwarte, F. de Gaultier et M. Paque
Tél. +32.65.33.55.03
Site : <http://www.saveurspaysannes.be>

RUOKAPIIRI (CERCLES ALIMENTAIRES)	
Soutien à l'agriculture biologique par le biais des PLSPC	
ORGANISME	
LOCALISATION	Finlande
NATURE DE L'INITIATIVE	Les Cercles alimentaires connaissent un bel essor en Finlande et assurent des débouchés croissants aux produits de l'agriculture biologique locale.
DESCRIPTION	<p>Les consommateurs participants aux cercles alimentaires passent commande auprès des producteurs de la région une fois par mois. L'hiver est la saison haute</p> <p>« L'été, les gens ont des vacances et des potagers. L'hiver, le cercle alimentaire fonctionne à plein régime », décrit Anna-Kaisa Ronkanen, qui fait partie d'un des cercles.</p> <p>Le réseau fondé par des étudiants de l'université en 2004 comprend à présent 15 cercles, dont une dizaine à Oulu. Ailleurs dans le pays l'enthousiasme pour l'alimentation de proximité grandit également. Des cercles alimentaires actifs fonctionnent entre autres à Tampere et en Uusimaa (région d'Helsinki). Rien qu'à Järvenpää, à proximité d'Helsinki, le réseau alimentaire compte une centaine de familles.</p> <p>Les cercles alimentaires ne sont pas une mine d'or pour les producteurs, induisant du temps et des transports, mais ils sont un vecteur de revenu assez stable et en croissance actuellement. Le mot circule d'une famille à l'autre. L'Agence Bio de la région, à Lumijoki, calcule le prix aussitôt qu'un peu plus de personnes rejoignent le réseau. A Järvenpää, le cercle alimentaire tourne depuis près de 20 ans. Une vingtaine de foyers y participent et le système connaît un bel essor actuellement. Revenu non négligeable pour les producteurs, les Cercles alimentaires fonctionnent aussi de temps à autre de manière démonétarisée, par l'échange de denrées. Afin de constituer des paniers plus complets et d'éviter aux consommateurs d'avoir à aller terminer leurs courses ailleurs, certains producteurs collectent les produits de différentes exploitations. Cela permet aussi d'effectuer des économies d'échelle au niveau des frais de transports.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Site : www.ruokapiiri.fi

Fiche élaborée avec l'aide de Jocelyn Parrot
Réseau International URGENCI
www.urgenci.net

PROASPAT DIN APROPIERE (PRODUITS FRAIS DES ENVIRONS) Préservation des écosystèmes et consommation locale	
ORGANISME	Focus Eco Center
LOCALISATION	Targu Mures, Roumanie
NATURE DE L'INITIATIVE	Des initiatives partenariales se mettent en place entre producteurs et consommateurs, afin de faire face aux profondes mutations des modes de production et de consommation que connaît actuellement la Roumanie.
DESCRIPTION	<p>A l'initiative du projet, impulsé en 2008 par l'ONG roumaine Focus Eco Center, se trouve le constat de l'arrivée dans la région de plusieurs entreprises multinationales de vente au détail. Conséquence : les habitudes de consommation ont connu des mutations brusques et massives, en évoluant vers des chaînes d'approvisionnement de plus en plus longues.</p> <p>Face à certaines conséquences néfastes de ce mouvement, l'équipe de Focus Eco center, entourée de bénévoles, d'habitants de Targu Mures et de fermiers des alentours, cherche à développer un système en autogestion, pour favoriser l'accès des consommateurs à des aliments de haute qualité et variés, tout en aidant à préserver les exploitations fermières de petite échelle qui existent encore dans la région.</p> <p>Le projet consiste donc à contacter des fermiers dont le travail est respectueux des écosystèmes et des ressources locales, et à les mettre en relation avec des consommateurs, par un travail de réseautage et de communication médiatique. La variété et les qualités gustatives des productions de ces fermes est un atout fort pour appuyer la démarche et convaincre les consommateurs. En revanche, la population est, aux dires des instigateurs du projet, trop peu sensibilisée aux problèmes sanitaires et environnementaux, ce qui à ce jour est problématique. Le manque de relais dans les médias des conséquences de l'agro-industrie, des pesticides, de la délocalisation des productions retarde une</p>

DESCRIPTION	<p>certaine prise de conscience qui, si elle n'est pas automatiquement transcrite en action, pourrait peu à peu pousser les consommateurs à s'engager dans la démarche de soutien à la petite agriculture locale.</p> <p>Pour le moment, deux groupes de consommateurs ont été constitués, soit 80 consommateurs, autour de deux producteurs. Des expériences similaires se mettent progressivement en place, comme à Timisoara, où une ASAT (équivalent d'Amap) de produits variés existe depuis 2008. A Sibiu, le Bureau de Consultation Agricole du Département semble intéressé à fournir son appui à la promotion et à la présentation du projet auprès des petits producteurs agricoles ; à Bucarest, des représentants du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural ont rencontré le comité d'essaimage d'URGENCI en 2008, en vue de projets à venir.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Focus Eco Center Coordinateur général : Zoltán Hajdu Str Crinului 22 540343 OP 1, CP 620 Tirgu Mures Roumanie Tél.: 0265/262.170 Email : info@focuseco.ro</p>

III. Recommendations

Les circuits courts sont un enjeu de développement durable pour les territoires. Zones périurbaines, rurales, touristiques, régions peu valorisées : où qu'ils prennent forme, ces circuits permettent d'accroître la « gouvernance alimentaire » par une mobilisation de l'ensemble des acteurs : producteurs, artisans, commerçants, restaurateurs, pouvoirs publics, consommateurs, etc.

Soutenir et permettre le développement de ces circuits coïncide avec la volonté de développer une production durable et une consommation responsable, en augmentant la part des produits saisonniers et de proximité dans les achats alimentaires, en répondant à la demande croissante des populations à la fois désireuses d'accéder à des produits sains et à des prix abordables, et en recherche de lien social. Autant d'objectifs entrent en cohérence avec ceux émis par l'Union européenne et par les États membres. Dans le rapport de la Commission européenne intitulé « From the farm to the fork »⁸³, la Direction Générale de la Santé et de la Consommation se donne pour objectif une traçabilité irréprochable des produits alimentaires dont la production met l'accent sur « la qualité, pas seulement pour la nourriture en elle-même mais aussi pour ce qui est de l'environnement rural ». Autant d'objectifs qui sont aussi ceux des circuits courts.

À l'heure actuelle, ces circuits viables à une échelle locale peinent à accéder à un modèle facilement transposable à grande échelle. Cela étant, même s'ils restent marginaux au regard des modes de production agricole et de distribution conventionnels, ces circuits recèlent un potentiel de développement important. L'intérêt économique du développement des circuits courts est réel, mais un certain nombre de difficultés sont mises en avant par les différentes organisations concernées.

83. From the farm to the fork, safe food for Europe's consumers. European Commission, juin 2004.

a. QUELLES DIFFICULTÉS ?⁸⁴

1. Fournir une offre en adéquation avec la demande

> Du côté des producteurs, il est souvent difficile de proposer une offre régulière et calibrée, adaptée aux habitudes de consommation actuelles. Le problème de la quantité se pose quant à lui pour les projets de restauration collective locale et/ou bio, qui demandent des volumes importants.

De plus, l'offre dépend des régions, pour les aspects climatiques et géologiques bien sûr, mais aussi pour les habitudes de production et héritages des politiques agricoles. Comme le souligne Gilles Maréchal, « *s'il est souvent facile [en France], dans les zones rurales, de trouver des fermes où se fournir (...), il n'en va pas de même dans les grandes agglomérations (...). Ailleurs, comme en Bretagne par exemple, c'est la diversité des produits qui fait défaut, l'agriculture régionale s'étant spécialisée dans le porc, l'artichaut et le chou-fleur. Le moindre maraîcher qui s'installe, croule sous les propositions de groupes de consommateurs.* »⁸⁵ On a bien là affaire à une limite des circuits courts : le manque de producteurs. Témoins de ce phénomène, les consommateurs sont plus souvent que les producteurs à l'initiative de ces filières.

> Pour les consommateurs, se tourner davantage vers la consommation de produits de proximité suppose des changements d'habitudes voire des changements culturels. Le panel des produits proposés est parfois vu comme insuffisant. De plus il impose une remise en question des pratiques, par exemple de suivre le rythme des saisons.

Ces circuits supposent aussi d'accepter, bien souvent, de consacrer une part un peu plus importante de son budget à l'alimentation pour avoir une meilleure qualité – c'est surtout le cas pour le bio. Cette question du prix est réellement un sujet épineux. Les prix des produits vendus en circuits courts apparaissent parfois trop élevés pour les consommateurs, mais il faut rappeler que le budget consacré par les ménages européens

84. Rapport final du groupe de travail Circuits courts de commercialisation, Ministère français de l'agriculture et de la pêche, mars 2009.

85. Vente directe, de la ferme à la fourchette, Le monde, 1 avril 2009.

à leur alimentation a globalement fondu ces dernières décennies. C'est a priori un progrès, mais on a vu à quel prix social et environnemental. Cependant, il serait hypocrite de le nier : certes, « *le gaspillage, les plats préparés, les gadgets alimentaires et les produits de luxe reviennent plus chers qu'une consommation bio responsable ; mais celle-ci reste plus coûteuse qu'une alimentation raisonnable, sans gadgets, etc. de produits non bio.* »⁸⁶ Ceci est toutefois à nuancer : certaines initiatives de circuits courts en vente directe (notamment de vente en ligne), proposent des prix inférieurs à ceux de produits similaires vendus en circuits longs.⁸⁷

2. Supporter les coûts de production

Les aspects fonciers, d'une part, peuvent être source de difficultés, par exemple pour l'acquisition d'une exploitation, pour agrandir une ferme, pour construire de nouveaux locaux, etc. Les problèmes liés au foncier sont exacerbés dans les territoires périurbains où la pression immobilière fait grimper les prix. Or, les circuits courts sont pour bonne part un phénomène urbain.

D'autre part, pour les producteurs, fonctionner en circuit court suppose d'avoir des compétences non seulement en matière de production, mais aussi en vente, communication, ingénierie de projet, transformation des produits, etc. Ce sont plusieurs métiers en un et cela demande du temps, souvent plus de main d'œuvre (en bio particulièrement), ainsi que des investissements en équipements : locaux de transformation, locaux de vente, véhicules pour les livraisons, équipements pour assurer la chaîne du froid, etc. Disposer des équipements adaptés et respecter les réglementations, notamment sanitaires, peut être coûteux.

3. Développer de nouvelles qualifications

Les circuits courts impliquent pour les producteurs des compétences en vente et en communication, afin que le produit trouve sa clientèle et puisse s'écouler régulièrement. Cela ne peut se réaliser que par l'accès à

86. MINET Luce, La constellation des groupements d'achat en Belgique, asbl Vivre...S, 2004.

87. Rapport final du groupe de travail Circuits courts de commercialisation ib.cit.

des formations complémentaires, à de nouvelles compétences professionnelles, à travers des formations personnalisées, des programmes, des cours, permettant l'accès à des connaissances sur les métiers de la vente, sur la publicité, et autres.

4. Connaître les possibilités et les réseaux existants

Pour les producteurs, cela signifie disposer de formations adéquates (initiales ou continues) et d'informations : sur la réglementation sanitaire, sur les démarches à suivre aux différentes étapes de l'activité, sur les réseaux déjà existants, etc.

Pour les consommateurs, cela nécessite une meilleure visibilité des circuits courts existants dans leur région, ainsi qu'une information accrue sur l'accès à ces filières, qui ne sont pas « réservées » aux catégories socioprofessionnelles supérieures et aux classes aisées.

B. QUELLES SOLUTIONS METTRE EN PLACE ?

Les autorités publiques ont à leur disposition différents leviers pour favoriser le développement des circuits courts :

(1) Elles sont l'acteur légitime pour animer, réunir et sensibiliser l'ensemble des parties prenantes aux circuits courts alimentaires durables, pour aider à la mise en réseau des compétences.

(2) Elles peuvent diagnostiquer et mettre en place des formations adaptées aux besoins de la profession.

(3) Elles ont un pouvoir d'orientation et de recommandation dans le cadre de ces projets territoriaux (lutte contre le changement climatique, Agenda 21, lutte contre la périurbanisation, etc.), et peuvent ainsi amener les activités agricoles vers une réflexion globale.

(4) Elles ont un rôle de prescripteur par des actions de sensibilisation et d'information auprès du grand public sur ces nouveaux modes de consommation, sur la saisonnalité. Elles ont aussi un fort potentiel en la matière en tant qu'acheteur public.

(5) Elles possèdent les compétences et la marge de manœuvre pour agir sur le foncier, l'aménagement du territoire, les marchés publics ; pour développer les cahiers des charges spécifiques.

Les perspectives d'action pourraient donc s'orienter selon trois axes principaux : améliorer la connaissance des circuits courts, développer les marchés publics, développer l'offre.

1. Améliorer la connaissance des circuits courts

Développer la recherche sur le sujet

Malgré le succès croissant des circuits courts, les connaissances sur cette nouvelle forme d'économie agricole demeurent partielles.

Développer ces filières suppose que leur analyse soit renforcée au niveau local, régional, comme global (ex. : Quelles sont les structures existantes ?

Quels sont leurs atouts et faiblesses ? Quels sont les dispositifs d'accompagnement existants ?) et selon différents angles (statistiques, études d'impacts sociaux, environnementaux, externalités économiques, etc.).

Le secteur de la recherche doit donc être mobilisé sur ces questions. De telles démarches ont déjà été menées ou le sont actuellement. L'amélioration des connaissances et l'échange de bonnes pratiques sont concrètement valorisés par la création de nouvelles filières et le renforcement de celles qui existent (ex. AAFN* et PROVE*).

Aider à coordonner offre et demande

Au niveau de leur fonctionnement très concret, ces circuits qui se développent de manière spontanée auraient tout à gagner à être plus coordonnés. En effet, des effets indésirables peuvent occasionnellement apparaître sur le terrain et s'avérer contre-productifs. Par exemple, dans certains cas la demande des consommateurs excède de loin l'offre qu'un producteur peut fournir ; à l'inverse, d'autres situations peuvent donner lieu à des phénomènes de concurrence entre des initiatives trop proches géographiquement ou trop proches dans leur forme.

Répertorier les activités des producteurs et identifier les demandes des citoyens constitue un premier pas fondamental pour l'amélioration des circuits courts.

Pour cela, les projets permettant le repérage des circuits et l'analyse de leurs caractéristiques sont d'une grande utilité.

Dans un second temps, les bottins et répertoires qui récapitulent l'offre accessible localement sont des outils pratiques pour les consommateurs en recherche de ces filières. Il est important que ce type d'initiatives soit encouragé. Quelques exemples : en Belgique, la Guilde des commerçants pour un développement durable et solidaire* a publié un petit pense-bête pour dépenser malin. Quant au site internet « Bioguide »⁸⁸ à Bruxelles, il recense les informations utiles et concrètes, les bonnes adresses, facilite la communication entre consommateurs et producteurs et favorise la mise en réseau des acteurs du secteur. Autre exemple : en Lettonie, le site « Zemnieks.infos »⁸⁹ est lui aussi un projet totalement indépendant, de

88. [www.bioguide.be]

89. [www.zemnieks.info]

type participatif et gratuit. Il permet à chacun, producteur comme consommateur, de mettre à disposition toutes les informations sur les producteurs, les lieux de production, les denrées de la production bio locale, et de donner son avis sur ces informations.

AAFN, ALTERNATIVE AGRO-FOOD NETWORKS Amélioration des connaissances scientifiques – projet européen	
ORGANISME	10 partenaires issus de 5 pays
NATURE DE L'INITIATIVE	projet européen de recherche et actions pour les réseaux alimentaires alternatifs
DESCRIPTION	<p>Le projet AAFN est fondé sur le Septième programme cadre de l'Union européenne (FP7/2007 – 2013).</p> <p>Il rassemble des chercheurs académiques et des organisations de la société civile (CSO) pour mener une activité de recherche coopérative et proposer un programme d'action sur les réseaux alimentaires alternatifs (AAFN).</p> <p>Le projet regroupe cinq institutions de recherche et cinq organisations qui traitent d'agriculture alternative et de développement rural dans cinq États membres de l'Union Européenne : Autriche, France, Hongrie, Pologne, Royaume-Uni. Le projet a commencé en février 2008 et durera jusqu'en mars 2010.</p> <p>Les buts sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> > d'analyser comment les politiques actuelles (au niveau européen, national et régional) facilitent ou gênent le développement des AAFN et comment un cadre stratégique pourrait soutenir leur développement ; > d'identifier des besoins de recherche importants pour les AAFN et donc orienter les agendas de recherche ; > d'analyser comment les AAFN relient divers types d'innovations – organisationnelle, culturelle, économique et technologique – pour asseoir le renforcement des politiques scientifiques européennes sur la « bio-économie du savoir »
PLUS D'INFORMATIONS	Email : mail@faanweb.eu Site : http://www.faanweb.eu

SALT (Systèmes alimentaires territorialisés) Amélioration des connaissances scientifiques	
ORGANISME	Fédération des CIVAM de Bretagne (pilotage)
LOCALISATION	Région Bretagne, France
PORTENAIRES	Associations de développement agricole et rural, chercheurs (Agrocampus Rennes, Université de haute Bretagne, Université de Rennes1 et Université de Nantes), chercheurs spécialisés du domaine (IEP de Paris, Agropolis, INRA et ISARA Lyon). Le projet a été retenu par le Conseil Régional de Bretagne dans le cadre du programme ASOSC (appropriation sociale des sciences).
NATURE DE L'INITIATIVE	Éclairage scientifique et soutien aux circuits alimentaires territorialisés.
DESCRIPTION	Le projet SALT (Systèmes alimentaires territorialisés) a réuni en Bretagne des praticiens du développement agricole et rural et des chercheurs, dans la perspective d'éclairer les dynamiques en cours et d'offrir une base de réflexion sérieusement établie aux acteurs (agriculteurs, consommateurs, agents de développement, élus). Mené de façon interdisciplinaire, le projet insiste sur la connaissance économique des circuits courts, aujourd'hui très fragmentaire. En effet de nombreuses initiatives de circuits courts alimentaires, portées par des producteurs, des consommateurs, des élus, ont vu le jour en Bretagne ces dernières années. Certaines contribuent de manière notable au dynamisme de territoires ruraux. Elles aident aussi à engager une évolution de l'agriculture vers des pratiques respectueuses de l'environnement, créatrices d'emploi et répondant aux exigences de transparence. Spontanées, ces initiatives peuvent aussi manquer de coordination. Le projet SALT vise ainsi non seulement un accroissement quantitatif du nombre d'initiatives locales, mais aussi une progression qualitative par l'amélioration

DESCRIPTION	<p>du fonctionnement et de l'efficacité de chacun des projets, par une meilleure coordination entre les projets, et enfin par un pilotage du développement des circuits courts en alimentant la réflexion des élus sur des bases scientifiquement validées.</p> <p>Pour cela les tâches effectuées sont axées notamment sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> > l'établissement de données scientifiques : définition des concepts, analyses des travaux déjà menés, monographies, bases de données et cartes ; > l'information et la mobilisation des acteurs en Bretagne ; > la publication de références et guides méthodologiques ; > l'organisation de formations pour différents types d'acteurs : élus, agriculteurs, consommateurs, agents de développement ; > l'organisation de conférences et rencontres pour le grand public ; > l'observatoire régional de systèmes alimentaires locaux, avec outil d'information géographique. <p>Au final le projet permet – dès à présent – de donner à tous types d'acteurs des clés pour le développement de circuits courts solides et viables.</p>
PLUS D'INFORMATION	<p>FR CIVAM Bretagne 17, rue du Bas Village CS 37725 35577 Cesson Sévigné cedex France Tél. : +33.2.99.77.39.20 Site : www.civam-bretagne.org</p>

MAKING LOCAL FOOD WORK	
Amélioration des connaissances et apport d'expertise	
Localisation	Royaume-Uni
Porteurs	The Campaign to Protect Rural England (CPRE), Co-operativesUK, Country Markets Ltd, The National Farmers' Retail & Markets Association (FARMA), The Plunkett Foundation, Sustain, Soil Association, Big Lottery Fund.
nature de l'initiative	Un programme de cinq ans pour soutenir et développer les circuits courts
Description	<p>Making Local Food Work est un programme d'une durée de 5 ans qui vise à renforcer les liens entre producteurs et consommateurs. Le programme regroupe sept organisations ayant chacune son domaine d'expertise – Il est soutenu par le Big Lottery Fund, fonds issu de la Loterie Nationale. En cinq ans, 10 millions de livres seront investies dans des initiatives promouvant l'alimentation locale sur les territoires urbains comme ruraux. Les projets concernent particulièrement les marchés de producteurs fermiers, les magasins de produits locaux, les groupements d'achats et des coopératives, les jardins familiaux, les plateformes de distribution, l'appui au développement des sites internet des différents projets.</p> <p>Par exemple, l'association SOIL propose des formations, conseils et soutiens, des études de cas, des informations techniques à tous ceux qui souhaitent développer des circuits Community Supported Agriculture (CSA, partenariats producteurs-consommateurs). L'association Sustain, en partenariat avec d'autres organisations, développe les ressources, outils pour développer les coopératives alimentaires, en construire de nouvelles, consolider l'existant. Des rencontres sont aussi organisées pour que les diverses initiatives puissent échanger. Le projet Community Shops & Local Food, mené par la fondation Plunkett, vise à développer ces marchés locaux par l'apport d'expertise sur le stockage, la vente, le marketing, les relations avec la clien-</p>

DESCRIPTION	tèle, etc. L'ensemble des initiatives, les études de cas, les liens, publications et toutes les informations utiles pour s'impliquer au quotidien sont regroupés sur le site du programme.
PLUS D'INFORMATIONS	Making Local Food Work The Plunkett Foundation Units 2 & 3 - The Quadrangle Banbury Road Woodstock Oxfordshire OX20 1LH Tél. : +44.1993.814.385 Email : info@makinglocalfoodwork.uk Site : www.makinglocalfoodwork.co.uk

GUTES VOM BAUERNHOF (LES BONS PRODUITS DE LA FERME) Cahier des charges de vente directe élaboré par un partenariat public-privé	
LOCALISATION	Autriche
NATURE DE L'INITIATIVE	Vente directe avec un label de qualité élaboré par les associations de consommateurs et le Ministère de l'Agriculture
DESCRIPTION	<p>Un cahier des charges a été élaboré conjointement par des experts des chambres d'agriculture, le ministère fédéral de l'agriculture, la sylviculture, l'environnement et la gestion de l'eau et par des organisations de consommateurs. Depuis 2002, les agriculteurs peuvent choisir d'adhérer à ce programme de qualité, dont le label « Gutes vom Bauernhof » est attribué par le Ministère.</p> <p>Le label apporte six garanties aux consommateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> > l'origine : les produits sont issus de la ferme, > de transformation à la ferme, traçabilité, > de savoir-faire : les agriculteurs ont reçu une formation initiale et suivent une formation continue, > sanitaire : respect de la réglementation, > de qualité : grâce à un système d'assurance qualité, > de conseil : le producteur accorde également des conseils à ses clients. <p>Sur le site « Gutes vom Bauernhof » figurent les informations concernant le label, ses implications pour les producteurs comme pour les consommateurs, une base de données répertoriant les fermes, marchés fermiers et magasins fermiers pratiquant la vente directe et souscrivant à cette démarche qualité, des recettes de cuisines, etc.</p> <p>On recensait début 2009 près de 1 700 exploitations agricoles, 376 marchés fermiers et 282 magasins de produits fermiers dans cette base de données, répartis sur l'ensemble du territoire autrichien.</p>

PLUS D'IN-
FORMATIONS

Margareta Reich Thaler
DW – 1460 E F
DBM Direkt vom Bauernhof
Marketingverein Hamerlinggasse 3
8010 Graz
Autriche
Tél. : +316.8050.1456
Email : office@gutes.at

GUILDE DES COMMERÇANTS POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE et SOLIDAIRE Amélioration de la visibilité des “commerces durables”	
ORGANISME	la Guilde des commerçants pour un développement durable et solidaire
LOCALISATION	Belgique : Brabant Wallon, Bruxelles, Charleroi, Chimay, Liège, Mons, Namur, Sud-Luxembourg
NATURE DE L'INITIATIVE	La Guilde rassemble localement des commerçants qui ont choisi de développer leurs activités commerciales en respectant des valeurs inscrites dans une charte commune : la solidarité, le respect de l'homme et de l'environnement.
DESCRIPTION	<p>« <i>Créer une synergie entre ceux et celles qui conçoivent l'humanité autrement qu'en terme de ressource, d'exploitation et de profit</i> » : c'est à partir de cet objectif qu'est née la Guilde des commerçants pour un développement durable et solidaire. Reprenant la tradition ancestrale des guildes (regroupements de commerçants par type de métier), des associations, sociétés ou indépendants ont choisi de se rassembler, avec pour fondement le partage de valeurs communes. Le premier réseau a vu le jour en Pays de Liège en 2003 à l'initiative d'une association liégeoise de consommateurs, « ainsi fonds font fond ». Par la suite le concept s'est étendu à Bruxelles et à la Wallonie, développé par la plate-forme d'économie sociale SAW-B et soutenu financièrement par Cera. Un comité d'accompagnement a également encadré la naissance du réseau, porté par BioForum Wallonie, Fair Trade Centre, SAW-B et « ainsi fonds font fond ».</p> <p>Tous les commerçants membres de la Guilde s'engagent à travailler dans le respect de valeurs inscrites dans leur Charte commune. Elle est une garantie pour le client en même temps qu'un manifeste commun pour la solidarité et le respect de l'homme et de l'environnement. Les activités se regroupent autour de trois pôles : développement envi-</p>

DESCRIPTION	<p>ronnemental, développement du commerce équitable, développement social. Chaque acteur de la Guilde s'engage à marquer une avancée significative sur un de ces axes sans développer de comportement inverse sur les deux autres.</p> <p>Les circuits courts se trouvent à la croisée des objectifs et valeurs ; c'est pourquoi de nombreux membres de la Guilde en sont eux-mêmes des acteurs au quotidien. Grâce à la guilde, les circuits courts s'intègrent au sein d'une plateforme locale de communication et d'action commune à Bruxelles et en Wallonie. Le but est de fédérer les projets économiques novateurs, de tisser une nouvelle façon de faire l'économie, afin de bâtir une communication grand public qui met en valeur ces richesses. L'économie sociale n'est pas un cercle étroit mais une dynamique et vise à s'étendre. Le développement des guildes entend y contribuer en ralliant de nouveaux acteurs qui font de l'économie autrement.</p> <p>La Guilde a aussi publié le Petit pense-bête pour dépenser malin, guide gratuit distribué chez tous les membres de la Guilde, afin d'informer les consommateurs sur les associations et commerces locaux actifs dans l'économie sociale, le commerce équitable ou l'environnement.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Rue Monceau-Fontaine, 42/6 6031 Monceau-sur-Sambre Tél. : 071 53 28 30 Fax. : 071 53 28 31 Email : info@saw-b.be Sites : http://www.laguilde.be/ www.saw-b.be</p>

2. Favoriser le développement de l'offre

Quels fonds européens ?

Le FEADER, Fonds européen agricole de développement de l'espace rural a parmi ses priorités « d'améliorer l'environnement et l'espace rural ; et d'améliorer la qualité de la vie et la gestion des activités économiques dans le milieu rural. »⁹⁰

Le programme européen LEADER (Liens Entre Actions pour le Développement de l'Économie Rurale) a été intégré au FEADER pour la période 2007 – 2013, sous la dénomination LEADER+ (qui est la quatrième génération du programme).

LEADER+ est destiné aux zones rurales qui mettent en place une stratégie de développement organisée autour d'une priorité ciblée ; le programme a donné lieu notamment à des cofinancements pour la mise en place de circuits courts de nature variée : on en trouvera quelques exemples parmi les bonnes pratiques développées plus haut (RECIPROCO, Fermière de Méan, Natur und Leben Bregenzerwald, Mare&Monti, etc.).

Le projet SOFTAGRI, qui a pour buts principaux d'élaborer une grille de critères de durabilité de l'alimentation et d'améliorer la communication portant sur les circuits courts, est quant à lui fondé sur le programme sectoriel Grundtvig. Celui-ci vise à améliorer la qualité et à renforcer la dimension européenne de l'éducation des adultes grâce à diverses activités de coopération au niveau européen afin d'offrir aux citoyens européens davantage de possibilités de mieux se former tout au long de leur vie.

Enfin nombre de projets s'appuient en partie sur le Fonds social européen (FSE), par l'intermédiaire de projets mis en place par ce fonds. Cela a été le cas avec le projet EQUAL, initiative du FSE pour la période 2000 – 2008 qui avait vocation à lutter contre toutes les formes de discrimination et d'inégalité dans la sphère du travail et de l'emploi, en s'appuyant sur cinq principes clés : partenariat, innovation, empowerment, transnationalité, diffusion des acquis. EQUAL a par exemple permis de mener le projet international VALUE, issu du rassemblement des projets CROC, PROVE, Oz Progresit, Terra di Lula.

90. Synthèse de la législation européenne, Site Europa : <http://europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/l60032.htm> consulté le 20 mai 2009.

Adapter les formations des professionnels

Il est important que les formations prennent en compte le succès croissant, donc les débouchés qu'offrent les circuits courts. Cela passe par les formations agricoles, donc par la modification des programmes scolaires des formations initiales, mais aussi par le développement de la formation continue dans ce domaine. Cette dernière doit en outre pouvoir s'adresser aux professionnels agricoles souhaitant faire évoluer leur exploitation vers les circuits courts, mais aussi aux adultes en reconversion professionnelle. Comme on l'a vu plus haut, les profils socioprofessionnels des producteurs en circuits courts sont variés et de plus en plus nombreux sont ceux qui, par exemple, ne sont pas issus du milieu agricole ou qui ont travaillé dans d'autres domaines avant de s'installer en tant que producteur.

Par ailleurs, le développement de la restauration collective, en particulier publique, suppose que les élus et membres des administrations publiques soient sensibilisés aux enjeux de ces circuits. En complément à la sensibilisation des élus, développer une fonction de facilitateur-conseiller en alimentation durable qui offre des services, informations et conseils aux collectivités, paraît aussi nécessaire.

Un rôle de facilitateur

Au niveau local, les autorités publiques peuvent agir comme des conseillers pour la production. Elles peuvent jouer un rôle de facilitateur, par exemple en amenant les parties à se rencontrer, et initiant et/ou supervisant les processus de développement de cahiers des charges et marques régionales, en structurant les filières.

Par ailleurs, comme vu plus haut, l'accès au foncier, aux prêts bancaires, aux subventions publiques peut être difficile pour les producteurs s'engageant dans ce type de filière. Le domaine du foncier et celui de la fiscalité sont très probablement deux leviers d'action sur lesquels agir, par exemple pour limiter la spéculation immobilière.

Remédier à ces difficultés est un des besoins fondamentaux relevés en France par le Plan national en faveur des Circuits courts. Le plan recommande des mesures pour favoriser l'installation des producteurs en circuits courts, telles que :

« > *établir des référentiels technico-économiques spécifiques aux circuits*

courts, afin de disposer d'outils permettant d'évaluer la viabilité économique de ces démarches. Une étude sera engagée en 2009 afin d'élaborer de tels référentiels ;

> intégrer la dimension « circuits courts » dans le dispositif des plans personnalisés de professionnalisation (PPP) pour l'installation par la désignation de spécialistes des questions relatives aux circuits courts dans le vivier des conseillers PPP ;

> mieux informer les agriculteurs sur les dispositifs d'accompagnement existants, notamment financiers, auxquels ils peuvent prétendre en mobilisant les structures spécialisées dans les circuits courts ;

> poursuivre la mise en place de chartes départementales de maîtrise du foncier agricole et sensibiliser les collectivités territoriales sur les dispositifs permettant de protéger les terres agricoles tels que les ZAP (zones agricoles protégées), les PAEN (périmètres de protection des espaces agricoles et naturels périurbains) et les SCOT (schémas de cohérence territoriale). »

Développer l'agriculture urbaine et péri-urbaine

Sans prétendre que l'agriculture urbaine est la panacée pour répondre aux enjeux du kilométrage alimentaire, cette activité pourrait toutefois s'inscrire dans une vision plus large de modification du secteur agricole et une orientation vers des filières relocalisées. L'agriculture urbaine rejoint en outre le concept de ville durable.⁹¹ Comme on l'a vu précédemment, les villes « occupent » de plus en plus d'espace à l'étranger pour subvenir à leurs besoins, du fait de leurs besoins grandissants (urbanisation) et de la provenance des denrées (globalisation des flux). L'agriculture urbaine pourrait en partie limiter la distance parcourue par certains produits et en limiter les coûts qui dépendent de ces transports. Cela suppose que les enjeux du développement des circuits-courts agricoles soient pris en compte dans les documents d'urbanisme.

Sans plonger dans l'autarcie, le choix d'une plus grande auto-suffisance est en tout cas le pari sur lequel tablent les « Transition towns » euro-

91. Voir pour les liens entre production locale et villes durables les travaux de DEELSTRA et GIRARDET, dont *Urban agriculture and sustainable cities* (2000) et l'ouvrage *Construire des villes durables européennes*, Think Tank européen Pour la Solidarité, 2009.

péennes. Ailleurs sur la planète, il faut mentionner les avancées impressionnantes effectuées sur le continent Nord-Américain, à Chicago, New York, Vancouver, Montréal, Toronto, etc. Bien sûr, les contextes géographique et climatique de toutes les villes ne permettent pas partout des cultures extérieures toute l'année. Cependant le développement de l'agriculture urbaine aux beaux jours et la création de marchés locaux ont pour double avantage de réduire la dépendance au transport et de jouer un rôle de sensibilisation.

BIO PICENO	
Rôle des autorités publiques dans la structuration des filières	
Localisation	Province d'Ascoli Piceno, Italie
Nature de l'initiative	structuration et soutien des filières bio locales de la province
Description	<p>Les producteurs bio de la province sont regroupés depuis 2006 dans le réseau Bio Piceno : partis de 20 agriculteurs, ils sont 150 aujourd'hui.</p> <p>La province a joué un rôle important dans la structuration des filières. Elle a missionné 3 personnes pour soutenir les filières bio locales, principalement en recensant l'offre disponible. Les producteurs appellent un numéro vert pour signaler leurs tarifs, produits disponibles et un montant de commande minimale. Ces informations sont ensuite mises en ligne sur le site filieracorta.org. Les clients commandent à un guichet unique, qui transmet les commandes aux agriculteurs concernés.</p> <p>Voici quelques exemples des réalisations effectuées :</p> <p>(1) Témoignage du Maire de Cosignano :</p> <p>Cosignano est un village de 1000 habitants, avec une cantine qui sert 50 repas par jour. Quatre communes se sont regroupées pour faire un appel d'offres par la restauration de leurs trois écoles durant quatre ans. La priorité a été donnée aux agriculteurs locaux.</p> <p>Le projet inclut un volet pédagogique, avec un potager à l'école et la formation des 18 cuisiniers. Presque tous les aliments sont biologiques, restent quelques difficultés en lien avec les habitudes alimentaires du public (résistance à la diminution des quantités de viande au profit des légumineuses) et quelques soucis logistiques pour le stockage.</p> <p>La région Marche finance le poste formation ainsi que 30% du surcoût du repas (les 70% restants sont pris en charge</p>

DESCRIPTION	<p>par la commune). Ces subventions de la région ont été accordées pour deux ans seulement. Le coût total des repas est de 5 € environ.</p> <p>(2) Témoignage d'Elio Lazzari, restaurateur bio et adjoint au maire de Massignano :</p> <p>La commune a créé le "Marché Bio et Typique" en 2005. Cet événement annuel de communication a permis de « démystifier » le bio, par des ateliers pédagogiques, des projections de courts-métrages, etc.</p> <p>Par ailleurs, il a constitué avec les communes voisines un réseau de restaurants bio pour mettre en valeur la gastronomie et les produits locaux : «la cucina degli orti».</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Fabio Sarmiento da Silva 347 rue du Maréchal Leclerc 76790 Le Tilleul Tél.: +33 2 35 28 00 62 Site : http://www.manger-local.com/</p> <p>Fiche réalisée grâce au compte-rendu du « Voyage d'étude du réseau européen Alimenterra, 5 au 8 mai 2009 »</p>

association avenir	
Soutien à l'installation en agriculture paysanne et aide à sa pérennisation	
ORGANISME	Association AVENIR 59/62. Confédération Paysanne, CEDAPAS, GABNOR et plusieurs associations de l'économie solidaire.
LOCALISATION	Nord-pas-de-Calais (France)
PORTENAIRES	Conseil Régional du Nord-pas-de-Calais, Conseils Généraux du Pas-de-Calais et du Nord.
NATURE DE L'INITIATIVE	L'association accompagne des porteurs de projets agricoles exclus des aides nationales à l'installation en agriculture, opère un travail de conseil auprès des élus et conduit différents projets d'économie solidaire.
DESCRIPTION	<p>L'association, créée en 1995, accompagne des porteurs de projets agricoles exclus des aides nationales à l'installation en agriculture. Les motifs de cette non-éligibilité aux aides sont divers : certains n'ont pas la capacité professionnelle agricole, d'autres sont considérés comme trop vieux (plus de 40 ans) ou bien n'atteignent pas le revenu disponible minimum (environ 15 000 €), d'autres encore ont des projets innovants ou de pluriactivité qui ne rentrent pas dans les critères d'obtention des aides.</p> <p>AVENIR aide les candidats à réfléchir et construire leur projet, en leur proposant des temps de rencontre individuels et collectifs adaptés à leur situation et à leur demande.</p> <p>La charte d'AVENIR cadre les types de projets à soutenir : soutien à « <i>tout projet rural qui s'inscrit dans une démarche, plus autonome ; plus solidaire ; plus respectueuse de l'environnement ; qui tient compte des réalités locales ; créatrice d'emplois ; développant les relations avec le milieu urbain.</i> »</p> <p>L'accompagnement alterne les temps de rencontres entre porteurs de projets en installation, accompagnement personnalisé et phases de travail collectives. Le tout permet une meilleure maturation des projets. Une fois le projet</p>

DESCRIPTION	<p>construit, un prêt d'honneur (maximum 4608 € sur 3 ans) peut être consenti sur des fonds attribués par le Conseil Régional, ainsi que par les Conseils Généraux du Nord et du Pas de Calais (7650 € sur 5 ans). Le porteur de projet sera suivi pendant 3 ans après son installation. Les aides à l'agriculture sont traditionnellement versées sous forme de subventions en agriculture. Le fait d'utiliser de l'argent public remboursable est un pacte de solidarité entre les futurs installés et les contribuables.</p> <p>Fin 2008, l'association avait financé environ 150 installations. L'analyse des bénéficiaires du prêt montre qu'environ la moitié a une situation précaire (sans statut, demandeurs d'emploi ou RMIstes), et/ou n'est pas issue du milieu agricole. Un tiers environ des personnes qui s'installent sont des femmes.</p> <p>En plus du prêt d'honneur, l'association a élargi sa vocation à la promotion de conditions favorables à l'installation. Pour cela, AVENIR rencontre les élus, ceux-ci ayant la capacité à mobiliser autour d'eux et à faire remonter les problèmes et les expériences de terrain. Echo à cela, des élus locaux et des communautés de communes contactent à présent AVENIR dans la perspective de permettre des installations pérennes sur leur territoire.</p> <p>Par ailleurs, AVENIR travaille avec d'autres structures, notamment la Plateforme Régionale pour une Agriculture Citoyenne et Territoriale, le réseau d'économie solidaire, et fait partie du « Collectif de l'Envie au Projet ». Souhaitant agir sur la question du foncier, qui est l'un des problèmes numéro un pour un projet d'installation, AVENIR a accompagné la création de Terre de Liens Nord-Pas-de-Calais.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>A.V.E.N.I.R Maison des Paysans 71 bis, avenue Roger Salengro 62223 St Laurent Blangy Tél. : +33.3.21.24.31.52 Fax. : +33.3.21.24.31.51 Email : avenir59.62@wanadoo.fr</p>

DOLINA STRUGU	
Association de quatre communes pour la mise en place de circuits courts	
LOCALISATION	Vallée de Dolina Strugu, "Petite Pologne" (région Sud-Est de la Pologne)
NATURE DE L'INITIATIVE	Une expérience de développement local pionnière : quatre communes se fédèrent pour lancer une entreprise de commercialisation directe d'eau minérale et de produits alimentaires locaux
DESCRIPTION	<p>Quatre communes de la vallée de Dolina Strugu se sont mobilisées depuis le début des années 1990 pour lancer un processus de développement local original. Cette région a conservé un tissu très vivant de petites exploitations agricoles. Conscients du capital que cela représente, les maires de quatre communes se sont mobilisés pour prévenir l'exode rural massif qui suivrait en cas d'intensification agricole. Leur première préoccupation a été d'assurer une qualité de vie suffisante aux populations locales afin de les inciter à rester sur place, ce qui est passé par exemple par la création d'une coopérative de téléphone pour assurer un réseau moderne à tous ses habitants.</p> <p>Par la suite ils ont constitué une association de développement local incluant les mairies mais aussi tous les acteurs locaux intéressés à développer la vallée. En 1997 - 1998 un programme de coopération avec les expériences du développement local au Portugal (avec INDE et les groupes LEADER) et en France (avec le Conseil Général de l'Aude et le CFPPA de Florac) financé par le programme européen ECOS-OUVERTURE leur a permis de former une équipe de jeunes animateurs et d'affiner leur stratégie.</p> <p>Le projet général de développement local a débouché, à partir de 1997, sur le lancement d'une entreprise de commercialisation directe d'eau minérale et de produits alimentaires locaux permettant de créer des liens entre petits agriculteurs de la vallée et consommateurs de la ville</p>

DESCRIPTION	<p>proche. Un système de distribution à domicile a été mis en place, afin de livrer des paniers diversifiés aux consommateurs. L'impact territorial et environnemental est réel : sur les 200 agriculteurs de la vallée, environ la moitié commercialise leurs produits à travers ce système. Ces agriculteurs ont été ainsi incités à maintenir leurs techniques traditionnelles pour garantir une qualité de leurs produits (non utilisation ou utilisation minimale d'engrais et de produits de traitement).</p> <p>Le système mis en place s'avère très compétitif sur le plan économique. Une centaine d'emplois ont été créés, notamment pour les livraisons, et l'entreprise fait des bénéfices qui lui ont permis d'accroître considérablement sa capacité, avec peu d'emprunts. Le système de commercialisation directe a permis d'impliquer 80000 consommateurs, qui vivant dans la ville proche (Rzeszów) ont souhaité s'impliquer dans le système.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Entreprise ALFRED Chmielnik Zdrój SA Chmielnik 146 36-016 Chmielnik Tél. : +48 17 2296588, Email : alfred@intertele.pl Site : www.alfred.itl.pl</p> <p>Fiche réalisée avec l'aide du Réseau International URGENCI</p>

POVE - PROMOVER e VENDER Projet partenarial pour la promotion et la mise en place de circuits courts	
ORGANISMES	11 partenaires portugais (et trois partenariats transnationaux)
LOCALISATION	Portugal : Alentejo Central, Mafra, Península de Setúbal, Oporto (Porto), Vale do Sousa
NATURE DE L'INITIATIVE	PROVE promeut et met en place des circuits courts, afin de remédier aux difficultés des micro-entreprises du secteur agricole, et notamment aux difficultés rencontrées par les femmes investies dans ce domaine.
DESCRIPTION	<p>PROVE est un projet impulsé sous l'initiative communautaire EQUAL. Il rassemble 11 partenaires (ONG, école supérieure, associations paysannes et producteurs, associations de développement local et de tourisme, municipalités, etc.), localisés dans plusieurs régions du Portugal.</p> <p>Le projet est né de plusieurs constats, plusieurs objectifs : au Portugal, les micro-entrepreneurs connaissent des difficultés d'accès au marché pour leurs produits. Les coûts de distribution, de transports, et de promotion portés individuellement les fragilisent et réduisent leur compétitivité par rapport aux grands distributeurs. PROVE vise donc à faciliter l'organisation des petits producteurs, pour réduire les coûts, leur permettre de réaliser des économies importantes, et partager les ressources, pour améliorer leur positionnement commercial et permettre l'émergence de nouvelles méthodes commerciales (notamment vente de « paniers » par internet). PROVE cherche aussi à sensibiliser les consommateurs aux circuits courts, aux produits locaux de qualité, à rendre possible de nouvelles relations directes entre les consommateurs et les producteurs locaux.</p> <p>Par ailleurs, un autre constat est que les femmes jouent un rôle majeur dans ce type d'activités et sont pourtant toujours exclues du processus de décision. Un enjeu est donc</p>

DESCRIPTION	<p>de promouvoir leurs activités économiques et sociales, d'éliminer les obstacles qui les empêchent de jouer un plus grand rôle comme entrepreneurs.</p> <p>PROVE est aussi partenaire de trois projets issus du programme européen EQUAL : en France, le projet CROC (promotion des circuits courts), en Slovaquie, le projet Oz Progresit (promotion de l'agritourisme) ; et Terra di Lula, projet italien associant développement local et environnement.</p> <p>La rencontre de ces quatre projets européens de lutte contre la discrimination et l'exclusion ayant donné naissance au projet international VALUE, s'appuyant sur des constats communs en dépit de contextes sociaux différents. Le projet international VALUE a donné lieu à des échanges dans chacun des pays afin de partager les expériences et croiser les points de vue.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Email : prove@prove.com.pt Site : http://www.prove.com.pt</p>

transition towns Amélioration de l'autonomie énergétique des communautés	
Localisation	Réseau international
Nature de l'initiative	A l'initiative de citoyens, des villes aux quatre coins de la planète réagissent aux défis du changement climatique et de la raréfaction du pétrole en améliorant leur autonomie énergétique ; ce qui comprend une refonte des modes de production, de distribution et de consommation alimentaire.
Description	<p>Ce mouvement des Villes en Transition part d'un double constat de crise : les changements climatiques et la perspective du pic du pétrole. Deux phénomènes qui vont nécessairement modifier nos manières de vivre ; l'idée est donc d'être proactif afin de ne pas simplement subir les changements.</p> <p>Chaque ville en transition se donne pour double objectif de bâtir un futur moins énergivore et de se doter d'une meilleure aptitude de « résilience », c'est-à-dire une meilleure capacité à faire face aux contraintes énergétiques, écologiques, sociales, économiques. Une meilleure autonomie en termes de nourriture, d'énergie, d'emploi, de transport, d'économie est donc recherchée. Ceci implique de relocaliser une grande partie des activités et des emplois, de modifier ses habitudes en matière de déplacements, de consommation. L'idée globale est aussi de créer une vision positive alternative et de construire un « plan de descente énergétique » qui vise le long terme car tous les paramètres d'une société trop énergivore ne se changent pas en un ou deux ans.</p> <p>Les Villes en Transition ont la particularité d'émaner de la population elle-même et non des autorités locales même si créer des ponts rapidement avec celles-ci est très souhaitable. L'idée n'est pas de se substituer à l'action des collectivités locales, des entreprises, des associations locales</p>

DESCRIPTION	<p>et de l'État.</p> <p>Par exemple la ville de Kinsale, en Irlande, où est né le concept de Villes en transition, a mis au point en 2005 un Plan d'action pour la descente énergétique. Cette initiative a été lancée par des étudiants et enseignants, avec le soutien de la municipalité. D'ici à 2021, le plan devrait permettre à la ville d'avoir une économie dynamique et autosuffisante et d'avoir réduit de façon spectaculaire sa dépendance vis-à-vis des énergies fossiles.</p> <p>Totnes, autre ville pionnière, est un concentré d'alternatives dans tous les domaines : énergie, habitat, économie, éducation, alimentation, santé et bien-être, arts, transports. Une monnaie locale y permet d'encourager le commerce local. Un « Garden Share Scheme » vise à encourager le partage de jardins privés. Toute personne possédant un terrain inutilisé peut conclure un contrat avec des planteurs jardiniers ne possédant pas de terrain.</p> <p>Le nombre de « Transition Towns » est en constante augmentation. A ce jour, 152 initiatives ont rejoint le réseau officiel (Transition Network) et plus de 700 localités se préparent à rejoindre le mouvement. Elles se situent surtout au Royaume Uni et en Irlande mais aussi aux USA, en Australie, en Nouvelle-Zélande, au Japon, au Chili, en France, en Italie, en Belgique.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	Site : www.transitiontowns.org/

3. Développer les marchés publics

Potentiel de l'Achat Public

De 2001 à 2003, le projet RELIEF⁹² a permis d'établir des données très précises sur l'impact de politiques d'achats publics, afin d'accroître l'écoefficacité des administrations publiques.

Réunissant six collectivités locales⁹³, et appliqué aux achats d'électricité, d'immobilier, de matériel informatique, de denrées alimentaires et de transports publics, RELIEF a permis de quantifier les incidences sur l'environnement de l'écologisation des produits, et de calculer les avantages financiers à retirer de l'utilisation de tels produits.

Les produits respectueux de l'environnement se sont révélés de grande qualité et financièrement avantageux. Les autorités locales ont constaté une nette diminution de leur facture énergétique et les aliments biologiques ne se sont pas révélés plus chers que les aliments classiques.

QUELQUES CHIFFRES

Pour rendre les résultats de la recherche plus parlants, les chiffres ont été convertis en équivalent-habitants. Il a par exemple été établi que si les cantines publiques se fournissaient en aliments biologiques (céréales, viande et lait), les dégâts infligés aux eaux et aux sols européens seraient réduits dans une mesure équivalente à la pollution causée par une population de 3.500.000 habitants ; la même action compenserait les émissions de CO₂ de près de 600 000 habitants ; et ainsi de suite !

Les acteurs publics ont donc un rôle déterminant à jouer en faveur de la production-consommation durable, grâce aux marchés viables qu'ils constituent. L'impact peut être énorme : selon les estimations de la Commission européenne, les administrations publiques en Europe dépensent chaque année 1.500 milliards d'euros en produits et services, ce qui équi-

92. « Environmental Relief Potential Of Urban Action On Avoidance And Detoxification Of Waste Streams Through Green Public Procurement ». www.iclei-europe.org/relief

93. Hambourg et Stuttgart en Allemagne, Zurich en Suisse, Malmö en Suède, Kolding au Danemark et Miskolc en Hongrie.

vaut à 16% du PIB de l'Union Européenne⁹⁴ ; dépenses qui comprennent notamment l'achat de nourriture biologique ou issue du commerce équitable.

Actions publiques en faveur des achats publics éco-responsables en Europe

Le Plan d'action pour une consommation, une production, une industrie durables

Le 16 juillet 2008, la Commission européenne a publié un Plan d'action pour une consommation, une production et une industrie durables.⁹⁵ Parmi la série de mesures visant à favoriser la conception et l'utilisation de produits plus écologiques, se trouve une communication sur les marchés publics verts (à différencier donc des marchés publics durables, qui incluent également les piliers « social » et économique »). À travers ce texte, la Commission encourage les autorités publiques à instaurer des critères écologiques lors de la passation de marchés publics. La Commission propose que, d'ici à 2010, 50% de toutes les procédures d'adjudication soient écologiques. La Commission a développé des critères de marchés publics verts communs aux États membres dans dix secteurs prioritaires, dont l'alimentation et les services de restauration.⁹⁶

Par ailleurs, la Commission Européenne a mis en ligne le site Green Public Procurement, consacré à l'achat public éco-responsable.⁹⁷ Y sont recensées – en anglais – de multiples informations, dont un manuel sur les marchés publics écologiques.

94. « A report on the functioning of public procurement markets in the EU : benefits from the application of EU directives and challenges for the future », 03/02/2004, rapport de la Commission européenne. Voir aussi le rapport Green Public Procurement in Europe, Conclusions and recommendations, 2006.

95. Commission européenne – 16 juillet 2008, "Plan d'action pour une consommation, une production, une industrie durables : l'Union européenne veut promouvoir les produits et les technologies respectueux de l'environnement". <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008DC0397:EN:NOT>

96. Les dix secteurs prioritaires sont : la construction, l'alimentation et les services de restauration, les transports et les services de transport, l'énergie, le matériel de bureau et les ordinateurs, les vêtements, les uniformes et le textile, le papier et les services d'impression, du mobilier, les produits et les services de nettoyage, le matériel utilisé dans le secteur de la santé.

97. http://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm

La campagne Procura +

Procura+ a été mise en place en 2004 par l'ICLEI, association des Gouvernements locaux pour le développement durable.⁹⁸ Le but est d'aider les administrations publiques à travers l'Europe à mettre en place des politiques d'achats responsables, et de promouvoir les initiatives ainsi lancées.

Actuellement, la campagne compte 26 participants dont des membres issus de 6 pays européens : Danemark, Espagne, France, Italie, Portugal, Royaume-Uni. Le site de la campagne centralise des informations pratiques, des pistes de réflexions et de nombreux outils fonctionnels pour évaluer sur le terrain sa politique d'achats et l'améliorer. Les guides et outils sont spécifiques aux différents domaines d'achats : fournitures, restauration, bâtiment, transports, etc. Les actions menées par les différentes villes participant à la campagne sont également présentées en ligne.

Parmi celles-ci figure l'exemple de Ferrara*, en Italie, qui témoigne bien des profonds changements et possibles blocages qu'implique le passage à la restauration collective locale et/ou bio. Comme bien d'autres collectivités, la Ville de Ferrara a donc adopté une méthode en « pas à pas » qui s'est avérée efficace.

98. Le Conseil international pour les initiatives écologiques locales (ICLEI) a été fondé en 1990 sous le parrainage du Programme des Nations Unies pour l'environnement, de l'Union internationale des villes et pouvoirs locaux et du « Center for Innovative Diplomacy ». L'ICLEI a pour mission de lancer et servir un mouvement international de communes, qui grâce au cumul des actions locales, enregistrent des améliorations notables de la situation écologique mondiale et des conditions de développement durable. L'ICLEI compte plus de 1082 membres dans 68 pays. Source : site de l'ICLEI : <http://www.sommetjohannesburg.org/groupe/frame-iclei.html>

POLITIQUE D'ACHATS VERTS	
Des choix écologiques pour les cantines de la ville de Ferrara	
ORGANISME	Ville de Ferrara
LOCALISATION	Ferrara, Région Emilie-Romagne, Italie
NATURE DE L'INITIATIVE	Toutes les crèches, jardins d'enfants et écoles municipales de la Ville servent des repas à 90% biologiques, grâce à une politique d'achats locaux mise en place étape par étape.
DESCRIPTION	<p>La ville de Ferrara (135 000 habitants) a commencé à se fournir en achats alimentaire bio dès 1994, à la demande d'un groupe de parents souhaitant que les cantines des écoles et des jardins d'enfants procurent une alimentation plus saine à leurs enfants. Ils ont ainsi initié une politique d'achats municipaux verts, intégrée à l'Agenda 21 local de la ville.</p> <p>La démarche s'est effectuée pas à pas. L'analyse du secteur agricole de la province révélant que celui-ci était propice à une politique d'achats locaux, un groupe d'experts a établi une liste de produits qui pourraient être servis (issus des secteurs biologiques, biodynamique, agriculture raisonnée) sans que cela suppose des frais supplémentaires. Puis le système fut lancé en 1994 par l'introduction de produits bio dans deux jardins d'enfants : tout d'abord des produits non périssables. Après un an, l'initiative étant réussie, elle fut étendue à tous les jardins d'enfants et crèches pour la période 1995 - 1998. Après cette période, un appel d'offre spécifique fut lancé pour l'approvisionnement des cantines d'écoles, jardins d'enfants et crèches. L'idée était d'obliger les fournisseurs contractants à donner la priorité aux produits sains, de qualité, de préférence locaux et bio.</p> <p>En 2000, 50% de la nourriture servie était bio. Alors qu'en 1994 les calculs préparatoires montraient que s'axer sur des produits bio exclusivement aurait coûté 50% de plus que le non-bio, en 2000, ce chiffre était descendu à 13%.</p>

DESCRIPTION	<p>Au fil des années, les appels d'offre furent étendus : davantage de structures concernées, davantage de produits. A l'heure actuelle 90% des repas servis dans les crèches, écoles et jardins d'enfants municipaux sont bio, ce qui représente une dépense totale de 1 440 000 € par an, ainsi investie localement.</p> <p>La politique d'achats écologiques de la ville s'est depuis 1994 largement étendue, au-delà des achats alimentaires : fournitures, transports, énergie, produits d'entretiens etc... sont à présent concernés. C'est une belle démonstration du fait qu'être à l'écoute des citoyens permet d'être innovant et de s'appuyer sur les communautés pour assurer le succès des mesures mises en place.</p> <p>Cependant tout n'est pas allé de soi : les problèmes principaux au début de l'expérience étaient le manque de disponibilité continue des produits bio et leur prix. Le premier problème est aujourd'hui résolu ; quant aux prix, on peut penser que la demande toujours plus forte en produits bio continuera à les faire baisser. Et malgré ces difficultés, le succès de cette expérience sur le long terme démontre que se fournir en produits bio est un système viable. Cette initiative pionnière a d'ailleurs inspiré des projets similaires dans la Région, prouvant là que ces politiques d'achats responsables sont bel et bien reproductibles.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Valeria Nardo Ville de Ferrara – Service des achats Piazza Municipale N° 2 I-44100, Ferrara Italy Tél. : +39.0532.41.92.77 Fax. : +39.0532.41.92.77 Email : nardo.economato@comune.fe.it Site : www.comune.fe.it/agenda21locale</p> <p>Source : Procura+ Manual – A Guide to Cost Effective www.procuraplus.org</p>

<p style="text-align: center;">GOOD FOOD IN THE PUBLIC PLATE Restauration publique durable en partenariat ONG/pouvoirs publics</p>	
ORGANISMES	Sustain, East Anglia Food Link, mairie de Londres
LOCALISATION	Royaume-Uni
NATURE DE L'INITIATIVE	une politique ambitieuse de mise en place de services de restauration publique durable
DESCRIPTION	<p>L'ONG Sustain s'emploie depuis plusieurs années à ce qu'une alimentation de qualité et s'appuyant sur des critères de durabilité soit offerte dans les services de restauration publique de Londres. En travaillant en partenariat avec les acteurs importants de Londres, divers projets ont été menés pour organiser l'approvisionnement local en informant les producteurs, en réduisant les coûts de transport, en travaillant au niveau des marchés de gros, en développant une marque « local to London » et en organisant des rencontres pour partager les expériences.</p> <p>Les projets ont bénéficié du soutien de la Mairie de Londres, une Commission de l'Alimentation y ayant été établie en 2004. Cela a permis de mettre en place une politique ambitieuse en la matière. En 2006 – 2008, £3.5million (4 millions €) ont été alloués à différents projets comme des formations gratuites pour développer l'expertise du personnel administratif et personnel de cantine dans les écoles, les hôpitaux, les maisons de retraite et les prisons dans la ville capitale (plus de 1000 personnes formées).</p> <p>En complément à ces démarches, un guide pratique a été publié pour mettre en place des systèmes de restauration plus durables dans le secteur public : écoles, hôpitaux, prisons, services sociaux, administrations diverses etc.</p> <p>Concrètement, le guide cadre ce que sont la restauration collective et l'alimentation durable, mais aussi fournit des conseils concernant les partenariats à mettre en place, la manière dont l'approvisionnement public fonctionne, les</p>

DESCRIPTION	<p>aspects législatifs etc. Une série de quinze bonnes pratiques y est analysée, originaires du Royaume-Uni et d'ailleurs.</p> <p>Le guide contient aussi des indications sur les produits de chaque région et saison, un modèle d'organisation stratégique, des listes de fournisseurs, des indications sur les possibilités de subventions et plus d'une centaine de liens renvoyant à des associations et structures compétentes et autres guides et publications utiles.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Sustain 94 White Lion Street London N1 9PF Royaume-Uni Tél. : +44.20.7837.1228. Email : sustain@sustainweb.org Site : www.sustainweb.org</p>

4. Promouvoir la diffusion des circuits courts

Un autre enjeu de taille est de sortir ces circuits de leur statut de niche et de faire en sorte qu'ils se diffusent dans toutes les couches sociales. Permettre l'accès de tous, quels que soient ses revenus, à ce type d'achat est un enjeu fondamental. Les fonds de solidarité entre consommateurs, mis en place dans certains PLSPC, ou le Contrat Social Multipartite* sont quelques exemples de ces outils associant circuits courts et innovation sociale.

À noter, le Contrat Social Multipartite, détaillé plus bas, est inspiré de la stratégie de cohésion sociale du Conseil de l'Europe qui, dans sa recommandation « Pour une consommation alimentaire responsable »⁹⁹, estime qu'il est nécessaire « *développer le dialogue et la coopération entre les pouvoirs publics et les différents acteurs de la consommation responsable, et de prendre des mesures susceptibles de donner une impulsion forte aux engagements sociaux qui animent l'économie solidaire (...)* » ; et que le Conseil de l'Europe « *a le devoir d'encourager la création d'une synergie entre les administrations, les citoyens et les entreprises autour de cette prise de conscience devenue incontournable.* »

Soutenir les mises en réseaux

Du fait de leurs atouts considérables, les circuits courts, sont l'objet d'un intérêt croissant de la part des pouvoirs publics. Cela se manifeste, on l'a dit, à travers la réorientation de marchés publics, par le lancement de projets de recherches cofinancés, mais aussi sous forme d'appui à la mise en réseau.

Parmi les appuis des pouvoirs publics, il faut distinguer les appuis nationaux et européens, qui s'impliquent dans la définition de cadres légaux, indicateurs, dans l'appui à la mise en réseau (cf. SOFTAGRI¹⁰⁰, FAAN) ; et

99. Recommandation 1786 (2007) « Pour une consommation alimentaire responsable », de l'Assemblée parlementaire [https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/AS\(2007\)Rec1786&Language=lanFrench&Ver=final](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/AS(2007)Rec1786&Language=lanFrench&Ver=final)

100. «SOFTAGRI, new educational approaches on sustainable food production and consumption» (nouvelles approches éducatives pour la production et la consommation alimentaire durable). Projet européen débuté fin 2008 et fondé sur le Programme Grundvig (apprentissage pour adultes). SOFTAGRI rassemble huit organisations issues du Royaume-Uni, d'Italie, de France, des Pays-Bas et de Hongrie. Le projet ne dispose pas à ce jour de site internet. Pour plus d'informations : info@risteco.it

les aides et projets plus régionaux, prenant éventuellement appui pour partie sur des fonds européens, mais globalement plus engagés dans des actions concrètes du fait de leur proximité sur le terrain (ex. PROVE*, SALT).

Les mesures de soutiens financiers permettent notamment aux réseaux de fonctionner de manière plus coordonnée, par exemple en embauchant un salarié coordinateur-administrateur, tout en conservant une place au bénévolat dont se nourrissent certains types de circuits courts. C'est le cas par exemple pour les Voedselteams, en Flandre : ces partenariats locaux de solidarité producteurs-consommateurs, créés en 1996, comptent aujourd'hui 105 groupes locaux. Cet essor s'est appuyé notamment sur le travail de cinq coordinateurs salariés. Le tout permet d'organiser l'association sur trois piliers non hiérarchiques, aux compétences réparties : bureau central (coordination, promotion, etc.), bureau régional (conseils pour le démarrage, contrôles qualités, etc.), groupes locaux, autonomes et portés par les citoyens. Des exemples similaires existent au sein du réseau AMAP, avec l'administration régionale du réseau AMAP Provence-Alpes-Côte d'Azur en France.

Si les mouvements citoyens se posant comme « alternatifs » peuvent être réticents à dépendre de subsides publics, il ne faut pas perdre de vue que le but des circuits courts reste pour les producteurs de trouver des débouchés locaux et stables à leur production, et pour les consommateurs d'avoir accès à des produits sains et de qualité. Les exemples de circuits ayant bénéficié d'appuis, financiers notamment, démontrent que de tels partenariats peuvent jouer un rôle très important de levier dans le développement de ces initiatives et de l'idée de consommation responsable.

Ces mesures publiques peuvent, dans certains cas, s'avérer cruciales, pour préserver des ressources existantes, pour éviter des situations irréversibles. Ces questions se posent aujourd'hui particulièrement dans certaines régions, comme en Europe centrale et orientale, qui disposent d'un capital de traditions et de savoir-faire très important à préserver (ex. supra, Dolina Strugu, Proaspat din apropiere, Podporujme svého farmáře).

CONTRAT SOCIAL MULTIPARTITE	
Promotion de la consommation durable auprès de personnes surendettées	
ORGANISME	IRIS, Interréseau Européen des Initiatives Éthiques et Solidaires
LOCALISATION	Strasbourg, France
NATURE DE L'INITIATIVE	Projet pilote de consommation responsable auprès de personnes surendettées, avant dissémination par le réseau européen Iris.
DESCRIPTION	<p>IRIS, constitué en janvier 2007, est un espace de dialogue et de coopération entre des réseaux européens et internationaux représentant les différentes familles des initiatives éthiques et solidaires : la finance responsable, le commerce équitable, la consommation responsable, les partenaires locaux producteurs-consommateurs, les entreprises d'intégration sociale, avec la participation et le soutien de partenaires institutionnels (le Conseil de l'Europe et la province autonome de Trento en Italie).</p> <p>Parmi les actions d'Iris figure le Contrat Social Multipartite (CSM), inspiré de la stratégie de cohésion sociale du Conseil de l'Europe, notamment la notion de coresponsabilité pour le bien être de tous. Il a été conçu et lancé dans le cadre des activités de la Plateforme de Dialogue sur les Initiatives Éthiques et Solidaires du Conseil de l'Europe.</p> <p>En 2007, 13 bénéficiaires en situation d'exclusion économique et de surendettement et 8 partenaires institutionnels et associatifs se sont réciproquement engagés, par contrat, à concevoir et adapter un projet d'apprentissage et découverte de la consommation responsable et citoyenne.</p> <p>Le projet prend appui sur trois piliers :</p> <ul style="list-style-type: none"> > une relation de partenariat (bénéficiaires partenaires) plutôt que d'assistanat. > l'engagement de l'ensemble des partenaires sur des ob-

DESCRIPTION	<p>jectifs partagés d'inclusion sociale et un chemin d'inclusion sociale défini ensemble.</p> <p>> l'introduction d'une dimension citoyenne dans l'inclusion sociale, notamment avec la consommation responsable et la finance éthique et solidaire.</p> <p>Les structures partenaires impliquées sont :</p> <p>> CRESUS, organisation spécialisée dans l'accompagnement des personnes surendettées et qui assure aussi le crédit social, les services sociaux publics concernés ;</p> <p>> CARITAS (épiceries sociales), les AMAP, et des magasins du Commerce Équitable : trois partenaires qui assurent l'accès à la consommation de base à des prix moins chers grâce à la collecte de fonds de solidarité ;</p> <p>> la Chambre de Consommation d'Alsace qui assurera un appui en termes de formation – accompagnement sur la consommation responsable ;</p> <p>> la NEF (Nouvelle Économie Fraternelle) pour l'accès à un compte bancaire, à un compte d'épargne solidaire et au crédit pour des petites activités économiques et/ou éventuellement des entreprises d'insertion si la réinsertion se pose en termes d'emploi.</p> <p>Plusieurs actions ont été proposées : adhésion à l'AMAP pour l'accès aux paniers de légumes à un prix réduit (grâce au fonds de solidarité des adhérents de l'AMAP), ateliers de cuisine et de sensibilisation à l'alimentation saine, différentes conférences sur la réduction des frais des ménages et la consommation responsable, un travail de groupe avec HUMANI PSY... les partenaires-bénéficiaires ont également ouvert un compte d'épargne à la NEF.</p> <p>Au terme de la première année, les parties prenantes ont souligné que le projet a permis de ne pas faire de l'assistanat traditionnel, mais de mettre en place une dynamique d'association, de responsabilisation afin de se réinsérer dans la société.</p>
-------------	---

DESCRIPTION	Sur les dix premiers bénéficiaires, trois ont pu effacer leurs dettes au terme de la première année, et ont poursuivi d'eux-mêmes le projet, sous la forme d'une association afin de préserver les liens qui se sont tissés au cours de cette année. Par ailleurs, l'expérience pilote a été reconduite en décembre 2008, avec dix nouvelles personnes en quête d'emploi ou allocataires du Revenu Minimum d'Insertion.
PLUS D'INFORMATIONS	IRIS Espace Nord-Sud, 17 Rue de Boston, 67000 Strasbourg France Tél. : +33 (0)3 88 45 01 53 Email : contact@iris-network.eu Site : http://www.iris-network.eu/

alimen terra	
Réseau européen pour les systèmes alimentaires durables	
ORGANISME	Alimen Terra
LOCALISATION	Réseau européen (Italie, Hongrie, France, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni).
NATURE DE L'INITIATIVE	Réseau d'organisations européennes engagées à développer des actions concrètes et partenariales aboutissant à la formation d'un système alimentaire européen véritablement durable.
DESCRIPTION	<p>Lors de la première grande manifestation organisée par les créateurs de AlimenTerra « Teruel 2001 – Une autre alimentation est possible », les participants (une centaine de délégués d'organisations paysannes, de consommateurs, sociales, académiques, professionnelles et non-gouvernementales, de 11 pays d'Europe et trois pays d'Afrique, Asie et Amérique Latine), ont reconnu que le système alimentaire dominant en Europe est responsable d'habitudes nutritionnelles médiocres et de la grave crise du système alimentaire : mondialisation des modèles alimentaires, uniformisation des systèmes de production et des produits, distance accrue entre producteurs et consommateurs, augmentation de problèmes de santé dus à l'ignorance de l'importance d'une bonne nutrition. Les organisateurs du Forum ont décidé qu'il était impératif de continuer le processus mis en marche à Teruel, et ils sont en voie de constituer un réseau structuré apte à fournir une plate-forme pour promouvoir des solutions pratiques et le soutien à un système alimentaire européen viable et durable dans une économie globale équitable.</p> <p>C'est ainsi qu'a été créé en 2004 le réseau Alimen Terra, fondé par des organisations provenant de 6 pays européens : Italie (AIAB Veneto), France (FN CIVAM), Hongrie (Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei Agrárkamara), Pays-Bas (SPN), Espagne (CERAI), Royaume-Uni (Food Link UK et Sustain). La création du réseau a été rendue possible par une</p>

DESCRIPTION	<p>aide de la Fondation pour le progrès de l'Homme L. Meyer et du LTO Pays-Bas. Le réseau réunit l'ensemble de la chaîne alimentaire, depuis les syndicats agricoles et les organismes de développement jusqu'aux ONG, des initiatives alimentaires locales et des groupes d'appui à l'agriculture bio.</p> <p>AlimenTerra se veut un pôle d'information et de coordination, qui permet de relier les gens et les structures, de rechercher des financements, d'accroître les capacités d'expertise, de partager les savoir faire sur la méthodologie de projet, de soutenir les adhérents dans leurs actions et d'offrir des services appropriés à la gestion de projet. C'est une structure d'actions pratiques, d'aide à l'émergence d'idées et projets nouveaux. Pour cela le réseau rassemble des données, communique, développe et réalise des projets. Les projets en cours travaillent à l'amélioration des chaînes d'approvisionnement alimentaire, au niveau de la production et de la vente. Les deux grands pôles d'activité sont la restauration collective, avec le projet Mensa Civica ; et l'amélioration des chaînes d'approvisionnement, avec trois projets en particulier : AlimenTerra Food and Tourism Network, Ecce-Bio – Ecology, Cooperation and Community in Europe et Soft-Agri. Les fiches suivantes donnent plus de détails sur ces différents projets.</p>
PLUS D'INFORMATIONS	<p>Alimen Terra Rue des Maisons-Romanes 30 360 Vezenobres France Email : Clive Peckham, directeur du réseau : cpeckham@alimenterra.org Site : http://www.alimenterra.org Déclaration de Teruel, principes et propositions : http://www.forumsocialmundial.org.br/download/tconferencia_alimentar_declaracao_fra.pdf</p>

Terra madre Réseau et rencontres internationales de l'alimentation durable	
ORGANISME	Réseau Terra Madre
LOCALISATION	Turin, Italie
NATURE DE L'INITIATIVE	Réseau mondial et rencontres internationales des acteurs de la filière agro-alimentaire pour une production durable
DESCRIPTION	<p>Le réseau Terra Madre, projet conçu par Slow Food, réunit les acteurs de la filière agro-alimentaire et leur permet d'aborder ensemble les problématiques qui les affectent. Le débat porte principalement sur une façon différente et plus complexe de comprendre la nourriture de qualité : une qualité qui prend en compte la durabilité des ressources environnementales, les équilibres planétaires, les caractéristiques organoleptiques des produits, la dignité des producteurs et la santé des consommateurs.</p> <p>Le réseau rassemble :</p> <ul style="list-style-type: none"> > des « communautés de la nourriture », groupes de personnes engagées dans la production, transformation et distribution d'un aliment particulier et qui sont étroitement liés à un lieu géographique, du point de vue historique, social ou culturel ; > des cuisiniers, qui ont en commun de travailler au plus près des producteurs – sans qui ils ne peuvent pas travailler –, et de valoriser leur territoire par le biais de leur créativité ; > 250 universités et centres de recherche, ainsi que plus de 400 universitaires du monde, qui s'emploient, dans leurs propres domaines et avec leurs instruments, à favoriser la conservation et le renforcement de méthodes de production alimentaires durables, à travers l'éducation de la société civile, et la formation des professionnels du secteur agroalimentaire.

DESCRIPTION	Les rencontres internationales Terra Madre, ont lieu depuis 2004 à Turin. Environ 9000 personnes, membres du réseau ou non, ont participé à la dernière édition, en octobre 2008.
PLUS D'INFORMATIONS	Fondation Terra Madre Piazza Palazzo di Città, 1 10122 TORINO Italie Tél. : +39 0172 419611 Email : terramadre@slowfood.it Site : http://www.terramadre2008.org

CONCLUSION

Consommer une alimentation saine, écologiquement et socialement responsable, transformée au plus près de son lieu de production : voilà quelques uns des principes revendiqués par les circuits courts comme simple règle de bon sens mais aussi comme priorités vis-à-vis de la problématique du réchauffement climatique. Ces filières, au-delà de leur fonction d'approvisionnement, présentent aussi d'intéressantes possibilités en termes de cohésion sociale, de dynamisation des territoires et d'innovation, d'environnement et de santé. Au final, ce que ces circuits proposent est bien la possibilité d'une nouvelle rationalité économique, pour lier protection du consommateur et développement durable.

La diversité des expériences mentionnées à travers cette publication a mis en évidence l'effervescence actuelle des circuits courts. Cela étant, cet essor global n'est pas exempt de fortes disparités. Les États et les régions constituent des terreaux plus ou moins fertiles pour l'émergence de telles initiatives. Les contextes varient, en fonction d'éléments naturels (climat, relief...) et humains (contexte socio-économique, vivacité associative locale, perception de l'alimentation, politiques agricoles passées et en vigueur...). Si l'on peut bien parler d'innovation sociale pour désigner les circuits courts, il est clair que le soutien des décideurs politiques doit désormais permettre leur diffusion plus avant au sein de couches sociales, de cultures et de territoires diversifiés. L'exemple de l'essaimage de Partenariats locaux entre producteurs et consommateurs en Roumanie, Pologne ou en République Tchèque, témoigne bien de la pertinence de tels modes de consommation dans des régions qui pourtant ne sont pas celles où sont nés ces circuits voilà quelques décennies.

L'enjeu pour les circuits courts à l'heure actuelle est de ne pas rester un marché de niche mais d'amener toujours plus de consommateurs à privilégier les produits locaux et à adhérer ainsi à une logique équitable globale. Les circuits courts ont pour atout de revêtir de multiples formes, ce qui doit permettre de toucher plus de personnes, aux attentes, besoins, budgets, emplois du temps..., eux-aussi divers. Les exemples développés au cours de ce cahier, en particulier ceux s'intéressant aux liens entre circuits courts et services à la personne, entre circuits courts et inclusion sociale, ébauchent des pistes d'actions pour construire des filières responsables et accessibles à toutes et tous.

Un autre enjeu fondamental est de permettre le développement de productions destinées à une consommation locale en premier lieu, par des installations d'agriculteurs et par la réorientation de l'offre actuelle. Le soutien des décideurs politiques, à tous échelons, s'avère alors nécessaire, pour élaborer des cadres politiques et économiques favorables à l'épanouissement de production et consommation durables, pour développer les marchés publics incluant des clauses sociales et environnementales, pour permettre la diffusion et la reproductibilité des expériences actuelles. Si l'échelon local est par définition celui où s'épanouissent les circuits courts, « circuits de proximité », d'autres niveaux de réflexion et de décisions, tels l'Union européenne ou encore les coopérations transfrontalières, n'en sont pas moins primordiaux pour que se développent ces filières et pour que les échanges d'expériences s'effectuent.

La relocalisation des flux de production alimentaire apparaît comme une réponse indispensable aux enjeux de souveraineté alimentaire – au Nord comme au Sud –, aux problèmes environnementaux liés à l'agriculture intensive, au maintien de l'emploi rural et agricole. Elle est en somme nécessaire à la construction de modes de production et consommation durables. Les vertus pédagogiques des circuits courts sont pour cela une opportunité à saisir, dès à présent.

À l'heure où le lien entre alimentation, agriculture et territoire, doit redevenir la priorité des politiques agricoles, tout semble en place pour que le politique s'ouvre à l'intérêt des circuits courts et prenne des initiatives pour encourager cet outil d'un développement économique réel et durable.

DÉFINITIONS

Achats publics durables

« *Est durable tout achat public intégrant, à un titre ou à un autre, des exigences, spécifications et critères en faveur de la protection et de la mise en valeur de l'environnement, du progrès social et favorisant le développement économique notamment par la recherche de l'efficacité, de l'amélioration de la qualité des prestations et de l'optimisation complète des coûts (coûts immédiats et différés)* ».

Plan d'action national français pour des achats publics durables (PNAAPD), 2007

Agriculture

Dans le langage commun, l'agriculture est l'ensemble des travaux utilisant et/ou transformant le milieu naturel pour la production des végétaux et des animaux utiles à l'homme. C'est donc une activité humaine appliquée à des objets biologiques et dont le but est la fourniture de biens et services à l'humanité, essentiellement la fourniture de nourriture et de fibres.

L'agriculture se définit comme « *une activité économique dont le but est la satisfaction des besoins humains. Considérés comme essentiels, aussi bien par leur importance que par leur permanence (...). Pour satisfaire ces besoins, l'activité agricole met en œuvre des moyens impliquant l'intervention de facteurs naturels et de phénomènes biologiques (...) complexes, dans un contexte d'aléas qui nécessite des ajustements et des adaptations aux conditions de milieux et de climat.* »

Institut National de Recherche en Agronomie, 2008

Alimentation durable

Le développement durable se caractérise par la prise en compte de trois piliers : environnement, santé, et solidarité. Ceux-ci jouant ici en maintenant, ailleurs et demain.

Le concept de l'alimentation durable s'articule donc autour des trois mêmes piliers :

> Environnement (réduction de l'empreinte écologique, protection de la nature et des ressources naturelles)

-> Alimentation durable = choisir des aliments issus de mode de productions agricoles durables (agriculture et élevage biologique), réduire les déchets (emballages, aliments) et les transports (proximité), respecter la saisonnalité

> Santé (équilibre nutritionnel, découverte du goût)

-> Alimentation durable = respecter la pyramide alimentaire et les contraintes nutritionnelles, choisir des aliments de qualité et goûteux

> Solidarité (équilibre dans les rapports nord/sud et nord/nord)

-> Alimentation durable = choisir des aliments issus du commerce équitable ou d'une agriculture paysanne.

Bio Forum Wallonie

Directement liée à des modes de production et de consommation durables, une "alimentation durable" est une alimentation viable sur le plan économique et social, qui préserve l'environnement, la santé et la diversité culturelle.

Association Adéquation

Changement climatique

« Les changements de climat qui sont attribués directement ou indirectement à une activité humaine altérant la composition de l'atmosphère mondiale et qui viennent s'ajouter à la variabilité naturelle du climat observée au cours de périodes comparables. »

Convention-cadre des Nations-Unies sur les changements climatiques, 1992

Cohésion sociale

Capacité d'une société à assurer le bien-être de tous ses membres, à minimiser les disparités et à éviter la polarisation.

Stratégie révisée de cohésion sociale du Conseil de l'Europe, 2004

Commerce équitable

« Le commerce équitable concerne de meilleurs prix, des conditions de travail décentes, une soutenabilité locale, et des principes commerciaux équitables pour les agriculteurs et les travailleurs dans les pays en déve-

loppement. En exigeant des entreprises de payer des prix durables (qui ne doivent jamais descendre en dessous du prix du marché), le commerce équitable règle les injustices du commerce conventionnel, qui est traditionnellement discriminant envers les plus pauvres et les plus faibles producteurs. Il leur permet d'améliorer leur situation et d'avoir une plus grande maîtrise de leur existence. »

Fairtrade foundation

Consommation durable

Apparue dans la foulée du rapport Bruntland et de la Conférence de Rio en 1992, la consommation durable désigne : « *l'utilisation de biens et de services qui répondent à des besoins essentiels et contribuent à améliorer la qualité de vie tout en réduisant au minimum les quantités de ressources naturelles et de matières toxiques utilisées tout au long du cycle de vie du bien ou du service, de sorte que les besoins des générations futures puissent être satisfaits* » (définition donnée par le ministère norvégien de l'Environnement en 1994 et reprise par l'OCDE dans son rapport *Towards Sustainable Household Consumption?*, 2002). La consommation durable couvre les champs économiques, sociaux et environnementaux. Elle va plus loin que la consommation engagée, qui se limite à un achat selon des critères d'engagement des producteurs. La notion de durabilité inclut aussi des habitudes et comportements, comme la consommation d'énergie, la production de déchets, la manière de les traiter, etc.

Consommation durable, de l'engagement citoyen à la nécessité collective, Pour la Solidarité, Working Paper Série Développement durable territorial, 2009

Économie sociale et solidaire

L'économie sociale et solidaire recouvre des expériences très diverses. Neuf critères permettent néanmoins de distinguer une entreprise d'économie sociale ou solidaire d'une entreprise traditionnelle ou d'une structure associative : la structure a une activité de production de biens et services (1) et un degré élevé d'autonomie (2), elle prend en charge un risque économique réel (3), elle emploie un minimum de travailleurs rémunérés (4), son but est de servir la communauté ou les intérêts d'un groupe spécifique (5), elle est portée par un groupe de citoyens (6), la décision se fonde sur le principe « 1 personne, 1 voix » (7), sa nature est participative (8), et enfin elle distribue les profits de manière limitée (9).

EMES, réseau de chercheurs européens sur l'économie sociale et l'entreprenariat social

Éco-responsabilité

« Le principe d'éco-responsabilité s'inscrit dans une approche [...] globale de prise en compte des enjeux du développement durable. Les administrations doivent ainsi assumer plusieurs responsabilités : une responsabilité environnementale, une responsabilité sociale et une responsabilité économique.

Il s'agit, non seulement de préserver et de mettre en valeur l'environnement, mais également de contribuer à l'amélioration des conditions de travail et au développement économique.

Il s'agit également de convaincre les personnels de l'État et des collectivités et, au-delà, l'ensemble des usagers, de la nécessité d'adopter d'autres comportements au quotidien. »

Mission Interministérielle « France Achats » (MIFA)

Effet de serre

Il est aujourd'hui scientifiquement prouvé que les activités humaines ont créé un effet de serre additionnel qui s'ajoute à l'effet de serre naturel en augmentant les concentrations de l'ensemble des gaz à effet de serre. Depuis la révolution industrielle il y a 2 siècles, le développement économique et social de nos pays industrialisés s'est construit sur la production et la consommation en grande quantité d'énergie.

Largement fondés sur l'exploitation de combustibles fossiles (charbon, pétrole, gaz), l'industrie, les transports, l'habitat ou l'agriculture intensive émettent dans l'atmosphère d'énormes quantités de gaz à effet de serre que la planète n'arrive plus aujourd'hui à absorber. Les activités humaines aujourd'hui sont responsables de l'émission de 6 Gigatonnes par an or la Terre ne peut recycler chaque année que 3 Gigatonnes de Carbone.

En divisant ces 3 Gt par le nombre d'habitants sur Terre on aboutit à la quantité de carbone que nous pouvons individuellement émettre chaque année dans les limites de la biosphère : 500 kg de Carbone.

Les gaz à effet de serre

Le dioxyde de carbone (CO₂) : Premier responsable du phénomène, il résulte essentiellement de la combustion des énergies fossiles et de la dé-

forestation par brûlis. Les rejets proviennent des besoins de l'industrie et de l'utilisation domestique de l'énergie (chauffage de l'habitat, cuisson, électricité,...) et des transports dont la responsabilité va en grandissant.

Le méthane (CH_4) : L'agriculture est le secteur principal des rejets (extension des rizières, élevage). Le reste provient de la production et de la distribution de pétrole et de gaz, de l'extraction du charbon mais également des décharges.

Le protoxyde d'azote (N_2O) : Il est essentiellement produit par l'agriculture, la combustion de la biomasse et des synthèses chimiques industrielles comme celle de l'acide nitrique.

Les gaz fluorés (HFC, PFC, SF_6) : Les HFC sont utilisés dans les systèmes de réfrigération et dans la climatisation – notamment automobile. Ils sont également employés dans les aérosols, les mousses isolantes. Les PFC et le SF_6 interviennent dans certaines applications industrielles, notamment l'industrie des semi-conducteurs. À poids équivalent, les gaz fluorés ont un pouvoir de réchauffement de 1300 à 24000 fois supérieur à celui du gaz carbonique.

Mesure des émissions de gaz à effet de serre

L'équivalent CO_2 est la mesure des émissions de tous les gaz à effet de serre en les rapportant à l'unité CO_2 .

Il existe plusieurs gaz à effet de serre dont la nocivité est différente. Plutôt que de mesurer les émissions de chaque gaz, on utilise une unité commune : l'équivalent CO_2 ou l'équivalent carbone. Par exemple, le méthane a un équivalent CO_2 de 23, ce qui signifie qu'il a un pouvoir de réchauffement 23 fois supérieur au dioxyde de carbone. De même, 1 Kg de protoxyde d'azote équivaut à 310 Kg de CO_2

Cette unité de mesure est très utile pour déterminer les émissions produites par une entreprise par exemple. On peut ainsi réaliser un bilan global qui prend en compte les émissions directes (combustions, consommation d'énergie, transports) et indirectes (fabrication et transport des produits sous-traités).

Gouvernance urbaine

« Le terme de gouvernance urbaine suppose une plus grande flexibilité dans la manière d'organiser les services, une variété des acteurs, voire

une transformation des formes que peut prendre la démocratie locale, la prise en compte du citoyen et du consommateur, la complexité des nouvelles formes de citoyenneté. L'autorité locale devient un acteur important certes, mais un acteur parmi d'autres, tout comme l'État. Le concept [...] permet de mieux prendre en compte la capacité stratégique des acteurs, la diversité des processus de légitimation, la dynamique de négociation entre acteurs. On retrouve l'idée que le gouvernement local ne se contente pas de gérer des services de façon bureaucratique (ou au quotidien), mais qu'il est devenu plus stratège, moins routinier, plus opportuniste, plus flexible, plus sensible à l'environnement. »

Patrick Le Galès, sociologue et politiste, directeur de recherche CNRS, 1995

Inclusion sociale

« L'inclusion est caractérisée par l'expérience sociale largement partagée et la participation active d'une société, par l'égalité généralisée des possibilités et des chances de la vie qui s'offrent aux gens sur le plan individuel, et par l'atteinte d'un niveau de bien-être élémentaire pour tous les citoyens. »

Amartya Sen, prix Nobel d'économie, 2001

Marché public vert

« Un marché public vert est l'approche par laquelle les pouvoirs publics intègrent le critère environnemental à tous les niveaux de leur processus de marché public, encourageant ainsi la diffusion des technologies écologiques et le développement de produits respectueux de l'environnement, en cherchant et en choisissant les résultats et les solutions qui ont le plus petit impact possible sur l'environnement tout au long de leur cycle de vie. »

DG environnement de la Commission européenne et groupe de travail européen ETAP, 2005

Partenariat public-privé

« Contrat qui fait appel au financement privé pour des opérations de services publics. »

eufin.org122

« Le principal moteur du développement des PPP réside dans la reconnaissance croissante du rôle que le secteur privé peut jouer dans la réalisation de l'objectif d'amélioration des services publics en termes quantitatifs et qualitatifs. Les PPP permettent de tirer profit de l'efficacité du secteur privé et de mettre en place des mécanismes de partage des risques appropriés entre le secteur public et le secteur privé. »

Banque européenne d'Investissement, 2004

Pauvreté

« La notion fondamentale de pauvreté renvoie à l'insuffisance des ressources matérielles. [...] Cependant, l'unanimité est loin d'être acquise sur le sens des mots « insuffisance » et « ressources », pas plus qu'au sujet de la pauvreté « absolue » et de la pauvreté « relative ». La notion traditionnelle de pauvreté « absolue » reposait souvent sur l'idée de niveau de subsistance minimum, mesuré au moyen d'un panier de biens permettant à une personne de survivre, alors que la pauvreté « relative » était censée se rapporter à un minimum socioculturel mesuré par rapport au niveau de vie moyen.[...] En réalité, toutes les mesures de la pauvreté sont nécessairement relatives puisqu'elles reposent sur des critères de suffisance, culturellement déterminés. »

Dragana Avramov, Conseil de l'Europe, 2003

Paysage

« Le paysage définit une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations. »

Convention européenne du paysage, Conseil de l'Europe, 2000

Pollution

« La pollution signifie l'introduction par l'homme, directement ou indirectement, de substances ou d'énergie dans l'environnement, causant des effets délétères tels qu'ils mettent en danger la santé humaine, affectent

les ressources naturelles et les écosystèmes, et détériorent ou interfèrent avec les équipements et les autres usages légitimes de l'environnement. »

OCDE, 1974

Principe de précaution

« Le principe de précaution est un principe de gouvernance qui entre en application dès que les effets potentiellement dangereux d'un phénomène, un produit, un procédé, sont établis, mais que l'évaluation scientifique des risques n'est pas déterminée avec une certitude suffisante. »

Françoise Warrant, *Principe de précaution et petites productions fermières*. Les analyses de l'ACRF, n°9, 2005

« Dans le cas où les preuves scientifiques pertinentes seront insuffisantes, un membre pourra provisoirement adopter des mesures sanitaires ou phytosanitaires sur la base des renseignements pertinents disponibles, y compris ceux qui émanent des organisations internationales compétentes ainsi que ceux qui découlent des mesures sanitaires ou phytosanitaires appliquées par d'autres membres. Dans de telles circonstances, les membres s'efforceront d'obtenir des renseignements additionnels nécessaires pour procéder à une évaluation plus objective du risque et examineront en conséquence la mesure sanitaire ou phytosanitaire dans un délai raisonnable. »

OMC, Accords sur l'Application des Mesures Sanitaires et Phytosanitaires, article 2. Accords du cycle de l'Uruguay, 1994

Santé

« La santé n'est pas seulement l'absence de maladie, mais un état général de bien être physique, mental et social. »

Organisation Mondiale de la Santé

Sécurité alimentaire

La notion renvoie à la disponibilité ainsi qu'à l'accès de nourriture en quantité et en qualité suffisante. La Déclaration de Rome sur la sécurité alimentaire mondiale la nécessité d' *« assurer l'accès de tous à une ali-*

mentation disponible à proximité, économiquement accessible, culturellement acceptable, sanitaire et nutritionnellement satisfaisante ».

FAO, Sommet mondial de l'alimentation, Rome, 1996

Société Civile

« Structures organisationnelles dont les membres servent l'intérêt général et ont un rôle de médiateur auprès des autorités publiques et de l'État. »

Comité économique et social européen

Solidarité

« L'idée de solidarité résume une société où la liberté de ses membres suppose en fait pour se réaliser le resserrement des liens qui les unissent. »

Marie-Claude Blais, docteur en philosophie et sciences sociales, maître de conférences à l'Université de Rouen, 2007

Traçabilité

La traçabilité « est la capacité de retracer, à travers toutes les étapes de la production et de la distribution, le cheminement d'une denrée alimentaire ou d'un ingrédient »

Parlement européen, 2002

BIBLIOGRAPHIE

Agriculture, effet de serre et changement climatique, Réseau Action Climat France RAC-F, 2005.

[www.rac-f.org]

Alimentation écologique : le plaisir d'une société durable, Patrick Dupriez, Etopia, 2005.

Circuits courts alimentaires, bien manger dans les territoires, collectif, sous la direction de Gilles Maréchal, Ed. Educagri, 2008.

Circuits courts de commercialisation, Rapport final du groupe de travail « Ministère français de l'agriculture et de la pêche », mars 2009.

Comparing Domestic versus Imported Apples : A Focus on Energy Use, Llorenç Milà i Canals¹, Sarah J. Cowell, Sarah Sim and Lauren Basson, Environmental Science and Pollution Research, 2007.

[<http://www.scientificjournals.com/sj/espr/Pdf/ald/9186>]

Consommer éthique : un choix, Maurice Piraux, Ed. Luc Pire, coll. Voix durables, 2006.

Consommer local : Plus qu'une mode, une éthique ?, Y. Chiffolleau, B. Prévost, Le Courrier de la Planète, n°87, mars 2009.

Construire des villes européennes durables, T. Bouvier, Les Cahiers de la Solidarité n°16 et 17, Think Tank européen Pour la Solidarité, 2009.

Des fraises au printemps, dossier de presse de la Fondation Nicolas Hulot, 2009.

Fruits et légumes locaux et de saison, étude du CRIOC, 2006.

Géopolitique de l'alimentation, G. Fumey, Ed. La petite bibliothèque de Sciences Humaines, 2009.

Halte au suremballage !, enquête du CRIOC et du Réseau Éco-consommation, 2005.

Household consumption and the environment, rapport de l'Agence Européenne de l'Environnement, EEA Report No 11/2005.

[http://reports.eea.europa.eu/eea_report_2005_11/en]

Industrie, commerce et services, Jean Lienhardt, Statistiques en bref, Eurostat, 2004.

Initiatives autour de la relocalisation de l'agriculture et de l'alimentation, Civam 31 et Bleue comme une Orange, printemps 2009.

Intérêts et conséquences de la vente en circuits courts, Cahiers de l'observatoire CROC - INRA, n° 3, septembre 2007.

International Assessment of Agricultural Knowledge, Sciences and Technology for Development (IAASTD), 2008.

Le rapport est disponible en ligne : [<http://www.agassessment.org>]

La constellation des groupements d'achat en Belgique, L. Minet, Asbl Vivre...S, 2004.

La crise alimentaire, un risque politique négligé, Le Monde, 9 avril 2009.

La diffusion des circuits courts alimentaires : expression d'un changement dans le secteur agricole ? Aurélie Cardona, mémoire de Master sous la direction de Sophie Dubuisson-Quellier, École doctorale de Sciences-po paris, 2007.

L'agriculture à tout prix ? De l'effervescence des marchés agricoles mondiaux à l'urgence de repenser les politiques publiques, Les Cahiers du Groupe Saint-Germain, n°1, Février 2008.

La situation des marchés des produits agricoles FAO, 2004.

[http://www.fao.org/sof/soco/index_fr.htm]

La société de consommation face aux défis écologiques, E. Zaccai et I. Haynes, La Documentation française, Série Problèmes politiques et sociaux, N°954, novembre 2009.

Le bonheur est dans le panier, Réseaux alimentaires alternatifs et commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique : l'exemple suédois, Camille Hochedez, mémoire de Master 2 en systèmes territoriaux, développement durable, aide à la décision, 2007.

L'économie Supermarché, Dossier de Politiques, revue de débats, n°57, décembre 2008.

Le guide de l'écofood, Alexis Botaya, Ed. Minerva, 2008.

Le monde selon Monsanto, MD Robin, Ed. La Découverte, Coll. Cahiers libres, 2008

Le point de vue d'Oxfam-Magasins du monde sur la crise alimentaire actuelle, Stéphane Parmentier, juin 2008.

[<http://www.omdm.be/matieres-premieres-agricoles/le-point-de-vue-doxfam-magasins-du-monde-sur-la-crise-alimentaire-actuelle.html>]

Le système alimentaire est-il soluble dans le développement durable ? JL Rastoin, colloque SFER : Les institutions du développement durable des agricultures du Sud, Montpellier, 7-9 novembre 2005.

Le terrorisme alimentaire, V. Shiva, Ed. Fayard, 2001.

Le transport frigorifique routier en Europe, Jacques Guilpart, Alfred Gual-lar, Cemagref, 2003.

L'Impact de nos choix alimentaires sur l'environnement, Joëlle Van Bambeke, Bruxelles environnement, 2006.

L'industrie alimentaire en Europe. Statistiques en bref : industrie, commerce et services, Eurostat, Jean Lienhardt, 2004.

L'hypermarché, le caddie et le congélateur, Philippe Bovet, Le Monde Diplomatique, mars 2001.

Main basse sur les terres agricoles en pleine crise alimentaire et financière, rapport du GRAIN, octobre 2008.

[http://www.grain.org/briefings_files/landgrab-2008-fr.pdf]

Manger local, un choix écologique et économique, Helena Norberg-Hodge, Todd Merrifield, Steven Gorelick, Ed. Ecosociété, 2005

Permanence et changement dans la production et la commercialisation des produits fermiers en France : Une approche économique, Danièle CAPT, Centre d'économie et de sociologie appliquées à l'agriculture et au développement rural. Séminaire Filières courtes de distribution, développement durable et territoires, INRA AgroTech, Paris, avril 2008.

Plan d'action pour une consommation, une production, une industrie durables : l'Union européenne veut promouvoir les produits et les technologies respectueux de l'environnement, Commission européenne, 16 juillet 2008.

[<http://eur-ex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008DC0397:EN:NOT>]

Plus ça chauffe, moins on mange, SOS Faim, défis sud n° 84 - Bimestriel - août, septembre 2008.

Pour un nouveau modèle de consommation, collectif, L'économie politique n° 39, juillet 2008.

Production alimentaire en circuits courts. Nouvelles opportunités pour l'économie sociale ? Éric Dewaele, SAW-B asbl, Solidarité des alternatives wallonnes et bruxelloises, 2007.

Projet « Système Alimentaire Mondial », Rastoin JL, Académie d'agriculture de France, Décembre 2004.

Rapport Brundtland, « Notre avenir à tous », Commission mondiale sur l'environnement et le développement, avril 1987.

Repenser la consommation pour le bien-être de tous – Réflexions sur la responsabilité individuelle des consommateurs,

Report on the functioning of public procurement markets in the EU: benefits from the application of EU directives and challenges for the future, rapport de la Commission européenne, 3 février 2004.

Sécurité alimentaire : Les terres agricoles de plus en plus convoitées, Le Monde, 15 avril 2009.

Tout avoir sur l'éco-consommation, dossier de l'ADEME, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie, 2007.

Transports, voyages et environnement, F. Dobruszkes, Université Libre de Bruxelles, 2008.

Une Vérité qui dérange, documentaire de Davis Guggenheim, 2006.

Urban agriculture and sustainable cities, Deelstra, T., Girardet H, In Bakker N., Dubbeling M. Gündel S., Sabel-Koshella U., de Zeeuw H. *Growing cities, growing food*. Urban agriculture on the policy agenda. Feldafing, Germany : Zentralstelle für Ernährung und Landwirtschaft (ZEL), p. 43-66, 2000.

[<http://www.trabajopopular.org.ar/material/Theme2.pdf>]

Vente directe, de la ferme à la fourchette, Le monde, 1^{er} avril 2009.

annexes

1. crise alimentaire et crise Financière

Marcel Mazoyer

Conférence des Nations-Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), 30 juin 2009.

« De 1950 à 1970, la révolution agricole contemporaine a battu son plein dans les pays développés. Cette révolution a reposé sur l'utilisation de tracteurs et de machines toujours plus puissants, d'engrais minéraux, d'aliments concentrés du bétail, de pesticides, de variétés végétales et de races animales hautement sélectionnées, et sur la spécialisation des exploitations agricoles. Elle a entraîné un accroissement très important de la productivité et une très forte baisse des prix agricoles réels dans les pays concernés. De plus, certains de ces pays ont dégagé des excédents exportables croissants, à des prix décroissants. C'est ainsi que le prix du blé sur le marché de Chicago, qui sert de référence aux prix internationaux, est tombé de 600 dollars la tonne en 1947 à 180 dollars en 1971.

En conséquence, de très nombreuses exploitations agricoles des pays développés ont disparu, et des dizaines de millions de paysans des pays en développement, appauvris par la concurrence des produits importés à bas prix, ont migré vers les villes et les bidonvilles. La croissance de la production ayant ralenti, tandis que la consommation continuait d'augmenter, les stocks mondiaux tombèrent en 1972 en dessous du seuil de sécurité, soit 15% de la consommation annuelle.

À ce point, les négociants précipitèrent leurs achats, les prix montèrent au-delà des variations inter-annuelles habituelles, les spéculateurs accoururent et, en 1973-74, le prix de la tonne de blé tripla, remontant à près de 600 dollars.

Alors, des investisseurs de toutes sortes entreprirent de moderniser de grands domaines agricoles, de plusieurs milliers ou dizaines de milliers d'hectares, en Amérique latine, au Sud de l'Afrique... Tirant parti de l'expérience acquise par les agriculteurs familiaux du Nord, avec la révolution agricole contemporaine, et du Sud avec la révolution verte, ils constituèrent de grandes entreprises agricoles employant des ouvriers payés de l'ordre de 1 dollar par jour.

Après quelque temps, ces entreprises se sont avérées aussi productives que les exploitations familiales les plus performantes du Nord, mais avec des coûts de production beaucoup plus faibles, notamment parce que le coût du travail y est 20 à 30 fois moindre. Les stocks furent reconstitués et les prix sur les marchés internationaux de denrées vivrières repartirent à la baisse. Au point d'en arriver à environ 100 dollars la tonne de céréales au début des années 2000. Or, ce prix est inférieur aux coûts de production de la très grande majorité des agriculteurs du monde, y compris de la plupart des agriculteurs d'Amérique du nord et d'Europe, qui ne pourraient conserver leurs parts de marchés intérieurs et extérieurs s'ils ne recevaient pas des aides publiques leur permettant de compenser la différence entre leurs coûts de production et les prix internationaux.

À fortiori, ces prix sont inférieurs aux coûts de production des agriculteurs moins productifs, en particulier des 500 millions d'entre eux qui travaillent uniquement avec des outils manuels, sans engrais minéraux ni pesticides, et qui produisent de l'ordre de 1 tonne de céréales par agriculteur et par an.

C'est ainsi que la baisse des prix agricoles a appauvri jusqu'à la faim des centaines de millions de paysans de par le monde ; et que la population paysanne, qui constitue environ 40% de la population mondiale, est très largement pauvre, en situation de sous-consommation.

En définitive, la baisse des prix agricoles réduit massivement la demande solvable globale. D'un autre côté, une énorme épargne globale, qui ne peut s'employer dans des investissements productifs, court de rachats d'actifs, en bulles spéculatives et en crédits douteux bientôt irrécouvrables. Jusqu'à l'abîme.

Dans ces conditions, la libéralisation des échanges agricoles, en renforçant la concurrence entre des agricultures extrêmement inégales ainsi que l'instabilité des prix, ne peut qu'aggraver la crise agricole et alimentaire,

la crise économique et la crise financière. En 1945, de nombreux dirigeants, instruits par un siècle de crises et de guerres mondiales, engagèrent leurs pays dans des politiques de plein emploi et d'indexation des salaires sur les gains de productivité, ainsi que dans des politiques de prix agricoles qui permirent aux agriculteurs de développer leur production et d'obtenir des revenus comparables à ceux des autres catégories socio-professionnelles. Il est grand temps de remettre ces politiques à l'ordre du jour, et d'en étendre le bénéfice à l'ensemble du monde. Alons-nous le faire ? Yes we will (...). »

2. La coopération, un modèle enraciné dans l'économie agricole

Le modèle coopératif est très présent dans le secteur agricole. Cependant les entreprises coopératives agricoles ont connu ces dernières décennies des évolutions majeures, du fait des mutations du paysage agricole et agro-industriel. Les coopératives ont alors opté pour des stratégies extrêmement diverses et pris des formes très variées.

Certaines coopératives ont fait le choix de se développer fortement en aval de la production. Ce mouvement d'intégration verticale a été très suivi par exemple dans le secteur du lait. C'est cette stratégie qui a permis à des groupes comme le français Sodiaal de placer leurs marques (Candia, Yoplait) dans le trio de tête des oligopoles français, européens et parfois mondiaux. Cela suppose cependant des moyens financiers toujours plus conséquents pour maintenir des positions âprement disputées sur les marchés.

D'autres coopératives ont fait le choix de la diversification. Cette stratégie vise à compenser les chocs subis par telle ou telle production en diversifiant les activités. Cela suppose de passer des alliances entre coopératives, voire entre coopératives et entreprises de capitaux pour conserver une taille économique critique dans son secteur. Par exemple le groupe Socopa réunit les coopératives agricoles pour l'abattage et la transformation de viande, bœuf et porc principalement : il représente ainsi 20% des exportations françaises de bœuf en Europe et passe actuellement une alliance avec le groupe Bigard, premier industriel français du domaine.

Quelques groupes coopératifs se sont orientés dans une stratégie d'internationalisation. L'effort se concentre sur les exportations et l'implantation à l'étranger. Par exemple, Tereos a conduit une stratégie d'internationalisation (vers le Brésil notamment) qui lui confère aujourd'hui une position mondiale.

Des coopératives agricoles basent tout ou partie de leur développement sur le territoire, à travers des projets de développement et d'emploi local. Par exemple, la coopérative laitière Jeune Montagne, s'est développée en

Aveyron, à partir des années 1960, sur la production de tomme de Laguiole d'appellation d'origine contrôlée, à une époque où les produits identitaires suscitaient au mieux l'indifférence. Elle fournit aujourd'hui le revenu de quatre-vingts agriculteurs.

Enfin, des coopératives, comme en France les Cuma (Coopératives d'utilisation de matériel agricole) constituent d'importants réseaux locaux de travail mutualisé, au travers d'investissements collectifs en matériel, de chantiers conduits en commun, voire d'emplois partagés. Leurs chiffres d'affaire sont certes modestes, mais ces groupes constituent une coopération de proximité vivace, creuset d'innovations techniques et organisationnelles, où les sociétaires s'impliquent fortement.

D'après Franck Thomas, Scic et agriculture : le temps des défricheurs et Maryline Fillipi, Olivier Frey, René Mauget : Les coopératives agricoles face à l'internationalisation et à la mondialisation des marchés. RECMA, revue internationale de l'économie solidaire, n° 310, octobre 2008.

3. L'ÉVOLUTION DES PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES DANS LA POLITIQUE AGRICOLE COMMUNE

L'agriculture est le secteur économique dans lequel l'intégration communautaire a été la plus poussée. Elle représente actuellement un peu moins de la moitié du budget de l'Union européenne (43 % en 2008).

Les grands principes de la PAC ont été adoptés en 1958. À l'époque, ils visaient à atteindre l'autosuffisance alimentaire. Augmenter la production alimentaire et la productivité en Europe devait aussi permettre de stabiliser les marchés et d'augmenter in fine les revenus des agriculteurs. Dès les années 1970, l'Europe parvient à garantir aux pays membres une autosuffisance alimentaire.

Cependant elle est confrontée à de nouveaux problèmes liés au fonctionnement de la PAC :

> des excédents apparaissent dans plusieurs secteurs (lait, vin, céréales, viande bovine), que le marché n'absorbe plus et dont le stockage ou la destruction pèse de plus en plus lourd dans le budget communautaire. Cela oblige la Communauté à prendre des mesures de maîtrise, voire de réduction de la production avec, par exemple, la mise en place de quotas laitiers en 1984.

> pour écouler les excédents, la Communauté a recours aux exportations, qu'elle subventionne sous la forme de "restitutions" financières aux producteurs européens (les produits européens étant plus chers que les produits mondiaux). Ces subventions ont valu à l'Europe de nombreuses critiques, notamment de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

> le modèle productiviste encouragé par la PAC a un coût environnemental croissant : pollution des eaux, épuisement des sols, atteintes à la biodiversité, etc.

L'Agenda 2000 et la nouvelle PAC (2003)

Les réformes de la PAC s'inscrivent dans le contexte d'une libéralisation

accrue du commerce mondial et dans la perspective d'ouverture vers l'est. Les objectifs sont :

- > une agriculture compétitive sur les marchés intérieurs et à l'exportation
- > Renforcer la capacité de l'agriculture à répondre aux demandes de la société en matière de préservation de l'environnement : donc encourager des pratiques qui contribuent à l'entretien et à la mise en valeur du milieu rural et des paysages.

Concernant le souci pour l'environnement un double constat s'impose :

1- Les évolutions de l'agriculture (intensification, réduction de la population agricultrice) font que les agriculteurs n'ont ni le temps ni les moyens de gérer « gracieusement » l'espace rural au profit de tous.¹⁰¹

2- L'agriculture constitue un élément important de l'économie rurale, mais elle ne peut à elle seule garantir emplois et croissance. La régénération économique et la stabilisation de la population rurale ont un rôle essentiel à jouer dans la sauvegarde de la vitalité des communautés rurales.

La nouvelle politique de développement rural vise à mettre en place un cadre durable et cohérent garantissant l'avenir des zones rurales européennes. L'Agenda 2000 introduit une politique globale de développement rural qui reconnaît le caractère multifonctionnel de l'agriculture et promeut des mesures de soutien de l'économie rurale au sens large et encourage à la diversification des activités

Ainsi avec l'Agenda 2000 apparaît le deuxième pilier de la PAC, basé sur trois axes :¹⁰²

Axe 1. La compétitivité

1. Potentiel humain (installation, préretraite, formation, utilisation des services de conseil, etc.)
2. Potentiel physique (investissement des exploitations et des petites entreprises agricoles et forestières, amélioration des infrastructures, reconstitution et prévention liées aux catastrophes naturelles)

101. B.Godden, Agriculture, sylviculture et environnement, Université Libre de Bruxelles.

102. D'après Stéphanie Ayrault, Référence environnement – 2004. www.campagnesetenvironnement.fr

3. Amélioration de la qualité (adaptation aux nouvelles normes, participation à des régimes de qualité, promotion)

Axe 2. Aménagement de l'espace

1. Utilisation durable des terres agricoles (indemnisation et compensation pour handicap naturel (ICHN), mesures agri-environnementales, recours à des conseils ou à des expertises techniques pour les exploitations)

2. Utilisation durable des terres sylvicoles (boisement des terres agricoles et non agricoles, mesures environnementales, restauration et mesures de prévention, etc.)

3. Mesures communes (Natura 2000, soutien aux investissements non productifs)

Axe 3. Développement local

1. Diversification de l'économie rurale (pour des activités non agricoles, aides aux micro-entreprises en zone rurale, encouragement des activités touristiques, valorisation du patrimoine naturel)

2. Amélioration de la qualité de vie en zone rurale (services essentiels, rénovation et développement des villages, protection et conservation du patrimoine rural)

3. Formation professionnelle, animation et acquisition d'informations sur la stratégie de développement local.

Mesures agro-environnementales (MAE)

Elles sont premièrement la conséquence d'un règlement européen (2078/92) pris en 1992 concernant des méthodes de production agricole compatibles avec les exigences de la protection de l'environnement et l'entretien de l'espace naturel. Elles intègrent en 2000 la réforme de la PAC. Enfin elles sont consacrées par la nouvelle PAC en 2003 comme un élément essentiel et obligatoire – le seul du deuxième pilier – du développement rural.

Quatre grands enjeux environnementaux sont déterminés dans les mesures agro-environnementales :

1- la gestion et la qualité de l'eau ;

2- la biodiversité animale et végétale ;

3- le paysage ;

4- le sol.

Chaque État membre compose sa propre déclinaison. Les mesures agro-environnementales sont donc très diverses : bandes enherbées le long de cours d'eau, entretien de terres agricoles ou forestières abandonnées, interdiction d'apports d'engrais sur certaines prairies naturelles, gestion des terres pour l'accès au public et les loisirs, restauration et le maintien des haies et du bocage, limitation des passages de traitements phytosanitaires, conversion à l'agriculture biologique, etc.

En Wallonie, citons aussi l'élevage d'animaux de races menacées de disparition, la gestion de parcelles aménagées pour l'accueil de la faune et la flore sauvage, l'entretien des bords de cours d'eau et la lutte contre l'érosion, etc.

Ces mesures visent à :

> limiter les conséquences les plus négatives de l'agriculture sur l'environnement ;

> encourager sur la base volontaire la promotion d'une agriculture plus respectueuse pour l'environnement.

Le but est donc de préserver le patrimoine rural et environnemental en compensant les pertes de revenus liées au temps passé à cet entretien et en rétribuant les agriculteurs pour leur

Le critère de conditionnalité implique que les aides ne sont attribuées qu'à condition de respecter les règles essentielles de la législation européenne, notamment en matière d'environnement et de bien être des animaux. Il faut aussi respecter les cahiers des charges élaboré pour chaque MAE.

Bilan de santé de la PAC en novembre 2008

Le 20 novembre 2008 a été conclu un accord politique sur le bilan de santé de la politique agricole commune, signé par les ministres européens de l'agriculture. Ce bilan de santé a posé comme objectifs de « moderniser, simplifier et rationaliser la PAC et d'éliminer les contraintes imposées aux agriculteurs, afin de permettre de mieux réagir aux signaux du mar-

ché et de relever de nouveaux défis ». ¹⁰³

Concernant le développement rural, le principe de modulation est fortement renforcé par ce bilan de santé de la PAC. La modulation signifie qu'une partie des aides directes et découplées est progressivement réorientée vers le financement du développement rural. Par exemple, une partie des recettes de la modulation peut constituer un fonds de gestion des crises de production. Ce principe est obligatoire depuis 2003.

Avec l'accord de novembre 2008, le transfert de fonds entre le budget des aides directes et celui du développement rural est accentué :

« Aujourd'hui, tous les agriculteurs qui reçoivent des aides directes d'un montant supérieur à 5000 € voient ces paiements réduits de 5 %, les fonds correspondants étant transférés au budget du développement rural. Ce taux sera porté à 10 % d'ici à 2012. Une réduction supplémentaire de 4 % sera appliquée pour les paiements supérieurs à 300 000 € par an. Les fonds provenant de l'application de ce mécanisme pourront être utilisés par les États membres pour renforcer les programmes concernant le changement climatique, les énergies renouvelables, la gestion de l'eau, la biodiversité et l'innovation liée aux quatre thèmes précédents, ainsi que pour des mesures d'accompagnement dans le secteur laitier. Ces fonds transférés seront cofinancés par l'UE à hauteur de 75% et de 90% dans les régions de convergence, où le PIB moyen est particulièrement faible. L'agriculture européenne doit tenir compte des exigences des consommateurs, qui réclament des produits sûrs, sains et de qualité. L'Union européenne doit prendre en compte les préoccupations des consommateurs dans la mise en œuvre de la PAC.

103. Bilan de santé» de la politique agricole commune, Direction Générale de l'agriculture et du développement rural, 20 novembre 2008.
http://ec.europa.eu/agriculture/healthcheck/index_fr.htm

TABLE DES BONNES PRATIQUES

NB : La référence entre parenthèse correspond à la localisation de la fiche de bonne pratique dans le cahier, exemple : III.B.2 : chapitre III, sous-chapitre B, point 2

AAFANs, Alternative Agro-Food Networks – Amélioration des connaissances scientifiques – Autriche, France, Hongrie, Pologne, Royaume-Uni (III.B.1)

Alimen Terra – Réseau européen pour des systèmes alimentaires durables – Italie, Hongrie, France, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni (III.B.4)

Amap solidaires – Démarches d'aide solidaire aux familles à revenus modestes : « paniers solidaires » et « partenariats chèque service » – France (II.B.1)

Atelier Ressources – Chantier d'insertion sociale par la production maraîchère et la distribution en circuits courts – France (II.B.1)

Avec Rhône-Alpes – Association de développement agricole, fédérant et développant les points de vente collective de la Région – France (II.C.3)

AVENIR – Soutien à l'installation en agriculture paysanne et aide à sa pérennisation – France (III.B.2)

Bienvenue à la ferme – Réseau et marque d'agrotourisme – France (II.D.2)

Bio Piceno – Rôle des autorités publiques dans la structuration des filières – Italie (III.B.2)

Cantines durables – Restauration collective, sensibilisation au goût et à l'environnement – Italie (II.D.2)

Charte du Réseau Saveurs Paysannes – Transparence des engagements de l'agriculture paysanne – Belgique (II.C.3)

Contrat social multipartite – Promotion de la consommation responsable auprès de personnes surendettées – France / UE (III.B.4)

Coopérative fermière de Méan – Producteurs, consommateurs et salariés en circuit court – Belgique (II.D.1)

De l'autre côté du pont – Un café–restaurant agricole et coopératif – France (II.B.1)

Dolina Strugu – Association de quatre communes pour la mise en place de circuits courts – Pologne (III.B.2)

Ethias – Restauration d'entreprise bio et locale – Belgique (II.D.2)

Farma – Certification des marchés fermiers – Grande–Bretagne (II.C.3)

Good Food in the public plate – Restauration publique durable – Royaume–Uni (III.B.3)

Gilde des commerçants pour un développement durable et solidaire – Amélioration de la visibilité des filières durables – Belgique (III.B.1)

Gutes vom Bauernhof – Cahier des charges de vente directe élaboré par un partenariat public/privé – Autriche (III.B.1)

Jardins de Cocagne – Réseau de chantiers d'insertion sociale par la production maraîchère et la distribution en circuits courts – France (II.B.1)

Kokopelli – Préservation de la biodiversité – France, Belgique et réseau international (II.C.3)

La Barje – Des bars–terrasses en circuits courts – Suisse (II.B.1)

Landbrugslauget – Ferme coopérative alliant producteurs et consommateurs – Danemark (II.B.1)

Landwinkel – Magasins fermiers gérés en coopérative – Pays–Bas (II.B.1)

Maakaup.com – Réseau de promotion des productions rurales – Estonie (II.B.1)

Making Local Food Work – Amélioration des connaissances et apport d'expertise – Angleterre (III.B.A)

Mandala Organic Growers – Un réseau de producteurs européens misant sur la transparence – Belgique, Italie, Grande–Bretagne (II.C.3)

Marché de Carrare – Valorisation du patrimoine, sensibilisation à la consommation durable – Italie (II.B.2)

- Mare&Monti – Agrotourisme, santé et éducation au goût – Italie (II.B.2)
- Menjador Escolar Sostenible – Restauration collective et insertion par l’emploi – Espagne (II.B.2)
- Natur und Leben Bregenzerwald – Agroécotourisme – Autriche (II.B.2)
- Podporujme svého farmáře – Multiplication des PLSPC en Europe de l’Est– République tchèque (II.B.2)
- Politique d’achats verts – Des choix écologiques pour la ville de Ferrara – Italie (III.B.3)
- Proaspat din apropiere – Préservation des écosystèmes par les circuits courts – Roumanie (II.B.2)
- Programme redéploiement de la biodiversité – Préservation et réintroduction de la biodiversité – France–Russie (II.C.3)
- Prove – Programme de promotion et mise en place de circuits courts – Portugal (III.B.2)
- Reciproco – Partenariats de lutte contre la précarité en milieu rural – Portugal (II.B.1)
- Réseau international URGENCI – Solidarité et relocalisation de l’économie – France et réseau international (II.C.3)
- Restauration collective (hôpitaux) durable – Danemark (II.B.2)
- Restauration bio et locale pour des hôpitaux et écoles de Bologne – Italie (II.B.2)
- Roslagslådán – Réseau coopératif de livraison de paniers à domicile – Suède (II.B.1)
- Ruokapiiri – Soutien à l’agriculture biologique par les consommateurs – Finlande (II.C.3)
- SALT (Systèmes ALimentaires Territorialisés) – Amélioration des connaissances scientifiques – France (III.B.1)
- SCIC – Un statut innovant pour les sociétés coopératives – France (II.B.1)
- Terra Madre – Réseau mondial et rencontres internationales des acteurs de la filière agro-alimentaire pour une production durable (III.B.4)

Terre de liens – Innovation sociale pour l'accès au foncier – France (II.B.1)

Transition towns – Amélioration de l'autonomie énergétique des communautés – Réseau international (III.B.2)

Couverture et mise en page :
Paz López Sanjuán et Cécile Sauvage



Cette publication a été réalisée avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.

Communauté française
- Wallonie - Bruxelles



Direction générale de la Culture - Service général de la Jeunesse et de l'Éducation permanente du Ministère de la Communauté française de Belgique.

