

CROC\*

Coxinel

INRA



# LES CAHIERS DE L'OBSERVATOIRE CROC/COXINEL

## Diversité des producteurs en circuits courts Typologie des maraîchers de l'Hérault et des Pyrénées-Orientales

### Sommaire :

- Producteurs maraîchers en circuits courts : tendances observées au niveau national P 2
- Résultats d'enquêtes sur les maraîchers en circuits courts dans l'Hérault et les Pyrénées Orientales P 4
- Cinq trajectoires de producteurs en circuits courts P 5
- Portraits par type : fonctionnement des exploitations au regard des pratiques sociales et commerciales P 6
- Impact économique et social de l'insertion en circuits courts P 11

Le partenariat de développement du projet CROC-Equal a réalisé et/ou encadré plusieurs études abordant les circuits courts de commercialisation (CC) sous l'angle des producteurs et des exploitations. L'enjeu était de répondre aux questions suivantes :

- ✓ Quels sont les agriculteurs et les types d'exploitations qui pratiquent la vente directe (VD) ou la vente via un intermédiaire au plus ?
- ✓ Qui entre dans quel circuit ? Avec quelles ressources ? Quelles contraintes ?
- ✓ Quelles pratiques culturelles, quel fonctionnement d'exploitation, quelle organisation du travail y sont associés ?
- ✓ Quelles motivations orientent les agriculteurs vers tel ou tel circuit court ?
- ✓ Dans quel milieu évoluent-ils ? Quels sont les réseaux professionnels qu'ils mobilisent ?



### ABREVIATIONS UTILISEES

- CA** : Chiffre d'Affaires
- CC** : Circuit Court
- CL** : Circuit Long
- EA** : Exploitation Agricole
- EARL** : Entreprise Agricole à Responsabilité Limitée
- GMS** : Grande et Moyenne Surfaces
- MOF** : Main d'œuvre familiale
- SCEA** : Société Civile d'Exploitation Agricole
- UTA** : Unité de Travail Annuel
- VA** : Valeur Ajoutée
- VD** : Vente Directe

Devant l'importance et le potentiel de la distribution en circuit court, la filière maraîchage a fait l'objet d'études approfondies. Ce document présente dans un premier temps des données de cadrage issues d'une étude réalisée par le CTIFL en 2007<sup>1</sup>.

Dans un second temps, il rend compte de façon synthétique de travaux menés dans CROC sous la forme d'une typologie des producteurs maraîchers intégrés dans des circuits courts de commercialisation<sup>2</sup>. Ce Cahier de l'Observatoire CROC constitue ainsi également une des premières synthèses au service du projet COXINEL, « Circuits courts de commercialisation en agriculture et agroalimentaire : des innovations pour le développement régional », projet soutenu par l'INRA et la Région Languedoc-Roussillon dans le cadre du dispositif PS DR, « Pour et Sur le Développement Régional ».

1- **BAROS C., VERNIN X.**, 2007. *Les productions maraîchères de ceinture verte, valorisation de la proximité par les circuits courts*. Paris, Ctifl.

2- **DANIEL Maud**, 2006. *Quelles pratiques favorisent l'insertion des producteurs fragilisés de l'Hérault dans les circuits courts ? Approche par la formation des prix des fruits et légumes sur les marchés de plein air*. Mémoire de fin d'études, ENESAD de Dijon.

2- **GODARD Géraldine**, 2006. *Etude du fonctionnement des exploitations maraîchères en vente directe des Pyrénées Orientales*. Mémoire de fin d'études d'ingénieur, ENITA de Clermont-Ferrand.

## *Producteurs maraîchers en circuits courts : tendances observées au niveau national<sup>1</sup>*

### 1. Importance en nombre et en volume sur l'ensemble des maraîchers

◆ Sur les 17 800 producteurs de légumes frais en France, 7 600 écoulent au moins partiellement leur production par un circuit court 2, soit **43% des producteurs**.

◆ Environ **10% du volume total de la production légumière** destinée au frais passe par ce type de circuit.

⇒ La part de la production nationale de légumes vendue en circuits courts est donc plutôt modeste. Cette forme de commercialisation ne permet pas aux exploitations d'échapper à un phénomène global de déclin mais le freine.

◆ 5 000 exploitations commercialisent au moins les  $\frac{3}{4}$  de leurs légumes en circuits courts, soit 28% des exploitations légumières françaises.

◆ Ces exploitations spécialisées dans les circuits courts ne commercialisent que 7% de la production française totale de légumes frais. Cette proportion varie en fonction des espèces : le poids des circuits courts est de 15 à 20% des volumes de salades, fraises, courgettes mais est marginal pour l'endive, le chou, l'oignon.

◆ Le nombre des exploitations, toutes filières confondues, déjà en déclin, poursuit cette tendance mais **le déclin est moins prononcé pour les exploitations agricoles pratiquant la vente directe** : diminution de 13% du nombre d'exploitations qui vendent en direct au consommateur contre une diminution de 18% pour l'ensemble des exploitations entre le RGA 2000 et l'enquête de structure de 2005.

◆ 35% des superficies maraîchères proviennent d'exploitations situées en zones périurbaines, 50% si l'on ajoute celles situées dans les pôles urbains (Agreste, 2002). L'intérêt économique des circuits courts suppose la présence simultanée d'un potentiel de production et de consommation suffisant. Une grande partie de ces exploitations maraîchères spécialisées dans les circuits courts se trouvent ainsi **en zone périurbaine**.

### 2. Caractéristiques principales des exploitations en circuits courts

◆ Les exploitations en circuits courts sont globalement **de plus petite taille** que celles qui livrent au négoce, aux centrales ou coopératives. La superficie moyenne de légumes dans les exploitations spécialisées en CC est deux fois plus petite que pour l'ensemble.

⇒ Ces caractéristiques (**petite taille, production diversifiée, main d'œuvre familiale importante...**) s'accroissent avec la diminution du nombre d'intermédiaires et l'importance relative des CC, et particulièrement de la VD, par rapport à l'ensemble des circuits de commercialisation.

◆ Ces exploitations se caractérisent par **une moindre spécialisation de leur production**. La gamme de légumes est en général **plus diversifiée** même si certaines se spécialisent sur une ou deux espèces.

◆ Les producteurs de ces exploitations font dans l'ensemble **moins souvent partie de regroupements de producteurs**. Seulement 6% disent appartenir à une organisation de producteurs, contre 38% pour l'ensemble des producteurs de légumes. Les exploita-

tions sont en général gérées sous le **statut d'exploitants individuels**.

◆ La **main d'œuvre familiale** y est particulièrement importante.

◆ Les producteurs engagés dans les CC témoignent de **difficultés communes** : pression foncière pour les exploitations proches des pôles urbains en particulier (insuffisance de terre disponible en zone urbaine, instabilité des plans d'urbanisme qui pénalise les producteurs dans leurs décisions d'investissement) ; main d'œuvre peu disponible et pas intéressée par ce métier ; concurrence d'autres régions plus spécialisées ou d'autres pays européens ; insuffisance de renouvellement des producteurs ; mobilité et rayon d'action parfois réduits en zone urbaine par le trafic automobile ; demande aléatoire en fonction de la fréquentation, du climat ou autre...

### 3. Premiers éléments de différenciation à l'échelle nationale

L'étude CTIFL note la **diversité des exploitations en circuits courts**. Attentes et difficultés varient fortement entre un producteur qui propose des paniers et celui qui vend sur les marchés ou en grandes surfaces, de même que les structures (taille, gamme, main d'œuvre, investissements...) ou les orientations commerciales.

1- d'après Baros C., Vernin X., 2007. *Les productions maraîchères de ceinture verte, valorisation de la proximité par les circuits courts*, Paris, Ctifl.

2- **Définition CTIFL des circuits courts** : « cette dénomination se différencie des "circuits longs", avec lesquels les produits sont commercialisés par des structures de regroupement de l'offre de type coopérative et sica ou expéditeur privé ». Ils « comprennent généralement les ventes des producteurs sur les marchés de gros, les ventes aux magasins du détail, et de la grande distribution ainsi qu'aux restaurants et les ventes directes au consommateur (vente sur les marchés forains, bord de route, à la ferme, etc.) ».

## Sur les 5 000 exploitations écoulant au moins ¾ de leur production en circuit court :

★ **4 000 vendent leurs légumes directement au consommateur**, sur les marchés, les bords des routes ou à la

**Tableau 1**  
Atouts et contraintes principales de la vente directe pour les producteurs

Vente directe	
Atouts principaux	Contraintes principales
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plus grande VA par des prix plus rémunérateurs</li> <li>✓ Paiement immédiat</li> <li>✓ Contact direct avec le client final</li> <li>✓ Vente à la ferme : pas de contrainte de transport</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Activité chronophage</li> <li>✓ Gamme diversifiée à produire</li> <li>✓ Assiduité nécessaire</li> <li>✓ Besoin de fidélisation et constitution d'un portefeuille clients</li> <li>✓ Vente à la ferme supposant disponibilité du personnel, local, parcellaire proche de la ferme, accès facile aux particuliers...</li> </ul>

ferme : ceci représente moins de 3% des tonnages mis en marché par les producteurs au niveau national (contre 5% en 1996) mais près de 60% des quantités commercialisées par l'ensemble des exploitations spécialisées en circuits courts. Elles sont en moyenne de taille plus faible que les exploitations livrant exclusivement ou partiellement à la distribution (2,4 ha en moyenne de surface légumière). Leur production est la plus diversifiée (les 5 premières espèces représentent 1/3 de la production en volume contre 1/2 pour les autres exploitations en CC). La

main d'œuvre familiale y est particulièrement importante (plus des 2/3 de la main d'œuvre est familiale ; embauche de 1,9 UTP en moyenne). 5% seulement sont intégrées dans une organisation de producteurs et 80% sont détenues sous la forme d'exploitations individuelles.

★ **500 exploitants livrent directement à la distribution (GMS et détaillants primeurs)**

environ 6% des tonnages mis en marché (contre 5% en 1996) et le ¼ des légumes commercialisés en circuits courts. Ils constituent les plus grosses unités spécialisées en circuits courts (en moyenne 104 t par exploitation). Leur gamme est moins diversifiée (espèces privilégiées en distribution : carotte de conservation, concombre et laitue). La surface légumière moyenne est de 5,8 ha dont 17% en parcelles maraîchères spécialisées. 2,6 UTA y sont employées en moyenne (1/2 familiale, 1/2 salariale permanente et saisonnière). Une personne travaillant à plein temps peut produire 41 t si elle livre à la distribution au lieu de 22 t en moyenne pour l'ensemble des exploitations livrant aux circuits courts (tonnages importants à chaque transaction et culture d'espèces moins exigeantes en main d'œuvre).

**Tableau 2**  
Atouts et contraintes principales de la vente à la distribution pour les

Vente à la distribution	
Atouts principaux	Contraintes principales
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Écoulement régulier auprès d'un nombre limité d'interlocuteurs</li> <li>✓ Volumes plus importants que pour les ventes directes au consommateur</li> <li>✓ Risque financier limité</li> <li>✓ Prix stable</li> <li>✓ Frais de transport réduits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nécessité de planifier la production et d'atteindre des volumes suffisants</li> <li>✓ Besoin de réactivité face aux sollicitations du magasin</li> <li>✓ Maintien nécessaire d'un bon relationnel avec les responsables du magasin</li> </ul>

★ **600 exploitants mixtes livrent à la fois en vente directe et à la distribution**, dans le but de diversifier les débouchés, de combiner la régularité de l'écoulement en distribution et la valeur ajoutée de la vente directe. Globalement, au vu des différents indicateurs utilisés pour décrire les exploitations en CC, ce groupe se situe dans une situation intermédiaire aux deux précédents, comme le montre le tableau récapitulatif ci-dessous.

**Tableau 3- Principales caractéristiques des exploitations vendant en circuits courts**

Système de vente majoritaire	Nb d'exploitations (extrapolation)	Surface moyenne légume (ha)	Tonnages moyens (t)	Main d'œuvre légumière (UTA)	Main d'œuvre familiale	Salariés permanents (%)	Salariés occasionnels (%)
Directement au consommateur	3 943	2,4	30	1,7	74 %	13 %	12 %
Directement à la distribution	503	5,8	104	2,6	43 %	30 %	27 %
Mixte	572	3,8	58	2,4	53 %	24 %	22 %
Ensemble	5 019	3	41	1,9	67 %	17 %	16 %

Source : Enquête sur les structures de la production légumière en 2005, Sceaux, citée par Baros C., Vernin X., 2007.

## Résultats d'enquêtes sur les maraîchers en circuits courts dans l'Hérault et les Pyrénées-Orientales

Deux études réalisées par des étudiantes encadrées par des membres du PDD CROC ont permis de proposer des typologies des maraîchers dans ces deux départements, en adoptant des angles d'approche différents et complémentaires (modes d'échantillonnage, choix de la population étudiée, critères de différenciation...). Elles se sont basées sur la consultation d'experts et sur une trentaine d'entretiens chacune, auprès de producteurs engagés dans divers types de CC (vente sur les marchés, par paniers, vente en gros et demi-gros combinée à de la vente en circuit court, vente à la ferme). Les résultats ont été restitués localement, ce qui a permis de les ajuster.

**Dans l'Hérault :** l'étude a porté sur l'impact de l'insertion dans les circuits courts sur la qualité de vie des maraîchers tant au niveau économique que social. La méthode a consisté à analyser la façon dont ils fixent les prix en circuit court dans l'hypothèse que cela révèle leurs réseaux et l'influence de ceux-ci sur leurs pratiques, ainsi que les valeurs importantes pour eux, les compétences qu'ils ont ou qui leur manquent, leurs trajectoires professionnelles.

**Le plus de l'échantillonnage :** la sélection des enquêtés visait à couvrir la diversité des pratiques professionnelles techniques et sociales des maraîchers. L'étude a également cherché à intégrer des producteurs « fragilisés » à dire d'experts pour mieux répondre aux objectifs du projet CROC.

**Dans les Pyrénées-Orientales (PO) :** l'étude s'est intéressée aux différents modes de fonctionnement des exploitations maraîchères en CC et les a utilisés comme critères de différenciation pour construire une typologie. Elle met en évidence les opportunités économiques liées à ce type de vente mais soulève également les contraintes organisationnelles qu'il implique au sein des exploitations.

**Le plus de l'échantillonnage :** La diversité géographique ainsi que celle des modes de conduite des cultures (Agriculture biologique, conventionnelle) ont été recherchées.

Nous émettons l'hypothèse que ces deux typologies sont complémentaires et représentent à elles deux la diversité des producteurs maraîchers au niveau régional. Elles permettent de montrer quel fonctionnement d'exploitation peut correspondre à quelles pratiques commerciales, sociales et à quelles trajectoires professionnelles. Nous proposons ainsi ci-dessous une typologie synthétique de trajectoires des maraîchers en circuits courts dans ces deux départements.

> Cette typologie présente des **types de trajectoires** (type de projet productif et de projet de vie) et non des types de situation à un instant « t ». Ce sont des tendances qui sont identifiées.

> Au sein d'une même trajectoire, **s'observent ainsi différents états d'avancement, des stades plus ou moins maîtrisés**, plus ou moins aboutis, des petites et grosses exploitations, des jeunes producteurs et des producteurs âgés.

Les résultats des enquêtes dans l'Hérault (34) et les Pyrénées-Orientales (66) révèlent **des différences entre les producteurs des deux départements** liées tout d'abord au mode d'échantillonnage.

**Tableau 4- Spécificités des populations enquêtées dans chaque département :**

### *Dans l'Hérault :*

- Plus d'exploitants en agriculture AB,
- Plus de producteurs fragilisés,
- Plus d'exploitations de petite taille.

### *En Pyrénées-Orientales :*

- Plus d'exploitations en agriculture conventionnelle,
- Part des CC sur CL moins importante,
- Présence de la catégorie des arboriculteurs,
- Plus d'exploitations importantes.

## 1. Cinq trajectoires de producteurs en circuits courts

Type 1

**Les pragmatiques**, qui combinent circuits longs et circuits courts dans une optique de rentabilité.

A la tête d'exploitations bien ancrées dans les circuits longs, ils diversifient leurs débouchés par opportunité (tourisme littoral estival, ceinture verte). La VD ne représente en général qu'une petite partie de leur CA (VD 10 à 25%), le temps de vente est optimisé. Les systèmes de culture sont intensifs, l'agriculture conventionnelle, les cultures peu à moyennement diversifiées. Leurs exploitations comptent les plus grosses surfaces cultivées des départements.

On classe aussi parmi les producteurs de ce type des exploitations principalement arboricoles qui se diversifient vers le maraîchage par opportunité suite aux difficultés rencontrées dans la filière Fruits ou dans l'attente de la pousse des jeunes arbres. La VD peut représenter jusqu'à 70% du CA de leur atelier maraîchage, les cultures sont moyennement diversifiées, ce qui permet de garder du temps libre en hiver. La production de fruits reste destinée aux CL. Productions de fruits et de légumes se répartissent en ce cas à parts égales le CA de l'exploitation.

Type 2

**Les innovateurs**, qui s'engagent financièrement et en temps et multiplient leurs activités à un rythme soutenu pour s'inscrire dans les circuits courts. Les difficultés sur les CL les ont poussés à aller vers les CC. Près de 70% de leur CA provient de la VD. Malgré un historique de spécialisation au niveau culturel lié à leur passé en CL, leurs cultures sont très diversifiées et valorisées à travers des activités complémentaires (transformation, actions pédagogiques, agritourisme...) en lien avec une dynamique d'innovations marquée.

Type 3

**Les hédonistes efficaces** qui cherchent à allier rentabilité et qualité de vie. 100% de leur CA est réalisé en CC. Ils limitent les risques et stabilisent leur revenus en combinant à l'année plusieurs circuits. Leur projet, souvent projet de vie porté en couple, doit permettre à une famille de vivre en combinant qualité de vie et efficacité. Les CC permettent d'assurer l'écoulement de toute la marchandise, de trouver un équilibre entre vente et production, de préserver une qualité de vie satisfaisante et de s'inscrire dans le développement de leur territoire de vie. Au niveau culturel, ils prônent des pratiques naturelles ou même biologiques et pratiquent une diversification moyenne.

Type 4

**Les spécialistes engagés** (spécialistes de la vente directe et par panier) envisagent le maraîchage en circuit court comme une activité qui leur permet d'acquiescer un certain revenu mais aussi, voire surtout, de construire un engagement citoyen : à travers la vente directe en particulier (près de 100% de leur CA), il s'agit de défendre des valeurs, des projets, de créer un lien avec les consommateurs, de s'inscrire dans la rencontre agriculture-société. Ce type regroupe des pionniers du maraîchage et de la vente directe. Les systèmes de cultures sont extensifs, souvent en agriculture biologique ou très bas intrants, la surface utilisée de petite taille, les cultures très diversifiées (sauf pour les moins expérimentés). La planification et la conduite culturale sont complexes.

Parmi ces spécialistes de la VD, on distingue deux sous-types selon le niveau d'expérience acquise et le stade d'avancement des exploitations. Les moins expérimentés rencontrent parfois des difficultés au niveau de la production. Ils produisent une petite gamme de produits standards et quelques produits rares. La VD constitue le côté agréable du métier, elle fait partie intégrante du métier de producteur, c'est la continuité logique de leur entreprise. En revanche les plus expérimentés, dont certains sont doubles actifs, ne connaissent pas de difficultés majeures de production. Leurs cultures sont diversifiées à très diversifiées avec des gammes en évolution constante.

Type 5

**Les idéalistes**, qui cherchent un « retour à la terre » et misent sur une production de qualité, essaient de vendre en local mais en fait, ne sont pas très intéressés par l'activité de commercialisation. Ils sont souvent peu reconnus par les consommateurs et les autres producteurs. Il s'agit souvent de vente directe par défaut. En cas de difficultés économiques, les exploitants ont recours au RMI ou à une pluriactivité « subie ». Ce type de producteur est absent des enquêtes menées dans les PO. N'étant pas intégré dans des réseaux, il est en effet plus difficile à identifier et rencontrer. De ce fait, nous ne disposons pas des mêmes informations concernant les pratiques culturelles, l'organisation du travail, etc...

## 2. Portraits par type : fonctionnement des exploitations au regard des pratiques sociales et commerciales

**Les pragmatiques**, qui combinent circuits longs et circuits courts dans une optique de rentabilité

**Type 1**

### Type et fonctionnement de l'exploitation

<b>SAU</b>	<b>Surface relativement importante</b> (entre 10 et 20 ha)
<b>Type et pratiques culturelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Pratiques culturelles conventionnelles, raisonnées ou biologique de masse</b> (PO : uniquement conventionnelles)</li> <li>- <b>Système intensifs</b> ; rotations sur 3 ans</li> </ul>
<b>Niveau de diversification des espèces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Niveau de diversification le plus faible</b> des 5 types identifiés, malgré un léger élargissement de gamme opéré pour les productions destinées à la VD.</li> <li>- Motivation pour choix des variétés : <b>rentabilité</b></li> </ul>
<b>Planification Des cultures- Gestion des surplus</b>	Mêmes espèces chaque année et dates fixes de récoltes recherchées (PO : date d'ouverture du stand estival) - Planification des cultures facile Objectif : limiter au mieux de pertes, les problèmes de variations de volumes mais pas de transformation ou de revente à d'autres maraîchers de leur surproduction
<b>Main d'œuvre et organisation du travail</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilisation importante de <b>main d'œuvre salariée et de main d'œuvre familiale (MOF)</b>, surtout pour la vente en période estivale</li> <li>- <b>Rythme de travail très soutenu</b> à l'année (VD estivale calée dans une période où le travail est moindre pour les CL)</li> </ul>
<b>Statut</b>	<b>SCEA ou EARL</b> , associés surtout avec conjoint ou parents
<b>Matériel</b>	<b>Parc matériel adapté pour les grandes surfaces et variétés vendues en CL</b> / Moins mécanisé pour variétés vendues uniquement en CC ; investissement léger dans ce domaine

### Place des CC dans la trajectoire de vie et/ou professionnelle

<b>Trajectoire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exploitants <b>relativement âgés</b></li> <li>- <b>Trajectoire « conventionnelle »</b> : issus du monde agricole ou intégrés de longue date (&gt;20 ans), reprise d'exploitation familiale, installés avec la DJA</li> <li>- <b>Capital important</b></li> </ul>
<b>Motivations pour l'insertion dans les CC</b>	Meilleure <b>valorisation économique de leur travail</b> , sécurité (faire face aux crises et fluctuations du marché, stabiliser le revenu)

### Pratiques commerciales

<b>Part des CC sur l'ensemble</b>	<b>Vente essentiellement en gros mais combinent les CC et CL</b> Pour ceux dont la production maraîchère est uniquement destinée à un stand estival, la VD peut représenter près de 20% du CA total sur deux mois d'été
<b>Types de CC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préférence pour les <b>CC qui optimisent le temps</b> : vente à la ferme, vente de paniers par internet, vente à des boutiques spécialisées (pas de marché de plein vent)</li> <li>- Pratique courante de <b>l'achat-revente</b> chez des grossistes ou autres producteurs pour élargir la gamme et vendre même en saison creuse (surtout Hérault)</li> <li>- <b>Vente et production menées de façon indépendante</b> et complémentaire (souvent une personne chargée uniquement de la vente)</li> </ul>
<b>Mode de formation des prix</b>	<b>Deux tendances :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Prix bas</b>, calés sur les cours des marchés gare et mercuriales, par « maintien des habitudes »</li> <li>- <b>Prix plutôt élevés</b>, justifiés par l'engouement autour des CC</li> </ul>

### Pratiques sociales

<b>Relations avec la profession</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Exploitants bien entourés au sein de la profession</b></li> <li>- Relations avec les autres producteurs : liens amicaux et professionnels (conseils, aide technique) importants avec le groupement de producteurs via lequel est commercialisée une bonne part de leur production</li> <li>- Conseils techniques : Chambre d'Agriculture, entreprises de semences, conseillers centre de gestion, recherchés principalement sur les productions des CL</li> </ul>
<b>Relations avec le consommateur</b>	<b>Relations surtout marchandes</b> , moins fortes que les relations aux autres producteurs, même si quelques relations privilégiées
<b>Engagement dans des collectifs</b>	Dans des institutions locales, conseil municipal, crédit agricole, syndicat

Type 2

**Les innovateurs**, qui s'engagent financièrement et en temps, et multiplient leurs activités à un rythme soutenu pour s'inscrire dans les circuits courts

### Type et fonctionnement de l'exploitation

<b>SAU</b>	<b>Surface importante en moyenne</b> héritée d'un passé souvent proche d'une production pour CL mais hétérogénéité au sein du type (ex. PO : 2 exploitations à 10 ha, et 2 à 2 ha)
<b>Type et pratiques culturelles</b>	<b>Pratiques culturelles respectueuses de l'environnement</b> , naturelles ou biologiques pour les cultures en CC (variable pour productions en CL)
<b>Niveau de diversification des espèces</b>	- Grande diversification des cultures pour CC, toute l'année (10 espèces environ par saison, plus de 20 sur l'année) malgré un passé de forte spécialisation (grossiste et CL) - Motivations pour choix des variétés : rentabilité et qualité
<b>Planification Des cultures- Gestion des surplus</b>	- <b>Recherche d'optimisation de leur production toute l'année</b> , de limitation des pertes et invendus : transformation des produits et choix des systèmes de vente les plus appropriés à leur production - <b>Peu de problèmes phytosanitaires</b> mais des problèmes d'étalement de la production, de respect des temps de repos des terres, <b>planification et conduite culturelle complexes</b> , exploitations souvent surdimensionnées
<b>Main d'œuvre et organisation du travail</b>	- Exploitant en réapprentissage du métier, très consciencieux, note tout, d'année en année, dans une <b>démarche de progrès</b> - Spécialisation dans la VD mais avec les <b>acquis des CL (rigueur)</b> - <b>Utilisation importante de MO salariée et de MOF</b> , pour la vente, traitements, irrigation, travail du sol/ salariés peu expérimentés en diversification - Rythme de travail très soutenu à l'année (avec VD, augmentation du temps de travail pour vente). Association souvent nécessaire
<b>Statut</b>	<b>SCEA ou EARL</b> , associés surtout conjoint ou parents
<b>Matériel</b>	- Exploitations <b>relativement mécanisées</b> - Investissement récent dans du matériel neuf spécifique à la vente directe et aux petites surfaces : motoculteur, appareil de traitement à dos, motteuse (avant seulement des équipements adaptés aux CL). Accès également à du matériel prêté par le groupement de producteurs (coopérative)

### Place des CC dans la trajectoire de vie et/ou professionnelle

<b>Trajectoire</b>	- Trajectoires <b>non conventionnelles</b> aboutissant à une <b>intégration progressive dans la profession</b> grâce aux bons résultats des exploitations notamment : étrangers installés dans les années 70, reprise d'exploitation familiale après une autre activité - <b>Capacités d'innovation</b> et de mobilisation des ressources nécessaires dans un cadre changeant ; goût du défi, multitude de projets à un rythme soutenu
<b>Motivations pour l'insertion dans les CC</b>	- Motivations : « survie » de l'exploitation, amélioration et sécurisation des revenus (crises sur CL), projet de vie rentable en accord avec leurs principes (agriculture de qualité) - Perspectives : intention d'augmenter la part des CC, au maximum en VD, et de diminuer celle des CL (surface cultivée, MO salariée ..) sans l'abandonner complètement pour garder un créneau sécurisé.

### Pratiques commerciales

<b>Part des CC sur l'ensemble</b>	- <b>Combinaison de CC+CL</b> ; rentabilité surtout recherchée sur les CL ; multiplication des types de circuits (CL et CC) : ex : Vente à une coopérative, marché de gros + VD toute l'année - <b>Mais spécialisation dans la VD croissante</b> : 10 à 20% du CA il y a quelques années, aujourd'hui = 60-70%
<b>Types de CC</b>	- <b>Diversité de types de CC</b> : stand sur l'exploitation, AMAP, marchés estivaux, foires, visites de ferme... (PO : surtout stand sur l'exploitation) ; <b>logique d'optimisation</b> : pour éviter les pertes, vente aux autres producteurs, à des boutiques, transformation des invendus - <b>Valorisation des CC par d'autres activités</b> : l'agritourisme, accueil sur l'exploitation, éducation à l'environnement... - Pratique pour certains de l'achat-revente pour compléter la gamme mais dans une transparence totale vis-à-vis du consommateur
<b>Mode de formation des prix</b>	- <b>Prix plutôt élevés, réfléchis</b> dans le but de valoriser la qualité et de rendre rentables la vente en CC mais aussi les investissements et autres activités associées

### Pratiques sociales

<b>Relations avec la profession</b>	- Liens avec les autres producteurs <b>limités par manque de temps</b> , ils ciblent les réseaux et les personnes potentiellement intéressantes professionnellement - Considérés comme des <b>références</b> par des producteurs moins performants qu'eux
<b>Relations avec le consommateur</b>	Volonté de séparer vente et production. Relations avant tout commerciales, néanmoins création de lien social autour de leur activité, au sein d'un réseau de consommateurs fidèles, habitués (relations parfois même amicales)
<b>Engagement dans des collectifs</b>	Engagement dans diverses associations, utilisées comme un réseau d'information. Actifs et investis dans des réseaux associatifs tels que Civam

## Les hédonistes efficaces, qui visent rentabilité et qualité de vie



### Type et fonctionnement de l'exploitation

<b>SAU</b>	<b>Surface inférieure à 4 ha</b>
<b>Type et pratiques culturelles</b>	<b>Agriculture biologique labellisée</b> par souci de transparence vis-à-vis du client. Ils veulent faire du « beau bio »
<b>Niveau de diversification des espèces</b>	- <b>Niveau moyen de diversification</b> - Motivations pour le choix des variétés : celles qu'ils réussissent ; ils ne produisent pas tout et complètent leur gamme chez des producteurs dont ils sont proches
<b>Planification Des cultures- Gestion des surplus</b>	- <b>Système de culture peu intensif voire extensif</b> (beaucoup plus de surface non utilisée) ; respect de rotations. Ne produisent presque qu'en plein champ - Maîtrise de la production du semis à la vente, limitation du nombre d'intermédiaires - Essais toujours nombreux pour adapter leur production à leur contraintes (ex : montagne)
<b>Main d'œuvre et organisation du travail</b>	- Souvent expérimentés (ancienneté) - <b>Peu de recours à la MO salariale, recours à la MOF seulement ponctuel</b> (pour l'entretien, la récolte et la vente) - Étalement des productions facilité sur petites surfaces
<b>Statut</b>	<b>Surtout EA mais aussi cotisants solidaires</b>
<b>Matériel</b>	<b>Bien équipés grâce à un investissement progressif</b> en fonction des besoins, en autofinancement, pour limiter la pénibilité du travail

### Place des CC dans la trajectoire de vie et/ou professionnelle

<b>Trajectoire</b>	Les plus âgés de l'échantillon, avec une moyenne de 51 ans, Origine = <b>du milieu agricole</b> ou de formation agricole, <b>mais</b> : - <b>en rupture</b> avec l'agriculture conventionnelle, - passage par d'autres professions avant l'agriculture (enseignement,...), par d'autres régions (installation grâce à des contacts avec d'autres producteurs) - certains sont <b>double-actifs</b>
<b>Motivations pour l'insertion dans les CC</b>	- <b>Conjugaison entre rentabilité, qualité de vie et développement local</b> Les CC permettent d'assurer l'écoulement de toute la marchandise, de trouver un équilibre entre vente et production et de préserver une qualité de vie satisfaisante (temps libre) Projet également intégré dans une démarche visant à valoriser leur territoire de vie

### Pratiques commerciales

<b>Part des CC sur l'ensemble</b>	<b>La totalité de la production est vendue en CC et la majeure partie en VD</b> Vente = partie intégrante de l'activité
<b>Types de CC</b>	<b>2 systèmes de vente en CC différents toute l'année</b> , par exemple 1 circuit de vente principal (marché important, paniers) et 1 circuit complémentaire (vente à la ferme, foires...)
<b>Mode de formation des prix</b>	- <b>Prix établis en fonction des autres producteurs</b> pour préserver l'appartenance à un réseau de pairs : ils <b>s'interdisent de casser les prix</b> au nom de cette appartenance mais <b>refusent une politique de prix trop élevés</b> au titre de l'accessibilité de tous aux produits

### Pratiques sociales

<b>Relations avec la profession</b>	Création et participation au développement d'un réseau de producteurs de proximité basé sur des <b>liens professionnels</b> (échanges de matériel, de conseils, de semences...) <b>mais aussi sur le partage de certaines valeurs</b> telles que le respect de l'environnement et de l'être humain.
<b>Relations avec le consommateur</b>	<b>Création de réels rendez-vous avec la clientèle</b> grâce à des points de vente en nombre réduit et réguliers, notamment <b>avec une clientèle de proximité</b> , dans leur territoire de vie. Importance capitale des retours des consommateurs pour ces producteurs qui veulent être reconnus pour leurs produits de qualité
<b>Engagement dans des collectifs</b>	- Engagement dans le réseau Civam, pour se tenir au courant - Proches du conseil d'administration- adhérents ou ex-adhérents actifs

Type 4

**Les spécialistes engagés**, qui envisagent la vente en CC comme une activité propice à la défense du métier de producteur et/ou au débat citoyen.

### Type et fonctionnement de l'exploitation

<b>SAU</b>	- <b>Surface inférieure à 4 ha</b> (Hérault : petites surfaces souvent mal adaptées au maraîchage)
<b>Type et pratiques culturelles</b>	- <b>Surtout agriculture biologique ou naturelle</b> - Entretien soigneux des cultures, attention portée à la <b>qualité gustative et visuelle des produits</b> (critères de rendement et de calibre secondaires) ; Production de la majorité de leurs plants et maîtrise de la production du semis à la vente - <b>Évolution constante</b> : prise de notes sur essais
<b>Niveau de diversification des espèces</b>	- <b>Selon ancienneté dans le métier : niveau moyen</b> , petite gamme de produits standards et quelques produits rares (moins expérimentés) ou <b>niveau élevé</b> surtout pour ceux qui livrent des paniers (plus de 10 espèces par saison, la plupart en plein champ). Double actifs : niveau élevé en été/ moyen sur l'année. Gamme en évolution constante
<b>Planification Des cultures- Gestion des surplus</b>	- <b>Système peu intensif</b> , rotations sur 4 ans, utilisation d'engrais vert ou du repos - <b>Planification et conduite culturale complexes</b> - <b>Selon ancienneté dans le métier : connaissance ou non des quantités à produire</b> par rapport à leur capacité de vente, <b>capacité ou difficultés à fournir des volumes suffisants, problèmes ou non de planification</b> (pour ceux qui vendent par paniers, surplus écoulés dans les paniers). Objectif = étalement annuel de la production (sauf doubles actifs: activité à mi-temps, concentrée sur la saison estivale).
<b>Main d'œuvre et organisation du travail</b>	- <b>Très peu de MO salariée, ponctuellement recours à la MOF</b> sur des tâches précises comme l'entretien, la récolte et la vente. Il s'agit surtout des enfants, parents, conjoints
<b>Statut</b>	<b>PO : Essentiellement EA</b> (quelques cotisants solidaires et EARL)
<b>Matériel</b>	Spécialistes avec ancienneté : parc incomplet et vieux selon eux / Jeunes installés : parc jugé le plus souvent assez complet pour les exploitants vendant par paniers (systèmes récents)

### Place des CC dans la trajectoire de vie et/ou professionnelle

<b>Trajectoire</b> Ce type rassemble tous les âges et différentes trajectoires	- <b>des pionniers du maraîchage et de la VD</b> dans les deux départements (années 70-80) ; militants plus ou moins radicaux pour une agriculture paysanne, respectueuse de l'environnement - <b>et/ou des néo-ruraux</b> , souvent non-originaux de la région, reconvertis dans une activité en accord avec leurs valeurs = <b>rupture dans leur trajectoire de vie</b> - <b>et/ou des doubles actifs</b> qui ont décidé de développer une activité agricole pour contribuer à la rencontre agriculture-société - <b>et/ou des jeunes installés</b> (spécialisés dans la vente par paniers) qui ont repris l'exploitation familiale mais sont en rupture avec le modèle familial
<b>Motivations pour l'insertion dans les CC</b>	- <b>Motivations professionnelles et citoyennes</b> : point de vente souvent considéré comme une tribune publique, propice à la défense de valeurs et projets. Quête d'un modèle de développement durable via l'agriculture, la VD permet selon eux de valoriser le métier de producteur et de faciliter la rencontre entre agriculture et société - Maintien voire <b>augmentation de leur revenu</b> , amélioration de la productivité pour dégager <b>plus de temps libre</b> tout en réduisant la pénibilité du travail (surtout pour exploitants livrant des paniers)

### Pratiques commerciales

<b>Part des CC sur l'ensemble</b>	- La <b>VD représente près de 100% du CA</b> - Refus de l'achat-revente pour ne pas « tromper » le consommateur
<b>Type de CC</b>	<b>CC favorables au rapprochement producteur-consommateur</b> : systèmes de paniers avec livraison à domicile ou AMAP, marché de plein vent (marché paysan notamment)
<b>Mode de formation des prix</b>	- <b>Deux tendances : prix constants et peu élevés au titre de la qualité à petit prix</b> (un produit de qualité doit être accessible au plus grand nombre mais pas au détriment du producteur) ou <b>prix plutôt élevés au titre de la défense du métier de producteur et de la valorisation de la qualité</b>

### Pratiques sociales

<b>Relations avec la profession</b>	- <b>Hérault : échanges peu nombreux, souvent mis à l'écart de la profession</b> surtout là où ils vivent (différence et/ou double activité). Marché = le lieu d'échanges avec des producteurs aux mêmes pratiques. <b>PO : moins marginaux, mieux intégrés</b> - <b>Peu de suivi technique de la part des organismes d'appui officiels</b>
<b>Relations avec le consommateur</b>	<b>Recherche de liens forts</b> mais relations très contrastées avec les consommateurs : leurs propos parfois « radicaux » peuvent déplaire. Le soutien financier et politique des consommateurs compte parfois beaucoup pour eux (jusqu'au soutien du producteur dans l'installation, la recherche de nouvelles terres...)
<b>Engagement dans des collectifs</b>	Appartenance au réseau Terres Vivantes 34 et/ou Civam bio, qui permet notamment le développement important des paniers/AMAP dans les PO. <b>Anciens ou actuels membres actifs</b> , militantisme « en douceur » pour les uns, plus marqué pour d'autres. Pionniers proches des idées de la Confédération paysanne mais nouveaux venus plus diversifiés

Type 5

**Les idéalistes**, qui s'inscrivent dans un « retour à la terre », misent sur une production de qualité, se définissent comme producteurs et non commerçants

## Type et fonctionnement de l'exploitation

<b>SAU</b>	Petite surface
<b>Type et pratiques culturales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratiques naturelles (non labellisées)</li> <li>- Réflexion consciencieuse sur leurs systèmes de cultures pour les adapter à la vente mais n'arrivent souvent pas à assumer la charge de travail que produire implique</li> </ul>
<b>Niveau de diversification des espèces / Planification des cultures- Gestion des surplus / Main d'œuvre et organisation du travail/ Statut/ Matériel : A préciser</b>	

## Place des CC dans la trajectoire de vie et/ professionnelle

<b>Trajectoire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Néo-ruraux, souvent non-originares de la région</li> <li>- Abandon d'une activité qui ne correspondait pas à leurs valeurs pour une « activité humaine » plus cohérente avec leurs valeurs ; installation = rupture dans leur trajectoire de vie. Retour à la terre poussé par le désir de faire des produits de qualité avec des pratiques respectueuses de l'environnement</li> </ul>
<b>Motivations pour l'insertion dans les CC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vision souvent « romantique », idéalisée de l'agriculture</li> <li>- Motivations : équilibre de vie et mise en pratique de valeurs morales</li> <li>- Mais, à la différence des « engagés », n'envisagent pas les relations producteurs-consommateurs comme une motivation principale pour se lancer dans la vente directe</li> </ul>

## Pratiques commerciales

Ils sont motivés par la terre, la production et non par la vente. La vente est un réel souci dans le fonctionnement de leur entreprise, elle est vue comme une contrainte. Chercher des points de vente et écouler sa production, c'est pour eux le mauvais côté du métier de producteur. Ils ont des difficultés à assumer la charge de travail que vendre implique.

**Part des CC sur l'ensemble/ Type de CC :** Ils pratiquent la VD « par défaut »

<b>Mode de formation des prix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Prix fixe</b> et souvent décidé en fonction de la qualité du produit, de sa rareté et des coûts de production ; le <b>prix est très réfléchi car il doit être rémunérateur d'une activité laborieuse</b></li> <li>- <b>Prix assez chers par rapport aux autres</b> sur le marché, prix « militants » qui revendiquent une juste rémunération du producteur, indépendants des fluctuations du marché considérées comme arbitraires</li> </ul>
-----------------------------------	--

## Pratiques sociales

Leur travail n'est envisagé ni en relation avec les producteurs ni avec les clients. Ce manque de relation peut être lié soit à un échec dans la création de leur environnement socio-économique, soit par choix ou auto-exclusion.

<b>Relations avec la profession</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recours à quelques conseils lors de l'installation ; recherche d'appuis surtout auprès de personnes ressources dans des organismes de développement local</li> <li>- Relations difficiles avec les autres producteurs du marché s'ils ne pratiquent pas la même politique de prix ou les mêmes pratiques culturales</li> </ul>
<b>Relations avec le consommateur</b>	Peu de relations autres que commerciales au-delà de quelques fidèles convaincus par les tomates ou le discours !
<b>Engagement dans des collectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas ou peu engagés dans des associations ou réseaux de producteurs.</li> <li>- Se sentent proches de la Confédération paysanne</li> </ul>

Les travaux ont donc permis d'identifier **cinq types de trajectoires de maraîchers en circuits courts**, chaque trajectoire abritant différentes situations.

Des **différences ont pu être observées entre l'Hérault (34) et les Pyrénées-Orientales (66)**. Elles sont liées au mode d'échantillonnage mais aussi **aux spécificités des départements** : le maraîchage et la vente en circuits courts sont des pratiques plus anciennes et davantage répandues dans les PO que dans l'Hérault, stimulées notamment par une fréquentation touristique plus forte, du littoral comme des vallées viticoles, mais aussi par la crise sévère de la filière fruits et légumes, qui a mis à mal les exploitations spécialisées dans la vente en gros (expédition, export). Les maraîchers en CC, plus nombreux et de ce fait, moins marginalisés, apparaissent alors comme moins « militants » et globalement plus expérimentés. Des installations en circuits courts (paniers notamment) sont aujourd'hui

accompagnées par les organismes d'appui, dans leur diversité (chambre d'Agriculture, réseau Civam).

En comparaison, ceux de l'Hérault s'inscrivent davantage dans un engagement citoyen et leur plus grande nouveauté implique qu'ils sont encore marginalisés aujourd'hui : ils proposent une alternative au système qui a été longtemps dominant, à savoir la viticulture distribuée en circuit long par l'intermédiaire des coopératives. Ceux qui s'installent en maraîchage et s'engagent dans des CC ont tendance à avoir plus souvent des pratiques agricoles biologiques et des discours militants. Certains ont aussi, du fait d'installations récentes dans des zones difficiles et/ou avec un niveau de ressources limité, plus de difficultés dans la production, la gestion et planification des cultures et un goût plus marqué pour la VD, perçue autant voire davantage comme une tribune citoyenne que comme une simple forme de vente.

### 3. Impact économique et social de l'insertion en circuits courts pour les différents types de producteurs identifiés

Ces producteurs portent des regards très différents quant à la **valorisation de leur activité tant du point de vue économique que social**. La valorisation économique recherchée peut être quantitative (amélioration du CA, des revenus, des possibilités d'investissement), qualitative (stabilisation des revenus sur la saison, sur l'année). La valorisation sociale recherchée peut également être quantitative (augmentation du nombre de liens sociaux jugés importants, avec les producteurs et/ou avec les consommateurs) et/ou qualitative (développement de relations privilégiées avec les producteurs et/ou avec les consommateurs).

En effet, pour les **pragmatiques**, les bénéfices économiques liés aux circuits courts sont significatifs : ils trouvent dans l'élimination des intermédiaires le moyen d'augmenter de façon considérable leur revenu et de se détacher des variations des prix de gros. Leur investissement financier pour vendre en circuit court est réduit et les fluctuations de production sont facilement absorbées par les CL. Socialement, l'impact est faible : les exploitants participent rarement à la vente et n'ont donc pas l'occasion de renforcer leurs liens avec les autres producteurs ou consommateurs. Cette insertion en CC peut néanmoins représenter pour leurs conjointes une source nouvelle de forte valorisation sociale : elles prennent souvent en charge la vente et apprécient la relation-client.

Les **innovateurs** sont satisfaits de leur situation. Les CC leur permettent de dégager un revenu de leur activité, même si il est rarement élevé étant donné la charge importante de travail et les investissements engagés (achat de terrain, de matériel, etc...). Ils pensent pouvoir obtenir des retours sur investissements dans les prochaines années. Si leur rythme soutenu de travail limite, en quantité, les relations avec les consommateurs et les producteurs, ils entretiennent des relations d'entraide avec les autres producteurs, prennent des responsabilités dans ces réseaux et parviennent à fidéliser leurs clients.

Les **hédonistes efficaces** sont également des producteurs satisfaits de leur situation financière, de leur relation avec leur entourage et de leur métier, tant qu'ils arrivent à combiner vie de famille et vie professionnelle. Economiquement, la progression de leur CA est constante même si leurs revenus restent modestes (SMIC). Le fait d'être peu endettés et de travailler à deux sur l'exploitation leur permet de s'en sortir. Socialement, ils sont très liés professionnellement avec les producteurs et appartiennent à un réseau d'entraide ; ils entretiennent également des échanges privilégiés avec une clientèle de proximité et s'inscrivent dans le développement de leur territoire.

Les **spécialistes engagés** ont une situation économique parfois fragile, retirent peu voire aucun revenu de leur activité même s'ils parviennent à couvrir les fonds de roulement de leur entreprise. Néanmoins leur objectif est moins un gain économique que la recherche d'un engagement citoyen à travers cette activité. Ils auraient tendance à délaissier la production pour la vente. Ils entretiennent des relations privilégiées et fidèles avec un petit groupe de consommateurs partageant les mêmes valeurs ou aimant leurs légumes !

Enfin les **idéalistes** sont dans l'ensemble plutôt déçus de la faible valorisation acquise au regard de l'investissement fourni pour s'insérer dans les CC. Le maraîchage en vente directe n'est pour eux ni une activité rentable ni à l'origine de liens forts avec les consommateurs ou les producteurs. Ils refusent le rôle de commerçants et leurs relations avec les producteurs ne vont jamais jusqu'à l'entraide ou l'amitié. Par conséquent, les produits, le travail, les savoir-faire et le métier de ces producteurs sont peu reconnus. Leur volonté farouche d'indépendance, qui peut prendre la forme d'une certaine auto-exclusion, cache parfois une capacité limitée à nouer des liens et à s'insérer, fragilité résultant d'une trajectoire personnelle et professionnelle difficile.

**Tableau 5- Impact économique et social de l'insertion dans les CC pour chaque type défini ci-dessus, du point de vue des producteurs :**

Profil	Valorisation économique	Valorisation sociale
<b>Pragmatiques</b>	Quantitative et qualitative	-----
<b>Innovateurs</b>	Quantitative et qualitative	Qualitative
<b>Hédonistes efficaces</b>	Quantitative et qualitative	Quantitative et qualitative
<b>Engagés</b>	-----	Qualitative
<b>Idéalistes</b>	-----	-----

**C**es enquêtes ont donc permis de mieux comprendre **qui sont les producteurs inscrits dans ces circuits courts de commercialisation, quels sont leurs pratiques culturelles et fonctionnement d'exploitation, leurs motivations, leurs réseaux**. Ils permettent également de mettre en évidence des prati-

ques favorables à une bonne insertion dans les circuits courts, porteuse de valorisation économique et sociale. Ils amènent également à identifier les atouts et limites des différentes trajectoires et types d'exploitation et de ce fait offrent des perspectives pour ajuster l'offre de formation et d'accompagnement aux besoins. Voir tableau synthétique ci-dessous.

**Tableau 6- Atouts, limites et spécificités des 5 types identifiés :**

Type et projet	Spécificités	Atouts	Limites
<b>les pragmatiques</b> combinent circuits longs et circuits courts dans une optique de rentabilité	<ul style="list-style-type: none"> <li>production en CC par opportunité, avec si besoin achat-revente</li> <li>fixation des prix à partir des marchés de gros</li> <li>insertion dans groupements de producteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>volume important et régulier en CC</li> <li>prix des produits en CC peu élevés chez certains</li> <li>faible investissement de départ ; mobilisation des ressources associées aux CL</li> <li>valorisation du conjoint dans la vente et le contact clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>production standard, peu diversifiée ; risques liés à achat-revente</li> <li>prix élevés chez certains planification en CC dépendante des autres circuits</li> <li>surcharge de travail à l'année</li> <li>revenu des CC sensible aux fluctuations des marchés de gros</li> <li>rentabilité VD dépendante de la MOF</li> </ul>
<b>les innovateurs</b> s'engagent financièrement et en temps et multiplient leurs activités à un rythme soutenu pour s'inscrire dans les circuits courts	<ul style="list-style-type: none"> <li>sélection des CC qu'ils maîtrisent / qui marchent bien</li> <li>CC combinés à transformation, accueil, agritourisme</li> <li>fixation des prix en fonction de la qualité des produits et de l'état du marché</li> <li>responsabilités syndicales, associatives</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>stratégie de limitation des risques (même au niveau financier : autofinancement)</li> <li>suivi attentif du CA et des pertes</li> <li>compétences techniques initiales + apprentissage progressif</li> <li>entraide entre producteurs</li> <li>valorisation du conjoint dans CC et activités associées</li> <li>fidélisation de la clientèle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rythme de travail très soutenu, augmentation du temps pour la vente d'où isolement relatif</li> <li>difficultés techniques liées aux cultures (planification production, gestion rotations...)</li> <li>peu d'expérience des salariés en cultures de diversification</li> <li>dépendance à MOF</li> <li>prix des produits souvent élevés</li> </ul>
<b>les hédonistes efficaces</b> cherchent à allier rentabilité, qualité de vie et développement local	<ul style="list-style-type: none"> <li>combinaison de plusieurs CC complémentaires</li> <li>double activité choisie</li> <li>sélection des cultures qu'ils maîtrisent</li> <li>fixation des prix / clientèle et autres producteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>diversité des produits en CC</li> <li>prix accessibles mais non bradés</li> <li>entraide entre producteurs</li> <li>échanges privilégiés avec clients</li> <li>peu d'endettement</li> <li>maîtrise technique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>développement limité</li> </ul>
<b>les engagés</b> envisagent la vente en circuit court comme une activité rémunératrice mais aussi citoyenne	<ul style="list-style-type: none"> <li>production en CC très diversifiée (en lien avec VD 100%)</li> <li>politique de prix stables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>bonne maîtrise technique quand ancienneté du système</li> <li>fidélisation de la clientèle (via AMAP notamment)</li> <li>liens politiques et amicaux forts avec d'autres producteurs ou consommateurs</li> <li>prix parfois très accessibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>production délaissée au profit de la vente et/ou manque d'expérience en production</li> <li>dépendance / petit groupe de consommateurs (paniers)</li> <li>rentabilité liée à MOF entente parfois difficile avec les producteurs des alentours</li> <li>prix parfois élevés</li> </ul>
<b>les idéalistes</b> cherchent un « retour à la terre », essaient de vendre en local mais sont peu intéressés par la vente	<ul style="list-style-type: none"> <li>essai de plusieurs CC supposant adaptation du SP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>objectif de qualité</li> <li>capacités d'adaptation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>difficulté d'accès aux marchés</li> <li>manque de maîtrise technique</li> <li>investissements et endettement importants</li> <li>1 personne pour production et vente</li> <li>prix élevés</li> </ul>

### Rédaction/conception :

Marie OLLAGNON (Ingénieur d'Études)

Yuna CHIFFOLEAU (Chargée de recherche, sociologue)

INRA SAD - UMR Innovation, 2 Place Viala, 34060 Montpellier Cedex 1  
Tel : 04 99 61 28 84, [chiffole@supagro.inra.fr](mailto:chiffole@supagro.inra.fr)

### Partenaires :



**Le projet EQUAL CROC** vise à renforcer la création d'activités durables en milieu rural à travers l'appui au développement de réseaux de distribution de produits agricoles et agroalimentaires locaux et de qualité.

**Un partenariat :** entre la recherche agronomique (INRA SAD ; CIRAD TERA), les acteurs du développement agricole et rural (FD CIVAM 34 ; ADTV 34), de la communication (FD Foyers Ruraux, CIHEAM/IAM.M)

**Une dimension européenne :** échange d'expériences et de méthodologies liées à cette problématique avec 3 pays européens partenaires, Italie, Slovaquie, Portugal.