



CLASSIQUES
GARNIER

AUBERT (Magali), « Commercialisation des produits agricoles en circuit court : analyse du cas français », *Systèmes alimentaires / Food Systems*, n° 1, 2016, p. 121-145

DOI : [10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0121](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0121)

La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.

© 2016. Classiques Garnier, Paris.
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.
Tous droits réservés pour tous les pays.

AUBERT (Magali), « Commercialisation des produits agricoles en circuit court : analyse du cas français »

RÉSUMÉ – La vente en circuit court est un mode de commercialisation qui répond à une demande tant des politiques publiques que des consommateurs. Est effectuée, sur la base du recensement agricole français de 2010, une analyse économétrique des déterminants de cette stratégie commerciale. Il ressort que la vente en circuit court est mise en œuvre par des exploitants relativement jeunes, installés sur des exploitations de petite dimension et qui privilégient les emplois permanents.

MOTS-CLÉS – Commercialisation, circuits de vente, gestion des exploitations agricoles, structures agricoles

AUBERT (Magali), « Commercialization of agricultural products in short circuit: analysis of the French case »

ABSTRACT – Selling through local distribution channels is a kind of marketing approach that reflects the demands of public policies as well as of consumers. An econometric analysis is done, based on a French agricultural census from 2010, of what determines this commercial strategy. It becomes apparent that sales through local distribution channels are made by relatively young farmers who are located at small farms and who favor permanent jobs.

KEYWORDS – Marketing, distribution channels, farm management, agricultural structures

COMMERCIALISATION DE PRODUITS AGRICILES EN CIRCUIT COURT : ANALYSE DU CAS FRANÇAIS¹

Magali AUBERT
Inra, UMR 1110 Moisa

INTRODUCTION

Présente dès l'Antiquité, la vente en circuit court a connu depuis lors un déclin progressif. Récemment, du fait des récentes crises sanitaires, ce mode de commercialisation connaît un regain d'intérêt. La vente en circuit court apporte ainsi une réponse aux exigences croissantes des consommateurs, soutenues par les pouvoirs publics. Ce mode de commercialisation permet notamment de pallier les méfiances liées aux ventes en circuits dits longs ou traditionnels (Moinet, 2010).

La vente en circuit court englobe tout à la fois la vente directe et la vente indirecte. Ainsi, au maximum un seul intermédiaire peut intervenir dans la transaction entre le consommateur et le producteur. De nombreux travaux soulignent l'importance de facteurs comme les capacités matérielles et immatérielles présentes sur les exploitations pour comprendre le choix fait par l'exploitant (Capt, 1994 ; Gilg et Battershill, 1999) ainsi que la proximité entre le producteur et le consommateur (Capt, 1994 ; Capt et Schmitt, 2000 ; Low et Vogel, 2011).

1 *Remerciements* : Cet article a bénéficié du financement de l'Agence nationale de la recherche dans le cadre du projet ANR-11-ALID-0006ILLIAD. – Les données ont été mises à disposition par le Service de la statistique et de la prospective (SSP) via le Centre d'accès sécurisé distant (CASD).

L'importance soulignée de ces caractéristiques individuelles et structurelles fait écho à la théorie des ressources et compétences qui suppose que la combinaison de ces deux types de facteurs permet à une entreprise de se développer et donc d'élargir ses activités productives (Penrose, 1963 ; Richardson, 1972 ; Jacobides et Winter, 2005 ; Richards et Buckley, 2007). L'approche par les ressources et compétences positionne le comportement de l'entreprise comme étant en recherche d'une adéquation avec les exigences des clients et donc en réponse à des opportunités externes (Marchesnay, 2002). Les entreprises réalisent alors un arbitrage entre différentes alternatives. Appliqué au milieu agricole, et plus précisément à la vente en circuit court, ce cadre d'analyse semble le mieux indiqué pour éclairer le choix des exploitants.

L'objectif de notre étude est de comprendre pourquoi certains producteurs décident de vendre tout ou partie de leur production en circuit court, et de repérer les freins et leviers internes conditionnant ce choix. Afin de prendre en compte tout à la fois les caractéristiques individuelles des exploitants et celles, structurelles et organisationnelles, des exploitations, nous mobilisons les données issues du recensement agricole (RA) réalisé en France en 2010. L'ensemble des productions est considéré afin de porter un regard complet sur les déterminants de la mise en œuvre de cette stratégie commerciale par les exploitants.

Notre article est organisé comme suit : dans un premier temps, nous analysons le regain d'intérêt porté à la vente en circuit court ; dans un second temps, nous présentons les déterminants de la vente en circuit court, ensuite nous caractérisons les exploitations et présentons les résultats issus de la modélisation économétrique. Enfin, nous concluons sur les stratégies de commercialisation des exploitations françaises.

1. VENTE EN CIRCUIT COURT : DÉFINITION, HISTORIQUE ET DYNAMIQUE RÉCENTE

1.1 DÉFINITION ET HISTORIQUE DE LA VENTE EN CIRCUIT COURT

Alors que la vente en circuit court est un mode de commercialisation très ancien, son évolution n'a été ni stable ni linéaire. Elle a connu un déclin progressif depuis la fin du xx^e siècle. Ce déclin s'est accentué au début des années 1960 au profit de la grande distribution et de la valorisation de produits plus standardisés (Chiffolleau et Gauche, 2013 ; Capt et Wavresky, 2014). Par la suite, la disparition des plus petites exploitations, qui sont également les plus enclines à vendre en circuit court, a renforcé cette diminution (Butault et Delame, 2005 ; Capt et Wavresky, 2014). Aujourd'hui, « le renouvellement du lien producteur consommateur fonde l'émergence ou le renouvellement de certains circuits courts » (Chiffolleau et Gauche, 2013).

Il est important de souligner que l'évaluation du nombre d'exploitations qui vendent en circuit court est délicate dans la mesure où cette activité n'a pas toujours été correctement estimée puisque pas toujours valorisée par les exploitants (Capt et Wavresky, 2014).

La vente en circuit court est une stratégie commerciale définie sous une forme non exclusive (Dubuisson-Quellier et Le Velly, 2009). Les producteurs peuvent décider de vendre tout ou partie de leur production à travers ce circuit de commercialisation. Cette diversification des modes de commercialisation se traduit, pour le producteur, par une diversification des débouchés où circuits courts et circuits longs coexistent (ministère de l'Agriculture, 2009a ; Chiffolleau et Gauche, 2003).

Le circuit court est défini, par le ministère de l'Agriculture et de la pêche, comme « un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire² ».

D'autres définitions de la vente en circuit court apparaissent dans la littérature. Certains auteurs couplent, au nombre d'intermédiaires, la distance physique qui sépare les producteurs des consommateurs (Aubry

2 http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_primeur275.pdf

et Chiffolleau, 2009 ; Martinez *et al.*, 2010). Cette dernière définition est conditionnée par l'accès à des données relatives au producteur, au consommateur, ainsi qu'au lieu d'achat. Plus précisément, la distance physique entre producteur et consommateur n'est appréciable que si les données relatives à la transaction sont précisées. Cette définition mériterait par ailleurs de prendre en compte le lieu d'habitation et le contexte d'achat. En effet, le lieu de consommation ne rend pas nécessairement compte de la difficulté, pour le consommateur, d'y accéder (ministère de l'Agriculture, 2009a). De la même façon, les lieux d'achat ne permettent pas de rendre compte du contexte de la transaction. Les ventes en circuits courts, réalisées dans un contexte de tourisme notamment, ne sont pas retranscrites précisément si seul le lieu d'achat est considéré. L'ensemble de ces éléments traduit alors la complexité de la définition de ce mode de commercialisation.

En France, en 2007, on estime que 100 000 consommateurs ont acheté des produits via les marchés de producteurs, ce qui représente près de 7 % du marché total (ministère de l'Agriculture, 2009a). Ce marché est approvisionné par plus de 83 000 exploitations, soit près de 20 % des exploitations françaises (ministère de l'Agriculture, 2009a). Ces éléments soulignent l'importance de la vente en circuit court, même si celle-ci ne représente pas une forme majoritaire de consommation et de production (Chiffolleau et Gauche, 2013).

La vente en circuit court correspond essentiellement à de la vente directe avec plus de 80 % des ventes réalisées. Plus précisément, la vente à la ferme et la vente sur les marchés représentent respectivement 60 % et 23 % des ventes directes réalisées. Les ventes indirectes sont, quant à elles, essentiellement (77 %) à destination des détaillants (fig. 1).

Pour les exploitations qui vendent en circuit court, on constate un comportement dual. Alors que pour près de 40 % de ces exploitations cette activité représente plus de 75 % de leur chiffre d'affaires, elles sont 30 % à déclarer qu'elle y contribue à moins de 10 % (fig. 2).

À l'origine du regain d'intérêt de la vente en circuit court se trouvent les récentes crises sanitaires et plus précisément l'impact que celles-ci ont eu sur le comportement des consommateurs et sur les pouvoirs publics. Il apparaît donc indispensable de préciser à quelles exigences les circuits courts répondent tant du point de vue des consommateurs que du point de vue des pouvoirs publics, leviers incontestables de cette dynamique.

		Dénombrement	Répartition	
Vente directe (sans intermédiaire)	Vente à la ferme	39 751	58,34 %	81,40 %
	Vente en point de vente collectif	3 930	5,77 %	
	Vente sur les marchés	15 422	22,63 %	
	Vente en tournée, à domicile	7 060	10,36 %	
	Vente par correspondance	324	0,48 %	
	Vente en paniers	1 172	1,72 %	
	Vente en salons et foires	479	0,70 %	
	<i>Ensemble des ventes directes</i>	68 138		
Vente indirecte avec un seul intermédiaire	Restauration commerciale	651	4,18 %	18,60 %
	Restauration collective	228	1,46 %	
	Commerçant détaillant	11 992	77,01 %	
	Grandes et moyennes surfaces	2 702	17,35 %	
	<i>Ensemble des ventes indirectes</i>	15 573		
Ensemble		83 711		100,00 %

FIG. 1 – Principaux modes de commercialisation en circuit court.
Source : Agreste – recensement agricole 2010.

Part de la vente en circuit court dans le chiffre d'affaires total					
< 10 %	10 % – 50 %	50 % – 75 %	> 75 %	Non renseigné	Ensemble
<i>Dénombrement</i>					
24 795	17 998	8 087	32 831	18 329	102 040
<i>Répartition (en %)</i>					
29,62 %	21,50 %	9,66 %	39,22 %		100,00 %

FIG. 2 – Mode de commercialisation et intensité de la vente en circuit court. Source : Agreste – recensement agricole 2010.

1.2. DYNAMIQUE RÉCENTE DE LA VENTE EN CIRCUIT COURT

1.2.1. *La vente en circuit court : une réponse aux exigences des consommateurs*

Les différentes crises alimentaires ont eu pour conséquence de faire évoluer les consommateurs dans un climat de méfiance vis-à-vis des filières agricoles dites longues (Nicourt *et al.*, 2013). Elles sont alors indirectement à l'origine de l'engouement observé pour la vente en circuit court (Chiffolleau et Gauche, 2013).

Dans ce contexte, la vente en circuit court apparaît comme un mode de commercialisation alternatif capable de répondre aux exigences des consommateurs (Alim'Agri, 2010). Le ministère de l'Agriculture (2009a) indique que la vente en circuit court répond à une « exigence grandissante des produits de terroir, de tradition, d'authenticité restaurant le lien social entre consommateur et producteur, valorisant les qualités de fraîcheur [...] ainsi que la connaissance des produits et de leurs modes de production ».

Les consommateurs souhaitent notamment pallier l'anonymat associé aux produits achetés *via* les circuits longs (Benezech, 2012). La vente en circuit court lève cet attribut, du fait de la proximité entre producteur et consommateur, et permet de tisser un lien avec le client (Langhade, 2010). Par ailleurs, la vente en circuit court renvoie à une consommation engagée et portant des valeurs éthiques alors que les circuits traditionnels renvoient à une consommation davantage standardisée (Chessel et Cochoy, 2004 ; Chiffolleau et Gauche, 2013).

La convergence des attentes des consommateurs vers la vente en circuit court est donc à l'origine de son regain d'intérêt.

1.2.2. *Le soutien des pouvoirs publics au développement des circuits courts*

L'objectif des pouvoirs publics rejoint celui des consommateurs en renforçant leur lien avec les agriculteurs (ministère de l'Agriculture, 2009b). Cet objectif est soutenu tant au niveau européen dans le cadre du second pilier de la politique agricole commune (PAC) qu'au niveau national avec le plan d'action établi en 2009.

Au niveau européen, un des axes du second pilier de la PAC porte sur « l'amélioration de la qualité de la vie en milieu rural et promotion de la diversification des activités économiques ». Pour le mettre en œuvre, la mesure 311 s'attache plus spécifiquement à « la diversification vers des activités non agricoles – Point de vente directe des produits des exploitations agricoles ». Cette mesure vise non seulement à maintenir et développer les activités économiques, mais aussi à favoriser l'emploi dans les zones rurales (Commission européenne, 2006).

Au niveau national, un plan d'action a été lancé en 2009 par le ministère de l'Agriculture et de la Pêche. La volonté d'augmenter la part de produits saisonniers et celle de renforcer la proximité entre producteur et consommateur sont deux des engagements identifiés lors du Grenelle de l'environnement. Le plan d'action vise explicitement à favoriser le développement des circuits courts des produits agricoles au sein de 4 axes (ministère de l'Agriculture, 2009a).

2. DÉTERMINANTS DE LA VENTE EN CIRCUIT COURT : UNE APPROCHE PAR LES RESSOURCES ET COMPÉTENCES

La vente en circuit court reflète un choix individuel de commercialisation de l'exploitant dans un environnement en évolution (Capt, 1994 ; Aubert et Enjolras, 2015). Considérer l'exploitant au cœur de ce processus sous-tend que les caractéristiques intrinsèques de chaque producteur contribuent au choix du mode de commercialisation mis en œuvre.

L'élargissement des activités productives, et plus précisément la vente en circuit court, repose sur des connaissances, des compétences, des savoirs et des capacités qui sont propres à chaque exploitant (Capt, 1994). Au-delà de ces facteurs internes, de nombreux auteurs soulignent notamment le rôle clef de la proximité entre le producteur et le consommateur (Bowler *et al.*, 1996 ; Daskalopoulou et Petrou, 2002 ; Capt, 1994 ; Capt et Wavresky, 2014).

La théorie des ressources et compétences (TRC), appliquée au domaine agricole, considère que l'élargissement des activités agricoles est en partie déterminé par les contraintes d'accès aux facteurs de production (Jacobides

et Winter, 2005 ; Penrose, 1963 ; Richardson, 1972), compte tenu de l'environnement dans lequel évolue l'exploitant (Evans et Ilbery, 1993 ; Bowler *et al.*, 1996 ; McNally, 2001 ; Daskalopoulou et Petrou, 2002 ; Capt et Wavresky, 2014). La TRC apparaît ainsi comme la plus appropriée pour appréhender ce choix de commercialisation dans la mesure où elle permet non seulement de souligner l'importance des caractéristiques des exploitants et de leur exploitation, mais aussi de pouvoir apprécier l'hétérogénéité individuelle. La diversité des exploitations et des exploitants justifie donc le fait que seuls certains vendent en circuit court.

2.1. LES RESSOURCES

Le lien entre la dimension physique et la vente en circuit court est controversé dans la littérature. Pour certains auteurs, les exploitations de plus grande dimension physique sont celles qui possèdent le plus grand potentiel de croissance (Aubert et Perrier-Cornet, 2012). Elles présentent ainsi une plus forte probabilité d'étendre le spectre de leurs activités, en développant notamment une stratégie de commercialisation en circuit court. Pour d'autres, la vente en circuit court correspond à une opportunité pour les plus petites exploitations d'explorer des circuits de commercialisation autres que les circuits traditionnels auxquels elles ne peuvent pas nécessairement accéder (Dufour et Lanciano, 2012 ; Langhade, 2010).

La vente en circuit court revêt des formes différentes qui semblent elles-mêmes correspondre à des exploitations de tailles différentes. Les plus petites s'orientent davantage vers de la vente directe sur les marchés ou à la ferme. Les plus grandes s'orientent vers des points de vente collectifs ou une vente *via* des intermédiaires (Moinet, 2010).

L'hypothèse considérée dans le cadre de notre étude est qu'il existe une relation positive entre la dimension physique et le mode de commercialisation en circuit court du fait de coûts incompressibles relativement plus faciles à supporter par les exploitations de plus grande dimension.

Plus la dimension physique de l'exploitation est importante et plus elle peut vendre sa production via les circuits courts.

Les ressources dont disposent les exploitations peuvent également être définies en termes de dimension financière. Vendre en circuit court

nécessite d'élargir les activités agricoles productives à des activités non agricoles de commercialisation. Pour répondre aux contraintes notamment financières liées à cet élargissement, les exploitations ayant le plus de disponibilités financières sont les plus enclines à adopter ce mode de commercialisation (Dierickx et Cool, 1989).

Plus la dimension financière de l'exploitation est importante et plus elle peut vendre sa production via les circuits courts.

Par ailleurs, la vente *via* les circuits courts se traduit par une charge de travail supplémentaire (Langhade, 2010) qui repose sur une organisation spécifique du travail qui tient compte des tâches de production, de transformation et de commercialisation (Lanciano et Saleilles, 2010). Une exploitation est d'autant plus en mesure d'élargir ses activités qu'elle dispose de main-d'œuvre pour répondre à cette surcharge d'activité (Capt et Dussol, 2004). Cette surcharge doit être considérée en elle-même, mais aussi en lien avec les autres activités dans la mesure où ce besoin peut être en conflit avec d'autres obligations de l'exploitation agricole selon la période de l'année considérée. La vente en circuit court se traduit alors par une organisation de l'activité et une définition de règles de coordination (Hernandez, 2008 ; Lanciano et Saleilles, 2010). Sur la base des travaux de Aubert et Perrier-Cornet (2012) reposant sur les données du recensement agricole de 2000 et sur l'enquête structure de 2007, l'hypothèse formulée est que les ressources dont disposent les exploitations conditionnent le mode de commercialisation et plus précisément que la main-d'œuvre est un préalable à la diversification des activités agricoles.

Plus l'exploitation dispose de main-d'œuvre et plus elle peut vendre sa production via les circuits courts.

Plus précisément, et afin de prendre en compte l'importance de l'investissement dans ces circuits de commercialisation, le poids des actifs salariés permanents parmi l'ensemble des salariés est pris en compte (Aubert et Perrier-Cornet, 2012). L'activité régulière de commercialisation ne répond pas à la même logique que celle de production qui peut être centrée sur une période de l'année. Les emplois dédiés à la vente relèvent davantage d'emplois permanents que saisonniers dans la mesure où la relation commerciale repose sur la construction de relations stables. Cette fidélisation est une « richesse de l'entreprise » qui nécessite l'emploi de personnels permanents (Moinet, 2010).

Plus une exploitation privilégie des emplois salariés permanents et plus elle peut vendre sa production via les circuits courts.

La commercialisation de la production en circuit court nécessite la mise en œuvre d'une stratégie de diversification notamment en termes de productions (Allaire et Boyer, 1995 ; Lanciano et Saleilles, 2010 ; Dufour et Lanciano, 2012). Cette différenciation permet de satisfaire les attentes des consommateurs et de stabiliser le revenu de l'exploitation (Dufour et Lanciano, 2012).

Plus l'exploitant est diversifiée et plus elle peut vendre sa production via les circuits courts.

2.2. LES COMPÉTENCES

La vente en circuit court nécessite de rapprocher des compétences diverses qui ne relèvent pas nécessairement du domaine agricole (Allaire et Boyer, 1995). La seule activité productive nécessite des compétences purement agricoles.

Plus l'exploitant possède un niveau de formation agricole élevé et plus il peut vendre sa production via les circuits courts.

Coupler cette activité à une fonction de commercialisation se traduit par un besoin en compétences générales (Lanciano et Saleilles, 2010 ; Aubert et Perrier-Cornet, 2012 ; Benezech, 2012). Ces compétences sont appréhendées par le niveau de formation qui renvoie à une diversité des cursus et donc à une palette de compétences complexe à qualifier (Aubert et Enjolras, 2015).

Plus l'exploitant possède un niveau de formation générale élevé et plus il peut vendre sa production via les circuits courts.

Les nouveaux installés en agriculture, qui correspondent souvent à de jeunes exploitants, privilégient la vente en circuit court puisqu'elle leur permet de lever une contrainte financière du fait des débouchés offerts par ce mode de commercialisation (Benezech, 2012).

Plus l'exploitant est jeune et plus il peut vendre sa production via les circuits courts.

Il est à souligner que l'âge du chef d'exploitation est souvent considéré en termes statiques. Or, le cycle de vie de l'exploitation doit également

être considéré afin de prendre en compte la potentielle non-linéarité de l'effet âge sur le mode de commercialisation. Alors que les chefs les plus jeunes sont soulignés comme davantage enclins à vendre en circuit court, une tout autre relation peut être envisagée selon que les exploitants les plus âgés sont potentiellement sur une dynamique de reprise et que celle-ci s'insère éventuellement dans le cadre d'une installation familiale.

La dynamique de cycle de vie de l'exploitation peut affecter la stratégie commerciale de vente en circuit court.

La pluralité des tâches imposée par la vente en circuit court nécessite une forte implication de l'exploitant (Langhade, 2010 ; Moinet, 2010). Le temps d'activité de l'exploitant est alors un élément clef lui permettant d'élargir ses activités productives à des activités de commercialisation.

Plus l'exploitant est présent sur son exploitation et plus il peut vendre sa production via les circuits courts.

Au-delà des ressources et compétences dont disposent les exploitations, l'environnement dans lequel elles évoluent conditionne le choix du mode de commercialisation (Aubert et Perrier-Cornet, 2012). En effet, même si la vente en circuit court est mise en œuvre dans toutes les filières, elle l'est davantage pour les fruits et légumes ou la viticulture (Moinet, 2010). Le comportement individuel observé répond à un double processus, individuel et collectif, puisque les exploitants-entrepreneurs répondent à des opportunités externes et adoptent un comportement en lien avec l'environnement dans lequel ils évoluent (Marchesnay, 2002).

La production dans laquelle est spécialisée une exploitation a un effet significatif sur la vente en circuits courts.

L'environnement dans lequel évolue une exploitation peut être également considéré en termes de localisation géographique. Vendre en circuit court nécessite une proximité physique entre producteur et consommateur. Être localisé à proximité d'un bassin de consommation est alors un atout (Bowler *et al.*, 1996 ; Daskalopoulou et Petrou, 2002 ; Capt, 1994 ; Capt et Wavresky, 2014). Il est à noter que cette proximité est toutefois à mettre en lien avec des contraintes notamment de pression foncière (Capt *et al.*, 2000).

Plus l'exploitation est localisée à proximité d'un bassin de consommation, plus elle peut vendre sa production via les circuits courts.

3. MÉTHODE

3.1. MODÉLISATION ÉCONOMÉTRIQUE

La vente en circuit court est une activité non exclusive. Ainsi, pour plus de 60 % des exploitations qui vendent en circuit court, cette activité représente moins de 75 % de leur chiffre d'affaires (fig. 2). Or, les données dont nous disposons, pour précises qu'elles soient, contraignent certains aspects de l'analyse. En effet, alors que nous aurions souhaité considérer la vente en circuit court au travers d'un gradient – mesuré par l'importance relative de cette activité à l'activité totale ou encore par la part des volumes vendus – les données nous ont contraint à ne considérer ce mode de commercialisation qu'en termes dichotomiques. De ce fait, le modèle mis en œuvre est un modèle de type *logit* dont l'objectif est d'apprécier les facteurs qui contribuent à comprendre le choix fait par les exploitants. Plus précisément, l'objectif de la modélisation mise en œuvre est de comprendre dans quelle mesure les ressources et compétences expliquent cette stratégie commerciale.

Formellement, ce modèle se traduit comme suit :

$$CC_i = 1 \text{ si } CC_i^* > 0; 0 \text{ sinon}$$

La décision de vendre en circuit court (CC) est conditionnée par une variable latente continue et inobservable, notée CC_i^* telle que :

$$CC_i^* = \alpha + \beta \text{Ressources}_i + \delta \text{Compétences}_i + \gamma \text{OTEX}_i + \varepsilon_i$$

Avec :

- i , l'indice relatif aux exploitations
- α , la constante du modèle
- β et δ , les coefficients associés respectivement aux ressources et aux compétences
- γ , le coefficient associé à l'orientation productive
- ε , le terme résiduel

Il est à noter que la multicollinéarité a été testée en amont et c'est notamment pour ces raisons qu'ont été considérées la surface totale et la main-d'œuvre à l'hectare. Si nous avons considéré la main-d'œuvre totale, nous aurions rencontré une multicollinéarité relative à un effet taille. Chacune des variables incluses dans l'analyse apporte alors une information unique et indépendante des informations apportées par ailleurs par les autres variables.

Si nous considérons par ailleurs la question de la simultanéité des facteurs, nous nous appuyons sur les travaux de Aubert et Perrier-Cornet (2012) qui ont démontré que les facteurs matériels, comme le niveau de main-d'œuvre, sont un préalable à la diversification des activités. De ce fait, la causalité établie correspond aux résultats que ces auteurs ont mis en évidence.

3.2. LES DONNÉES

Le recensement agricole de 2010 fait un état des lieux exhaustif des exploitations. Il permet d'inventorier les surfaces exploitées ainsi que les productions mises en œuvre. Au-delà de cette caractérisation structurelle, le recensement indique les caractéristiques liées à la main-d'œuvre présente sur l'exploitation, qu'elle soit familiale ou salariée.

En 2010, le RA recense 516 152 exploitations dont 102 040 vendent tout ou partie de leur production *via* les circuits courts, soit près de 20 %. Parmi les exploitants qui ont adopté cette stratégie de commercialisation, 80 % ont indiqué la part de leur chiffre d'affaires total issu de cette activité. Près de 40 % d'entre eux déclarent que cette activité contribue à plus de 75 % de leur chiffre d'affaires total alors que près de 30 % estiment à moins de 10 % cette contribution (fig. 2). La vente en circuit court peut être alors considérée comme une activité alternative ou complémentaire à la vente en circuit long (Dubuisson-Quellier et Le Velly, 2009 ; Benezech, 2012). Il est à noter que, dans la mesure où les données sont identifiées au niveau de l'exploitation, les facteurs relatifs à la relation producteur-consommateur ne peuvent pas être pris en compte. Plus précisément, les données dont nous disposons ne nous permettent pas de disposer de la commune dans laquelle se situe l'exploitation bien qu'elle soit recensée dans le questionnaire original. De ce fait, aucune appréciation de la proximité entre le producteur et les bassins de consommation n'a été possible.

4. RÉSULTATS

4.1. STATISTIQUES DESCRIPTIVES

4.1.1. *Caractéristiques des exploitants qui vendent en circuit court*

Les analyses descriptives soulignent l'importance des caractéristiques individuelles des chefs d'exploitation pour différencier les exploitants qui vendent en circuit court des autres exploitants (fig. 3).

	Vente en circuit court			Test d'égalité des moyennes
	Oui	Non	Tous	
<i>Dénombrement</i>				
	102 040	414 112	516 152	
<i>Surface exploitée</i>				
Moyenne	38,62	58,88	54,94	*** ⁱ
Écart-type	62,78	95,09	90,09	
<i>Main d'œuvre hectare</i>				
Moyenne	0,73	0,26	0,35	***
Écart-type	9,86	4,32	5,84	
<i>Part de la main-d'œuvre permanente dans l'emploi total (en %)</i>				
Moyenne	91,69	95	93,94	***
Écart-type	17,42	15,48	14,36	
<i>Diversification des activités</i>				
Moyenne	1,95	1,76	1,8	***
Écart-type	0,99	0,91	0,93	
<i>Âge du chef d'exploitation</i>				
Moyenne	49,08	51,48	51	***
Écart-type	11,7	12,4	12,3	

- i. Note de lecture : les moyennes sont significativement différentes au seuil de 1 % (***), 5 % (**) et 10 % (*).

FIG. 3 – Comparaison de facteurs quantitatifs relatifs aux caractéristiques individuelles et structurelles. Source : Agreste – recensement agricole 2010.

Les exploitants qui décident de vendre en circuit court sont légèrement plus jeunes que les autres exploitants. Alors que les premiers ont en moyenne 49 ans, les seconds ont 51,5 ans. Ceci semble confirmer que le développement d'une activité parallèle de commercialisation est davantage le fait de jeunes exploitants.

En termes de formation initiale des chefs d'exploitation, il ne ressort pas de différenciation nette entre les exploitants qui vendent en circuit court et les autres exploitants. Les premiers sont légèrement surreprésentés pour les niveaux de formation les plus faibles comme les niveaux les plus élevés (*cf.* fig. 4, en annexe).

Si on considère l'implication du chef d'exploitation, il ressort que si plus de 80 % des exploitants qui vendent en circuit court déclarent travailler à plus de mi-temps sur leur exploitation, 66,83 % déclarent travailler à temps complet ; ils sont respectivement 59,14 % et 55,80 % pour les exploitants qui ne vendent pas en circuit court. La mise en œuvre d'une activité de commercialisation semble nécessiter la présence du chef d'exploitation, ce qui suppose un investissement en temps important.

4.1.2. Caractéristiques structurelles des exploitations opérant une vente en circuit court

Si nous considérons les ressources dont disposent les exploitations, les premières analyses soulignent l'importance relative de la main-d'œuvre et la diversification des productions.

Alors que les exploitations qui vendent en circuit court disposent en moyenne de 0,75 unité de travail annuel (UTA) par hectare, les autres exploitations en déclarent 0,26. La vente en circuit court semble nécessiter davantage de main-d'œuvre, et plus précisément de main-d'œuvre permanente. En effet, sur les exploitations qui vendent en circuit court, les emplois salariés sont davantage des emplois permanents. Ces exploitations ont en moyenne 19,68 % de leurs salariés qui ont un statut permanent, contre 10,74 % pour les autres exploitations. Ce résultat confirme que la vente en circuit court nécessite davantage de main-d'œuvre qui doit répondre aux besoins liés aux activités productives d'une part et commerciales d'autre part. Par ailleurs, le fait que cette activité soit une activité à pérenniser se traduit par l'embauche d'une main-d'œuvre qui est davantage permanente.

Un autre indicateur de ressources pris en compte est celui de la diversification qui correspond au nombre de productions différentes mises en œuvre, sur la base des 7 OTEX considérées³. Cette distinction renvoie à une diversité en termes d'orientations techniques⁴. Les exploitations qui vendent en circuit court ont, en moyenne, un indicateur de diversification supérieur à celui des autres exploitations. Répondre aux exigences des consommateurs en termes notamment de diversification semble être associé à la vente en circuit court.

À la lecture des premiers éléments descriptifs, il ressort que les ressources et compétences distinguent les exploitations selon le choix de leur stratégie commerciale. Ceci conforte le fait que le potentiel des exploitations est un des piliers de la mise en œuvre de la vente en circuit court. Une analyse économétrique plus détaillée permet de confirmer ces intuitions statistiques et par là même de quantifier plus précisément chacune des relations établies.

4.2. MODÉLISATION ÉCONOMÉTRIQUE

Le taux de concordance est un indicateur de la qualité du modèle mis en œuvre. Il conforte le fait que plus des trois quarts du comportement des producteurs sont appréhendés par leurs caractéristiques individuelles et les caractéristiques structurelles de leur exploitation (*cf.* fig. 5 en annexe).

4.2.1. Déterminants individuels de la vente en circuit court

Les résultats tendent à souligner l'importance des caractéristiques individuelles des chefs d'exploitation. Les exploitants qui commercialisent tout ou partie de leur production en circuit court sont ceux qui semblent s'investir le plus sur leur exploitation. Un exploitant qui déclare travailler à temps complet sur son exploitation présente quatre fois plus de chance de vendre en circuit court qu'un exploitant qui déclare y travailler à moins d'un quart de temps. La vente en circuit court semble reposer

3 Grandes cultures, maraîchage et horticulture, viticulture, cultures fruitières et permanentes, bovins, ovins et autres orientations.

4 Une exploitation spécialisée en maraîchage qui produit des légumes en plein air et des légumes en plein champ aura un indicateur de diversification égal à 1. Si une exploitation produit des légumes en plein champ et élève des ovins, son indicateur de diversification sera égal à 2.

sur un investissement conséquent du chef d'exploitation. L'implication accrue du chef d'exploitation apparaît alors comme un facteur clef de la vente en circuit court.

Par ailleurs, on constate que les exploitants les plus jeunes semblent davantage vendre en circuit court que les exploitants plus âgés. Ceci conforte le fait que les jeunes actifs voient ce mode de commercialisation comme une opportunité financière. Opportunité d'autant plus importante que ce mode de commercialisation s'inscrit dans une logique de long terme reposant notamment sur la notion de fidélisation des clients.

La formation initiale, qu'elle soit agricole ou générale, ne joue que faiblement et négativement sur la vente en circuit court. Les exploitants qui mettent en œuvre cette stratégie de commercialisation correspondent donc à des actifs moins bien formés. Un chef d'exploitation qui possède un niveau supérieur de formation agricole présente ainsi 1,5 fois plus de chances de ne pas vendre en circuit court qu'un exploitant sans formation agricole. Au niveau de la formation générale, un exploitant ayant un niveau supérieur possède 1,2 fois moins de chances de vendre en circuit court qu'un exploitant sans formation.

La vente en circuit court apparaît comme davantage mise en œuvre par les plus jeunes exploitants, quel que soit leur niveau de formation. Cette activité, chronophage, nécessite par ailleurs que ceux-ci soient davantage présents sur leur exploitation.

4.2.2. Déterminants structurels de la vente en circuit court

Il est manifeste que les exploitations qui vendent en circuit court semblent correspondre à des exploitations de plus petite dimension. Ce mode de commercialisation peut apparaître comme une alternative aux circuits longs qu'il est plus difficile d'approcher pour les exploitations de petite dimension. Dans ce cadre, la vente en circuit court ressort comme étant un mode de commercialisation complémentaire aux canaux traditionnels.

Comme le souligne Moinet (2010), les exploitations qui vendent en circuit court reposent sur de petites surfaces qui créent de l'emploi. Les résultats issus de la modélisation confirment cette relation dans la mesure où plus les exploitations disposent d'UTA à l'hectare et plus leur probabilité de vendre en circuit court est élevée. De la même façon, plus les emplois salariés sont des emplois permanents et plus l'exploitation

est encline à vendre en circuit court. Il semble ressortir que la vente en circuit court est une activité pour laquelle le chef d'exploitation doit s'investir en termes de temps d'activité et qui nécessite de faire appel à des actifs permanents pour répondre aux besoins liés aux activités productives et commerciales.

S'il apparaît que toutes les filières commercialisent en circuit court, nos résultats confirment que certaines spécialisations développent davantage cette activité de commercialisation que d'autres. Ainsi, les exploitations spécialisées en maraîchage, viticulture et cultures fruitières ou permanentes ont plus de chance de vendre en circuit court que les exploitations spécialisées en grandes cultures. La plupart de ces productions se situent par ailleurs dans des zones touristiques, ce qui favorise la proximité des consommateurs et des producteurs.

CONCLUSION

La vente en circuit court connaît aujourd'hui un regain d'intérêt du fait des récentes crises sanitaires et de l'engouement du public et des pouvoirs publics. Ce mode de commercialisation est adopté par près de 20 % des exploitants français, toutes productions confondues.

Sur la base du recensement agricole, notre étude a souligné l'importance des caractéristiques individuelles des exploitants et des caractéristiques structurelles des exploitations dans le choix de vendre en circuit court. Les exploitants qui vendent en circuit court sont plus jeunes. Ils sont davantage présents sur leur exploitation et ils diversifient leurs activités de production afin notamment de répondre aux exigences des consommateurs. Ils font également appel à plus de main-d'œuvre et plus précisément à de la main-d'œuvre salariée permanente, et cela sur des surfaces de plus petite dimension.

Notre étude souligne alors l'importance des facteurs individuels et structurels dans la décision d'adopter ce mode de commercialisation. Toutefois, du fait de la nature des données, la proximité avec le consommateur n'a pas pu être mesurée. Or, elle est soulignée comme un facteur clef dans la littérature (Bowler *et al.*, 1996 ; Daskalopoulou

et Petrou, 2002 ; Capt, 1994 ; Capt et Wavresky, 2014). Une prise en compte de la distance entre la localisation de l'exploitation et les zones de consommation permettrait d'appréhender cette proximité.

De la même façon, cette étude mériterait également d'être approfondie en considérant la dynamique des exploitations. Connaître leur trajectoire en termes de pérennité ou encore de croissance économique, au regard du mode de commercialisation mis en œuvre, permettrait d'apprécier plus précisément l'impact de la vente directe en circuit court sur la dynamique des exploitations.

ANNEXES

	Vente en circuit court (dénombrement)			Vente en circuit court (répartition en %)			Test de Chi ²
	Oui	Non	Tous	Oui	Non	Tous	
	102 040	414 112	516 152				
<i>Nombre d'exploitations</i>							
<i>Formation générale</i>							
Aucun diplôme	25 665	82 923	108 588	25,15 %	20,02 %	21,04 %	*** ⁱ
Études primaires	41 539	214 815	256 354	40,71 %	51,87 %	49,67 %	
Bac	14 922	4 041	18 963	14,62 %	0,98 %	3,67 %	
Études supérieures	19 914	69 333	89 247	19,52 %	16,74 %	17,29 %	
<i>Formation agricole</i>							
Aucun diplôme	52 900	202 365	255 265	51,84 %	48,87 %	49,46 %	***
Études primaires	25 011	124 325	149 336	24,51 %	30,02 %	28,93 %	
Bac	13 038	53 183	66 221	12,78 %	12,84 %	12,83 %	
Études supérieures	11 091	34 239	45 330	10,87 %	8,27 %	8,78 %	
<i>Temps d'activité sur l'exploitation du chef</i>							
Moins de 1/4 temps	10 583	103 503	114 086	10,37 %	24,99 %	22,10 %	***
1/4 temps à 1/2 temps	9 692	43 067	52 759	9,50 %	10,40 %	10,22 %	
1/2 temps à 3/4 temps	7 753	22 607	30 360	7,60 %	5,46 %	5,88 %	
3/4 temps à moins de temps complet	5 816	13 851	19 667	5,70 %	3,34 %	3,81 %	
Temps complet	68 196	231 084	299 280	66,83 %	55,80 %	57,98 %	

Orientation Technique des Exploitations (OTEX)									
	15 394	116 317	131 711	15,09 %	28,09 %	25,52 %			
Grandes cultures	6 799	9 517	16 316	6,66 %	2,30 %	3,16 %			
Marâchage et horticulture	19 354	50 608	69 962	18,97 %	12,22 %	13,55 %			
Viticulture	8 404	13 505	21 909	8,24 %	3,26 %	4,24 %			***
Cultures fruitières et cultures permanentes	14 169	108 777	122 946	13,89 %	26,27 %	23,82 %			
Bovins	10 544	46 129	56 673	10,33 %	11,14 %	10,98 %			
Ovins	27 376	69 259	96 635	26,83 %	16,72 %	18,72 %			
Autres									

i. Note de lecture : les variables sont dites liées au seuil de 1 % (***), 5 % (**) et 10 % (*).

FIG. 4 – Vente en circuit court : Comparaison de facteurs qualitatifs relatifs aux caractéristiques individuelles et structurelles.
Source : Agreste – recensement agricole 2010.

		Estimation	Odds Ratio	Pr > Khi-2
Constante		-1,9294**** ⁱ		< 00001
Surface		-0,0084****		< 0,0001
Poids de la main-d'œuvre salariée		0,0066****		< 0,0001
Part de la main-d'œuvre permanente		0,0076****		< 0,0001
Diversification		0,2886****		< 0,0001
Temps d'activité sur l'exploitation	< 1/4 temps	<i>Référence</i>		
	1/4 temps – 1/2 temps	0,8098****	2,25	< 0,0001
	1/2 temps – 3/4 temps	1,3117****	3,71	< 0,0001
	3/4 temps – complet	1,5769****	4,84	< 0,0001
	Temps complet	1,3697****	3,93	< 0,0001
Niveau de formation agricole	Aucun	<i>Référence</i>		
	Primaire	-0,3528****	0,7	< 0,0001
	Secondaire	-0,1891****	0,83	< 0,0001
	Supérieur	0,0259*	1,02	0,0753
Niveau de formation générale	Aucun	<i>Référence</i>		
	Primaire	0,3937****	0,67	< 0,0001
	Secondaire	-0,1754****	0,83	< 0,0001
	Supérieur	-0,1696****	0,84	< 0,0001
Âge du chef d'exploitation		-0,0153****		< 0,0001
OTEX	Grandes cultures	<i>Référence</i>		
	Maraîchage Horticulture	0,7760****	2,17	< 0,0001
	Viticulture	0,6756****	1,97	< 0,0001
	Fruits et cultures permanentes	1,5953****	3,3	< 0,0001
	Bovins	-0,3483****	0,71	< 0,0001
	Ovins	0,2553****	1,29	< 0,0001
	Autres	0,5687****	1,77	< 0,0001
Nombre d'observations		506 663		
Classification correcte		74,60 %		

i. Note de lecture : les coefficients sont significatifs au seuil de 1 % (****), 5 % (***) et 10 % (*).

FIG. 5 – Déterminants de la vente en circuit court.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Alim'Agri, 2010, « Organisation économique – Circuits courts ».
- Allaire G., Boyer R., 1995, « La grande transformation de l'agriculture », *Inra Economica*.
- Aubert M., Enjolras G., 2015, "Do short food supply chains go hand in hand with environment-friendly practices ? An analysis of French farms", *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, vol. 12, n° 2, p. 189-213.
- Aubert M., Perrier-Cornet P., 2012, « La diversification des activités dans les exploitations viticoles françaises », *Économies et Sociétés*, n° 10-11, p. 1969-1996.
- Aubry C., Chiffolleau Y., 2009, « Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine : Histoire, évolution en cours et questions actuelles », *Innovations Agronomiques*, n° 5, p. 53-67.
- Benezech D., 2012, « Des circuits courts pour un agriculteur entrepreneur ? », *in Innovattion Verte – De la Théorie aux Bonnes Pratiques / Boutillier S., Gallouj F., Laperche B., Uzinidis D. (eds), Bruxelles*, p. 253-270.
- Capt D., 1994, « Demande de biens différenciés, comportements spatiaux et diversification de l'activité des exploitations agricoles », Doctoral dissertation, Dijon.
- Capt D., Leseigneur A., Gervreau G., Diallo A., 2000, « Exploitations bovines laitières en circuits courts : diversité, localisation et approche des performances », ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire, Étude élaboration d'un référentiel technico-économique dans le domaine des circuits courts de commercialisation, 153 p.
- Capt D., Schmitt B., 2000, « Économie spatiale et agriculture : les dynamiques spatiales de l'agriculture contemporaine », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 3, p. 385-406.
- Capt D., Dussol A.M., 2004, « Exploitations diversifiées : un contenu en emploi plus élevé », *Agreste Cahiers*, n° 2, p. 11-18.
- Capt D., Wavresky P., 2014, "Determinants of direct-to-consumer sales on French farms", *Revue d'Études en Agriculture et Environnement*, vol. 95, n° 3, p. 351-377.
- Chessel M., Cochoy F., 2004, « Autour de la consommation engagée : enjeux historiques et politiques », *Science de la Société*, n° 62, p. 3-14.
- Chiffolleau Y., 2012, « Circuits courts alimentaires, dynamiques relationnelles et lutte contre l'exclusion en agriculture », *Économie Rurale*, n° 332, p. 88-101.

- Commission européenne, 2006, « Règlement (CE) N° 1974/2006 de la commission », *Journal officiel de l'Union européenne*.
- Dierickx I., Cool K., 1989, "Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage", *Management Science*, vol. 35, n° 12, p. 1504-1512.
- Dubuisson-Quellier S., Le Velly R., 2009, « Les circuits courts entre alternative et hybridation », in *Les circuits courts alimentaires / Maréchal G.* (éd.), Dijon, p. 105-112.
- Dufour A., Lanciano E., 2012, « Les circuits courts de commercialisation : un retour de l'acteur paysan ? », *Revue française de socio-économie*, n° 9, p. 153-169.
- Esnouf C., Russel M., Bricas N., 2011, « Durabilité de l'alimentation face à de nouveaux enjeux : questions de recherche », in *DuALIne*. France : Inra-Cirad, p. 96-111.
- Gilg A.W., Battershill M., 1999, "The role of household factors in direct selling of farm produce in France", *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, vol. 90, n° 3, p. 312-319.
- Hernandez E.M., 2008, « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », *Revue Française de Gestion*, n° 5.
- Jacobides M.G., Winter S.G., 2005, "The co-evolution of capabilities and transaction cost : explaining the institutional structure of production", *Strategic management journal*, n° 26, p. 395-413.
- Lanciano E., Saleilles S., 2010, « Le développement des circuits courts alimentaires : un nouveau souffle entrepreneurial dans l'agriculture ? », in *Congrès International Francophone sur l'Entrepreneuriat et la PME*, Bordeaux, France.
- Langhade E., 2010, « Circuits courts : Une relation de proximité », *Chambres d'Agriculture*, 991.
- Low S.A., Vogel S.J., 2011, "Direct and intermediated marketing of local foods in the United States", *USDA-ERS Economic Research Report*, 128 p.
- Marchesnay M., 2002, « Pour une approche entrepreneuriale de la dynamique Ressources-Compétences. Essai de praxeologie », *Les éditions de l'ADREG*.
- Martinez S., Hand M., Da Pra M., Pollack S., Ralston K., Smith T., Vogel S., Clarke S., Lohr L., Low S., Newman C., 2010, "Local food systems : Concepts, impacts and issues : ERS", Washington, USDA.
- Ministère de l'agriculture, 2009a, « Circuits Courts de Commercialisation », *Rapport du groupe de travail*.
- Ministère de l'agriculture, 2009b, « Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs : plan d'action pour développer les circuits courts ».
- Moinet F., 2010, « Vente directe et circuits courts : vins et produits fermiers », Paris, France.
- Mundler P., Jauneau J.C., Guermonprez B., Pluvillage J., 2009, "The

- sustainability of small dairy farms in six regions of France. The role of resources and local institutions”, in *EAAE-IAAE Seminar “Small farms – Decline or Persistence”, 25-27 June 2009*. University of Kent, Canterbury, UK.
- Nicourt C., 2013, « De l'élevage au commerce : une dérive du métier d'éleveur de porcs bio ? » *Économie Rurale*, n° 335, p. 71-86.
- Penrose E.T., 1963, « Facteurs, conditions et mécanismes de la croissance de l'entreprise », traduction par S.L. Mayret, Paris, Les Éditions Hommes et Techniques.
- Richards S., Buckley S., 2007, “Agricultural entrepreneurs : the first and the forgotten ?” in *The Hudson Institute Center for Employment Policy*.
- Richardson G.B., 1972, “The organization of firm industry”, *The Economic Journal*, vol. 82, n° 327, p. 883-896.
- Traversac J.B., Aubert M., Laporte J.P., Perrier-Cornet P., 2007, « Deux décennies d'évolution des structures de la viticulture française », in *Bacchus 2008 : enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole*, C. Jean-Pierre, H. Hervé, D.H. François, M. Étienne (eds), Dunod, p. 327-358.