



HAL
open science

Permanence et changement dans la production et la commercialisation des produits fermiers. Une approche économique

Danièle Capt

► **To cite this version:**

Danièle Capt. Permanence et changement dans la production et la commercialisation des produits fermiers. Une approche économique. Séminaire INRA AgroParisTech : Filières courtes de distribution, développement durable et territoires, Apr 2008, Paris, France. 33 p. hal-02818680

HAL Id: hal-02818680

<https://hal.inrae.fr/hal-02818680>

Submitted on 6 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Séminaire
Filières courtes de distribution,
développement durable et territoires**

**INRA
AgroParisTech
Paris, 8 avril 2008**

**Permanence et changement
dans la production et la commercialisation
des produits fermiers en France**

Une approche économique

Danièle CAPT

ENESAD, UMR 1041 CESAER, F-21000 Dijon, France

INRA, UMR 1041 CESAER, F-21000 Dijon, France

daniele.capt@enesad.inra.fr

Introduction

- Vente directe, circuits courts... produits fermiers, produits locaux : des termes en discussion
- du débat social et scientifique des années 1980 sur la diversification des Modèles de Développement Rural (DMDR) ... aux questions d'actualité : diversité des questions et objets de recherche
- un questionnement centré sur les facteurs et mécanismes en jeu dans la diversification de l'activité des exploitations agricoles dans les domaines :
 - de l'alimentation (produits « fermiers »)
 - du tourisme rural (« agrotourisme »)
 - des services d'entretien du territoire (serv. environnementaux)

PLAN

1. La diversification vers la production et vente de produits alimentaires fermiers : cadre d'analyse et méthodes
 - Point de départ de l'analyse : un paradoxe
 - Le cadre d'analyse : articulation de références d'économie de la production, d'économie industrielle et d'économie géographique/régionale
 - Le dispositif d'observations empiriques : des méthodes complémentaires
2. Permanence et changement dans la production et la commercialisation de produits fermiers
3. Limites des investigations et prolongements : autour de quelles questions ?

Conclusion

1.1. La diversification vers la production et la vente de produits alimentaires fermiers : un paradoxe au début des années 1980

- un mouvement qui s'inscrit alors à contre-courant de la tendance dominante des exploitations à se spécialiser : dans la production de matières premières destinées à des firmes d'aval et dans un groupe de produits « proches »
- Facteurs et mécanismes en jeu ?
 - la spécialisation comme résultat de facteurs et mécanismes alors bien identifiés
 - la diversification comme résultat de l'évolution conjointe de deux séries de facteurs principaux
 - des facteurs internes au secteur agricole (crise des marchés agricoles et baisse des revenus agricoles)
 - des facteurs externes (évolution des attentes des consommateurs en termes d'alimentation et de biens de nature)

1.2. Cadre d'analyse

- 3 plans d'analyse articulés > trois séries de questions et hypothèses sur :
- Les caractéristiques des exploitations pratiquant cette activité (économie de la production agricole)
- L'évolution des modalités de la concurrence sur les marchés des produits alimentaires (économie industrielle) : importance de la différenciation des produits (bien & service = ensemble de caractéristiques)
- Les facteurs de localisation et d'ancrage territorial de cette activité (économie géographique et régionale)

1.3. Le dispositif d'observations empiriques : unités d'analyse et méthodes d'investigation

- Unités d'analyse : les exploitations agricoles ; différents ensembles spatiaux
- Des méthodes complémentaires :
 - exploiter au mieux les bases de données disponibles (RGA et enquêtes de structure, RICA ?, autres)
 - études de cas approfondies et enquêtes auprès d'échantillons représentatifs de producteurs dans différentes régions françaises
 - période couverte : depuis la fin des années 80
- Différentes échelles d'observation : national, départemental, infra-départemental

2. Permanence et changement dans la production et la commercialisation de produits fermiers

- Un déclin « apparent » de la vente directe de produits fermiers
- Des exploitations agricoles dotées de caractéristiques distinctives > des transformations importantes de la structure de la production fermière
- Des modalités de concurrence sur les marchés des produits alimentaires variables selon le type de produit
- Une répartition inégale dans l'espace

Vente directe, circuits courts, circuits longs : une définition opératoire

VENTE DIRECTE *		VENTE A INTERMEDIAIRE	
du producteur au consommateur final			
à la ferme	en dehors de la ferme	un intermédiaire	plus d'un
<ul style="list-style-type: none"> - dans un local - libre service - libre-récolte 	<ul style="list-style-type: none"> - sur les marchés - en bordure de route - lors de tournées - en magasin de produits fermiers - par livraison à domicile - avec système du panier - en comité d'entreprise - par correspondance - par internet - lors de réunion 	<ul style="list-style-type: none"> - grandes surfaces - magasins spécial. - restauration - dépôt-vente 	<ul style="list-style-type: none"> - industriels - grossistes - représentant

** en rouge : définition statistique RGA, enquêtes de structure*

Circuit court

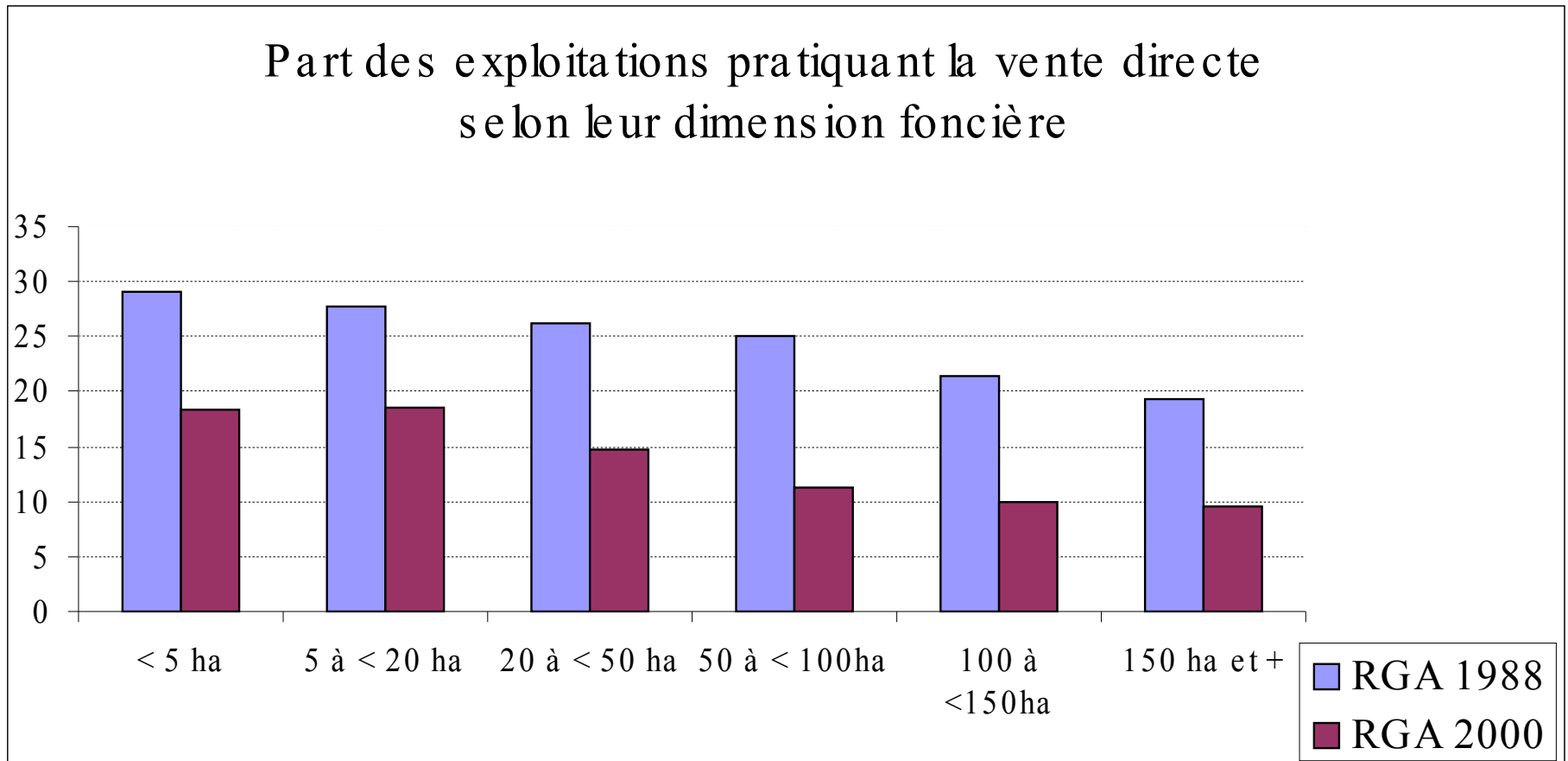
2.1. Un déclin du nombre et de la part des exploitations pratiquant la vente directe de produits fermiers

	1988		2000		2005
	Nombre	%	Nombre	%	
Exploitations avec					
Vente directe ou/et transfo	400 962	39,4	120 294	18,1	} 89 629 EA 16%
vente directe sans transfo	275 469	27,1	58 910	8,9	
vente directe et transfo			43 078	6,5	
transformation sans VD	125 493	12,3	18 306	2,8	
Production agricole seule	595 705	58,6	513 457	77,4	
Ensemble des exploitations	1 016 755	100,0	663 807	100,0	545 347 EA

2.2. Les caractéristiques des exploitations pratiquant cette activité : des caractéristiques distinctives ?

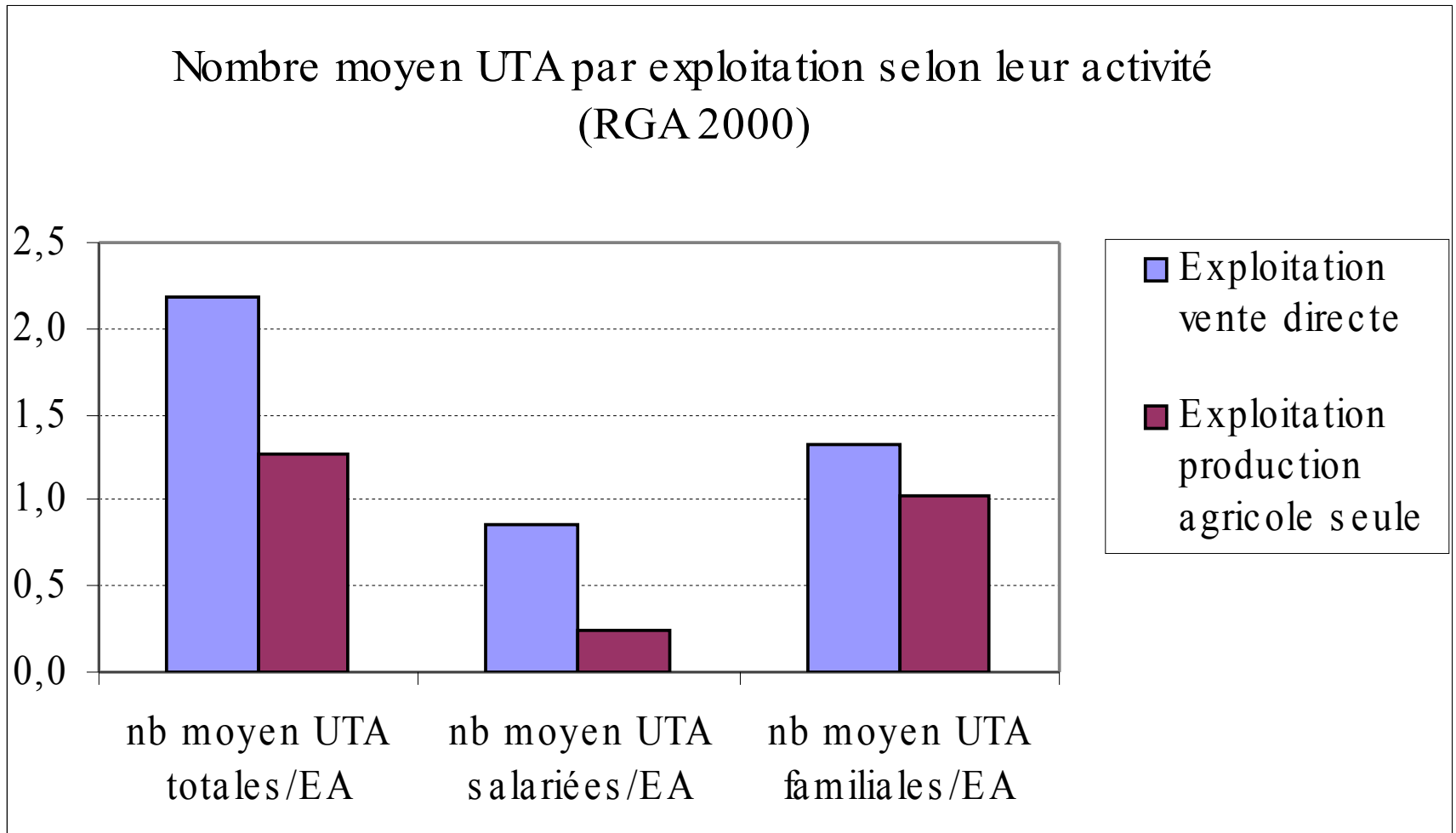
- une activité plus répandue dans les exploitations faiblement dotées en terre relativement au travail ?
- une activité liée aux transformations des rapports familiaux et conjugaux en agriculture (évolution du travail des femmes) ?
- une activité s'éloignant du référentiel de métier dominant en agriculture > davantage le fait de personnes dotées en capital humain et social ?
- une activité plus ouverte à des personnes non originaires du secteur agricole ? (moindres obstacles à l'entrée dans cette activité)
- mais une logique commune : la recherche d'une meilleure rémunération du travail >
 - ▶ dépend des possibilités de valorisation sur les marchés de consommation finale (et des coûts de production)

L'activité de vente directe : une manière de compenser un revenu faible lié à l'étroitesse de la dimension foncière

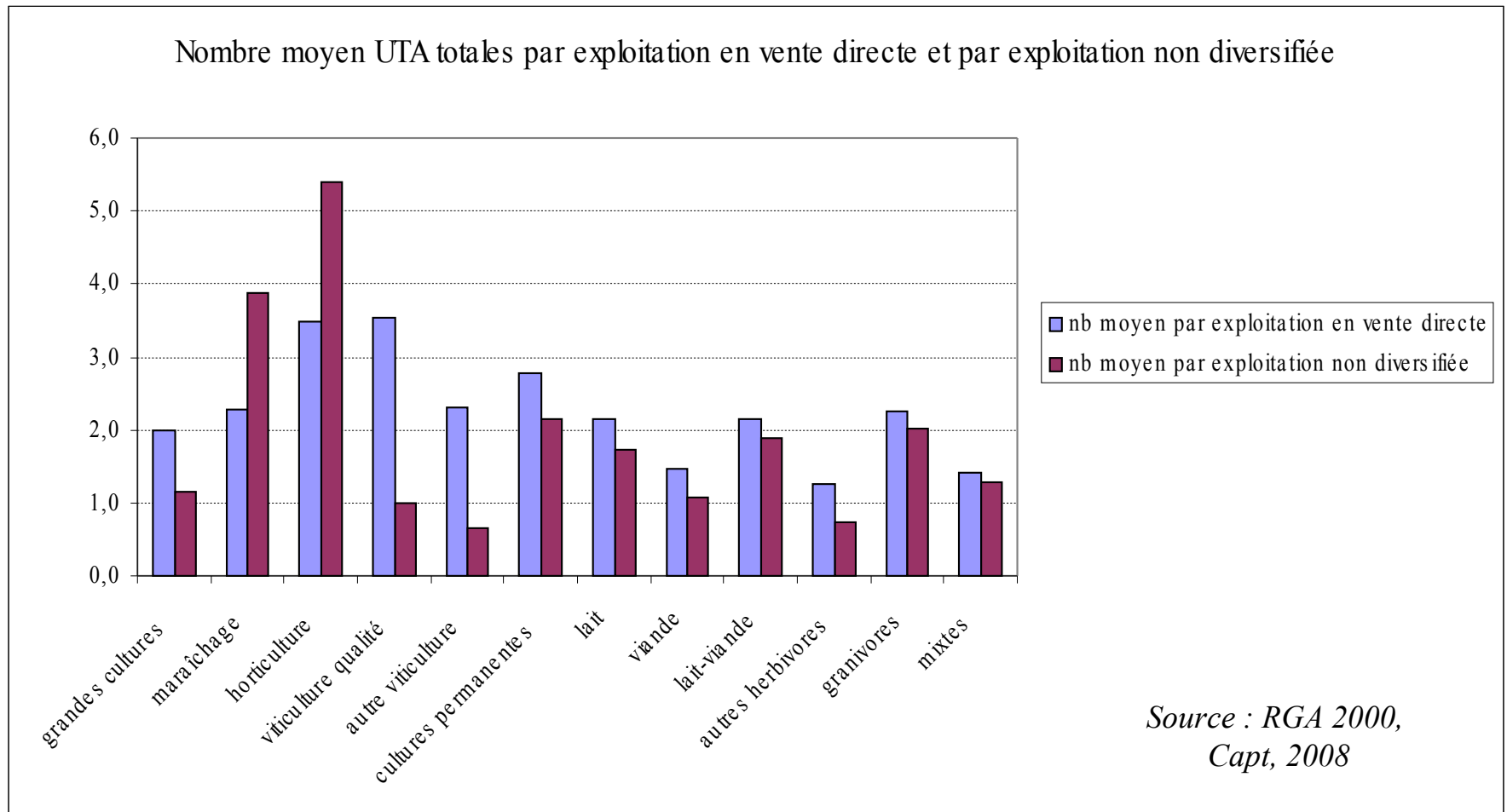


Source : Agreste, Recensements agricoles
Capt, 2007

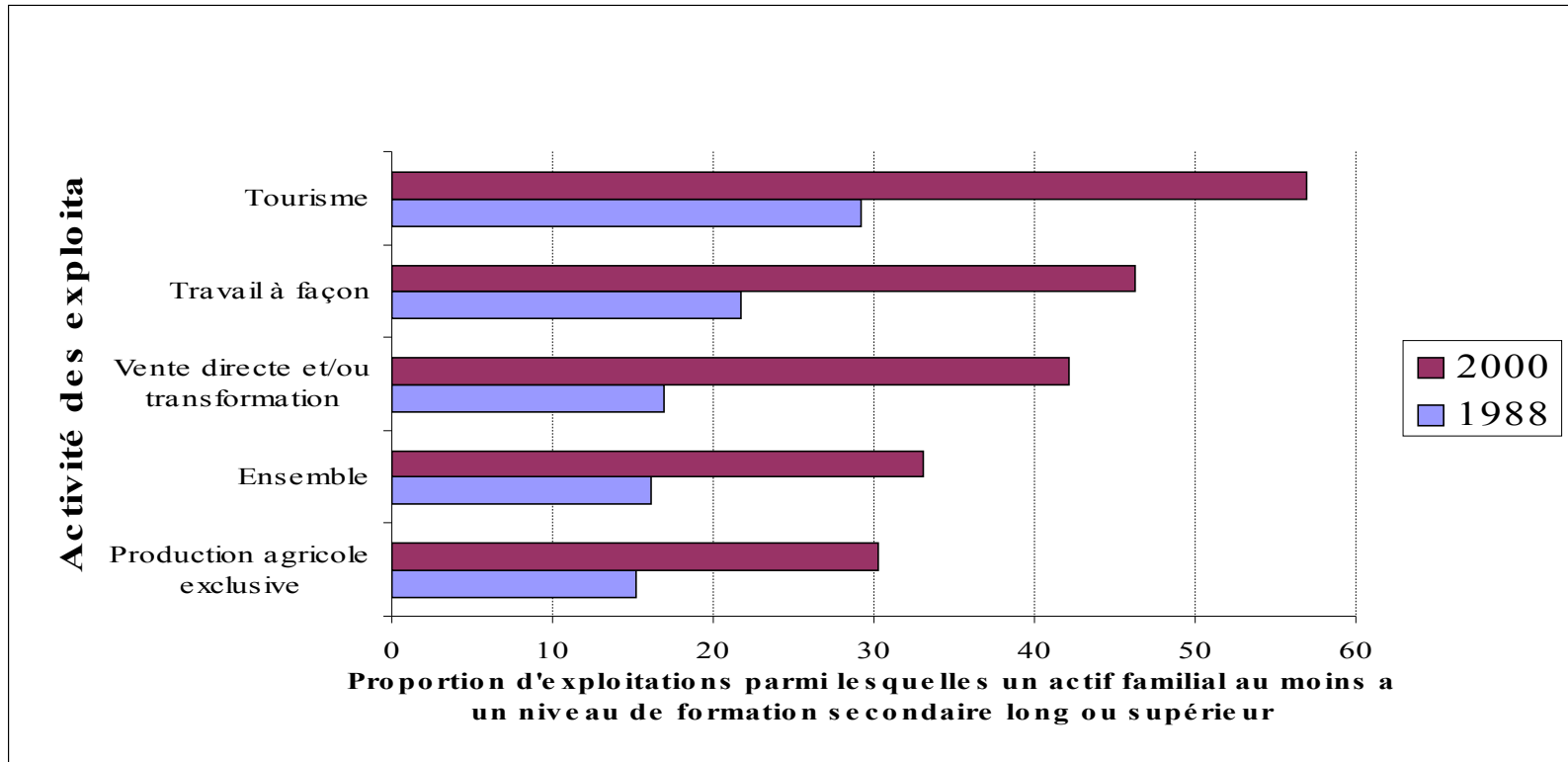
L'activité de vente directe mobilise davantage de travail...



... quelle que soit son orientation technico-économique, sauf en maraîchage et en horticulture

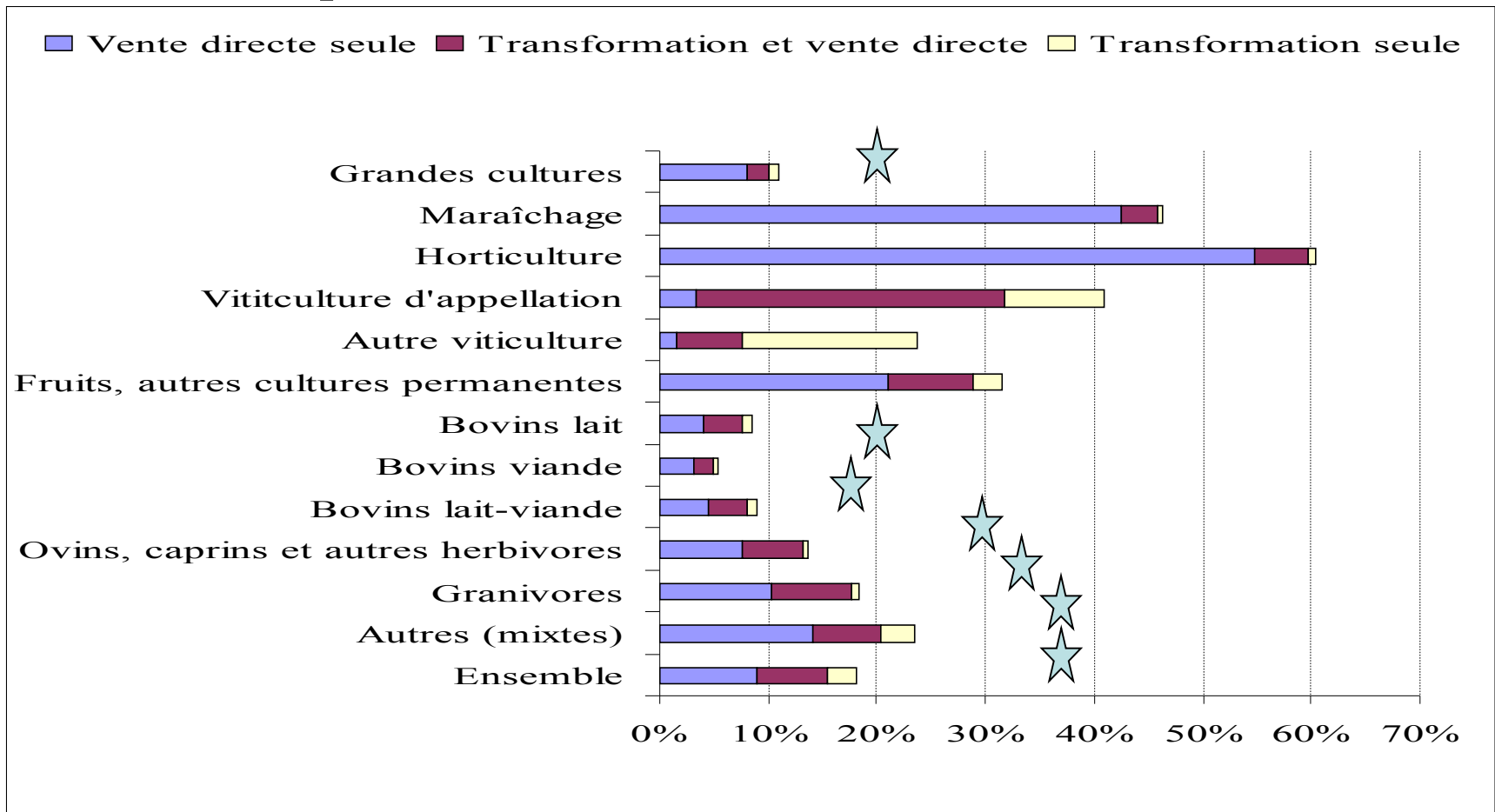


L'activité de vente directe requiert un niveau de formation plus élevé et/ou des dispositions acquises dans des itinéraires socio-professionnels variés



Lecture: les exploitations ont été classées selon le niveau de formation, générale ou agricole, le plus élevé, détenu par au moins un membre de la famille travaillant sur l'exploitation agricole (RGA) Source : Capt, Dussol, 2004

La part des exploitations en vente directe varie beaucoup selon l'orientation productive



Lecture : en grandes cultures, 8,0 % des exploitations sont en vente directe seule, 2,2 % en transformation et vente directe, 0,7% en transformation seule

RG A 2000 ; ★ RG A 1988
 Source : Capt, Dussol, 2004

Enfin, la production et la vente directe de produits fermiers

- s’inscrit davantage dans une logique d’agriculture principale, recourant à des salariés : 14% de ces exploitations ; 4% des exploitations non diversifiées
- est davantage le fait des formes sociétaires : 37% de ces exploitations (toutes formes sociétaires confondues) au lieu de 17% pour les exploitations non diversifiées
- paraît peu marquée d’un effet de génération en 2000 alors qu’en 1988 les jeunes exerçaient moins souvent cette activité

- Ces caractéristiques s'accompagnent de transformations importantes de la structure de la production fermière :
 - repérées dès le début des années 1990 : ex. Rhône-Alpes
 - disparition rapide des petits troupeaux de chèvre, création de nouveaux ateliers de transformation et accroissement de leurs dimensions
 - plus des $\frac{3}{4}$ des producteurs de charcuterie fermière ont installé leur atelier au début des années 1980
 - permettent d'interpréter pour partie le déclin du nombre et de la part des exploitations concernées entre 1988 et 2000, mais pas la taille du marché des produits fermiers qui paraît en croissance (cf. enquête récente CERD, 2007)
 - ... pour partie seulement car « artefact statistique » et autres facteurs explicatifs

2.3. Evolution des modalités de la concurrence sur les marchés des produits alimentaires

- Différenciation des produits « fermiers » en termes de qualité et de variété ? variable selon le type de produit
exemples : fromage de chèvre fermier, charcuterie fermière
- Existence de technologies (définies au sens large) adaptées à la petite échelle (niveau de coût fixe à l'entrée des marchés) ? également variable selon le type de produits (exemples)
- Dispersion des préférences des consommateurs en termes de qualité et variété ? une disposition à payer un prix d'autant plus élevé ou/et à se déplacer dans des lieux spécifiques pour se procurer ces produits que :
 - le niveau de revenu (ou d'appréciation de la qualité) est élevé,
 - les produits fermiers se différencient des produits substitués

Le jeu combiné de ces 3 facteurs conduit à

- un nombre plus ou moins important d'exploitations pratiquant la vente directe de produits fermiers selon la nature du produit
- et des stratégies différenciées en termes de circuits de commercialisation, de clientèle et de prix :
 - selon la nature du produit
 - son caractère stockable ou périssable, produit toute l'année ou de manière saisonnière, i.e. les fréquences d'approvisionnement des consommateurs
 - la dimension de l'atelier et sa place dans le système d'exploitation (objectifs des producteurs)
 - requiert une approche technico-économique par produit pour analyser les principaux facteurs explicatifs de différenciation

Exemples : fromage de chèvre fermier, charcuterie fermière...

Cas du fromage de chèvre fermier (1) : des stratégies de commercialisation différenciées

- Produit différencié des produits industriels
- Produit peu stockable, fréquence d'achat élevée
- Les producteurs se rapprochent des consommateurs urbains, en parcourant des distances + ou – élevées, et ont des circuits de vente spécialisés ou diversifiés :
 - Vente en circuits courts au plan national : un peu de la moitié des volumes totaux vendus dont 20% à la ferme et 27% sur les marchés
 - Vente en circuits longs, avec un intermédiaire ou 2 (affineurs ou grossistes) : l'autre moitié
- Plus le volume transformé est élevé, plus les circuits de commercialisation sont divers et plus l'importance des circuits courts diminue

Fromage de chèvre fermier (2) : des valorisations du lait très variables entre régions et au sein d'une même région

Facteurs explicatifs des écarts de valorisation	Valorisation du litre de lait
Gamme de produits	
Lactique unique	1,55 €/l
Gamme de lactiques	1,89 €/l
Plusieurs technologies (lactique, autres)	1,76 €/l
Production biologique	1,96 €/l
Circuits de commercialisation	
Systèmes en vente directe ou mixte	1,91 €/l
Circuits avec un intermédiaire	1,46 €/l
Circuits à 2 intermédiaires	1,13 €/l

Cas de la vente directe de charcuterie fermière

- Produits moins différenciables des produits des artisans
- Produits frais mais aussi stockable (à la différence du fromage de chèvre) et peut être saisonnalisé (adapté au caractère saisonnier de la demande)
- Au début des années 1990 en Rhône-Alpes :
 - près de la moitié des producteurs assurent une vente quasi exclusive à la ferme
 - les autres sont spécialisés dans la vente sur les marchés
 - quelques uns fournissent quasi exclusivement des points de vente collectif (forme de vente plus répandue dans cette région qu'ailleurs)

2.4. Une répartition inégale dans l'espace : facteurs de localisation de cette activité ?

Rôle de la distance (proximité) aux centres urbains et aux espaces touristiques (effet de demande)

Rôle des facteurs d'offre :

- Existence de produits typiques, ancrés dans l'histoire des territoires
- Influence des dynamiques locales d'insertion des exploitations dans les échanges marchands depuis la 2ème guerre mondiale en France
- Rôle du capital organisationnel

Une influence significative de la demande de produits fermiers sur la localisation de l'offre fermière à l'échelle des pôles urbains (1)

La part des exploitations en VD est-elle fonction de la distance à la ville et de la taille du pôle urbain ?

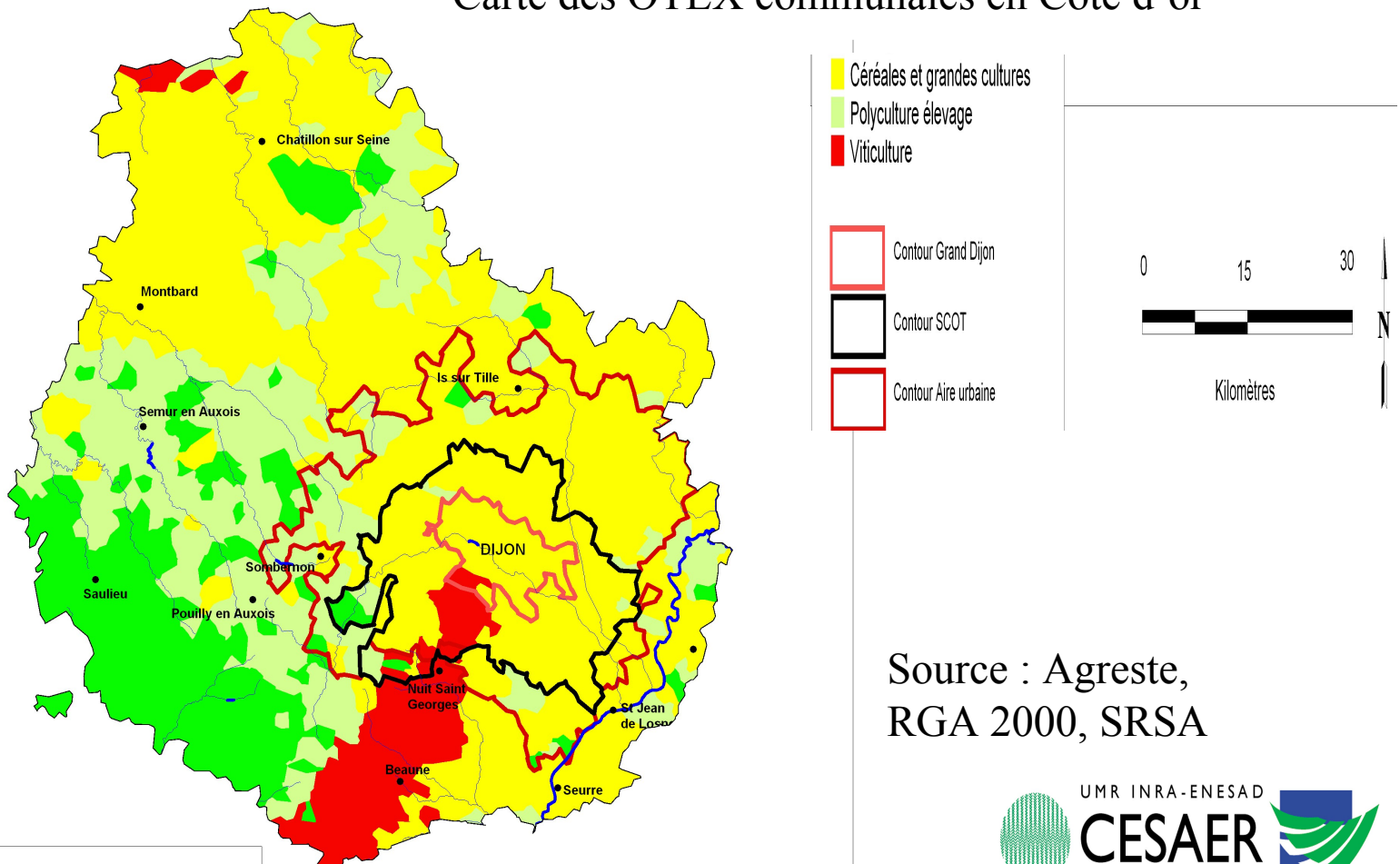
- dans les communes rurales hors influence urbaine : 25% des exploitations
- dans les communes rurales sous l'influence d'un pôle urbain : de 25% lorsque le pôle a 20 000 habitants au plus ... à 33% dans les pôles de 200 000 habitants (et+) et à moins de 25 km du pôle (28% au-delà de 25 km)

Source : RGA

1988

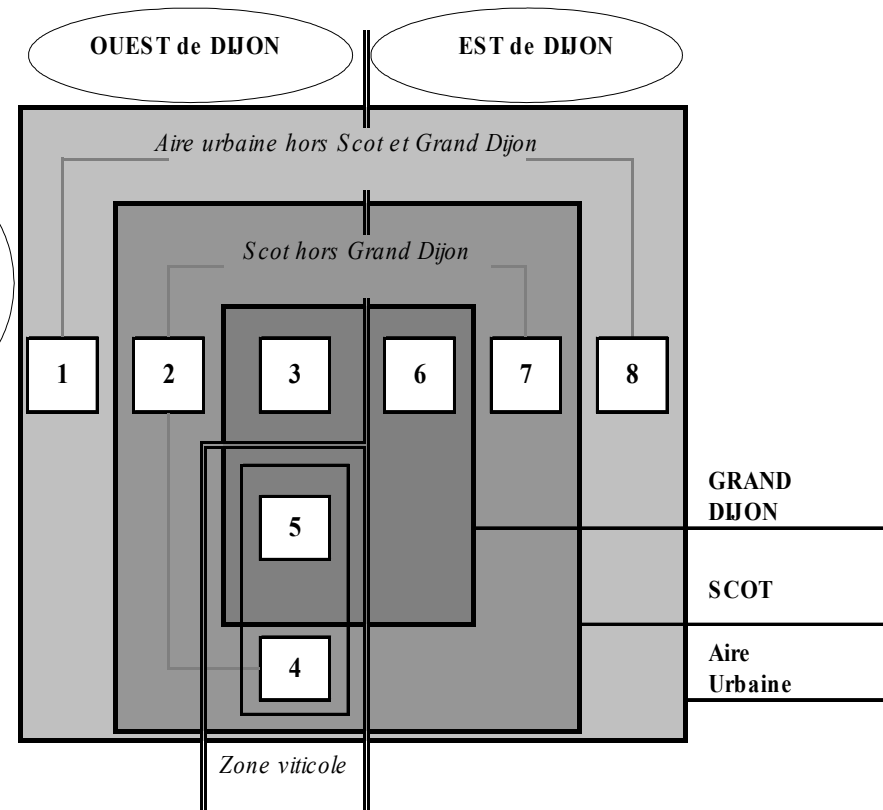
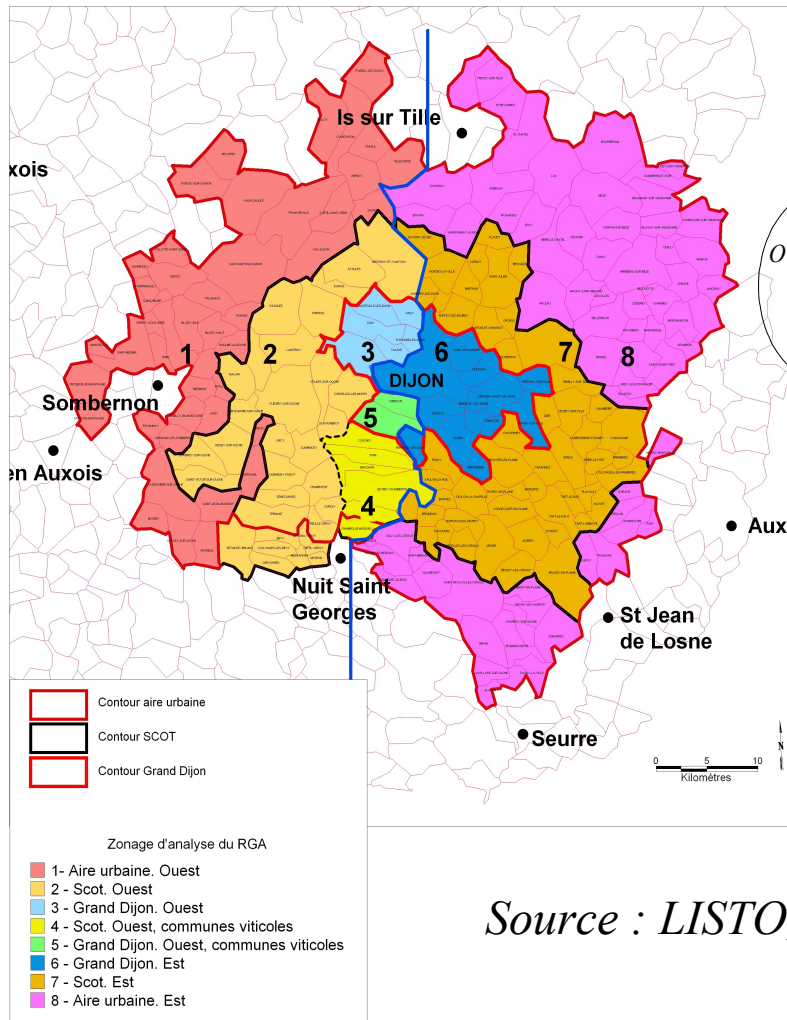
Une influence significative de la demande de produits fermiers sur la localisation de l'offre fermière : Cas de l'aire urbaine dijonnaise (2)

Carte des OTEX communales en Côte d'or



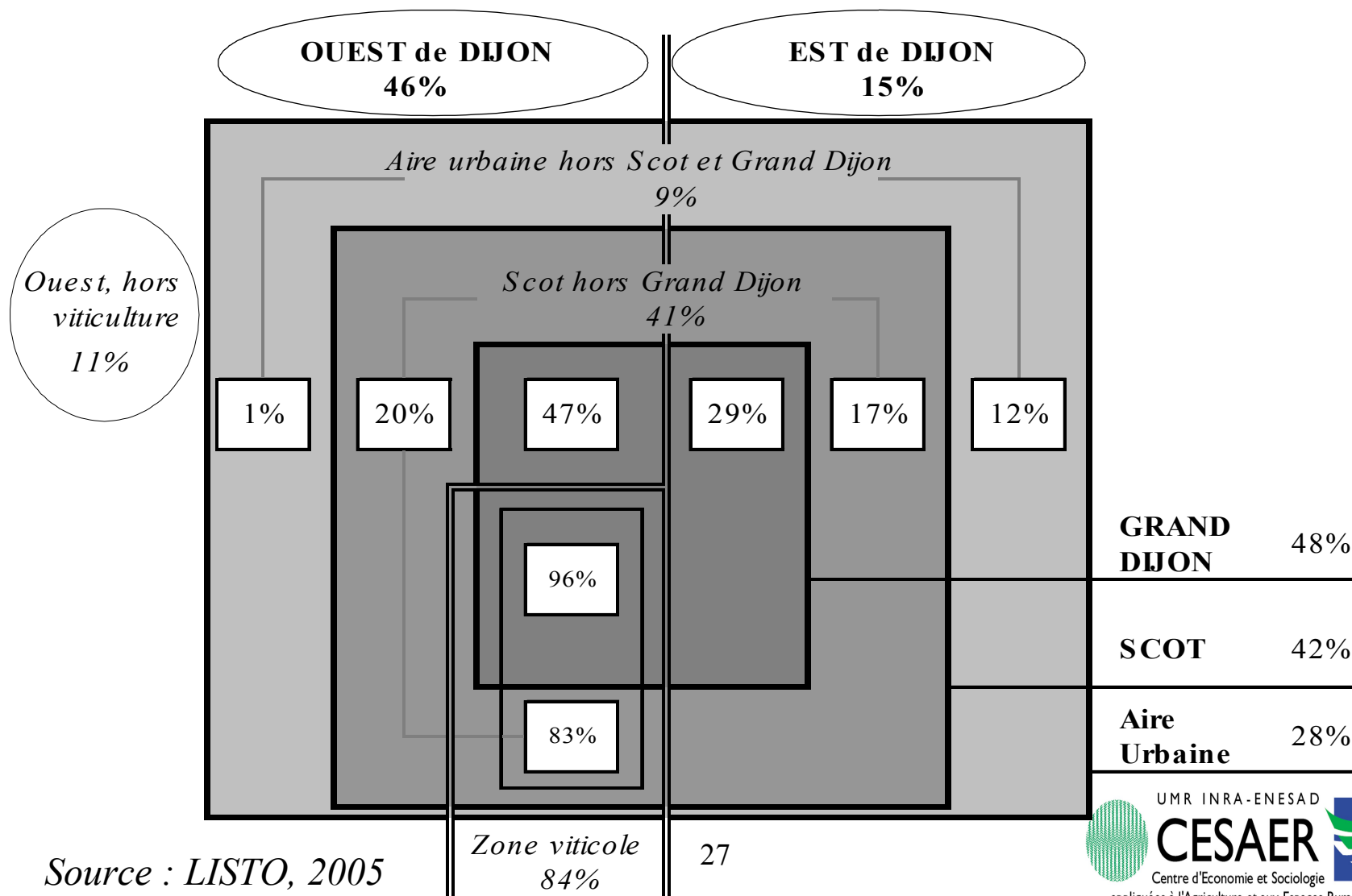
Source : Agreste,
RGA 2000, SRSA

Une influence significative de la demande de produits fermiers sur la localisation de l'offre fermière : Cas de l'aire urbaine dijonnaise (3) (représentation schématique)



Source : LISTO, 2005

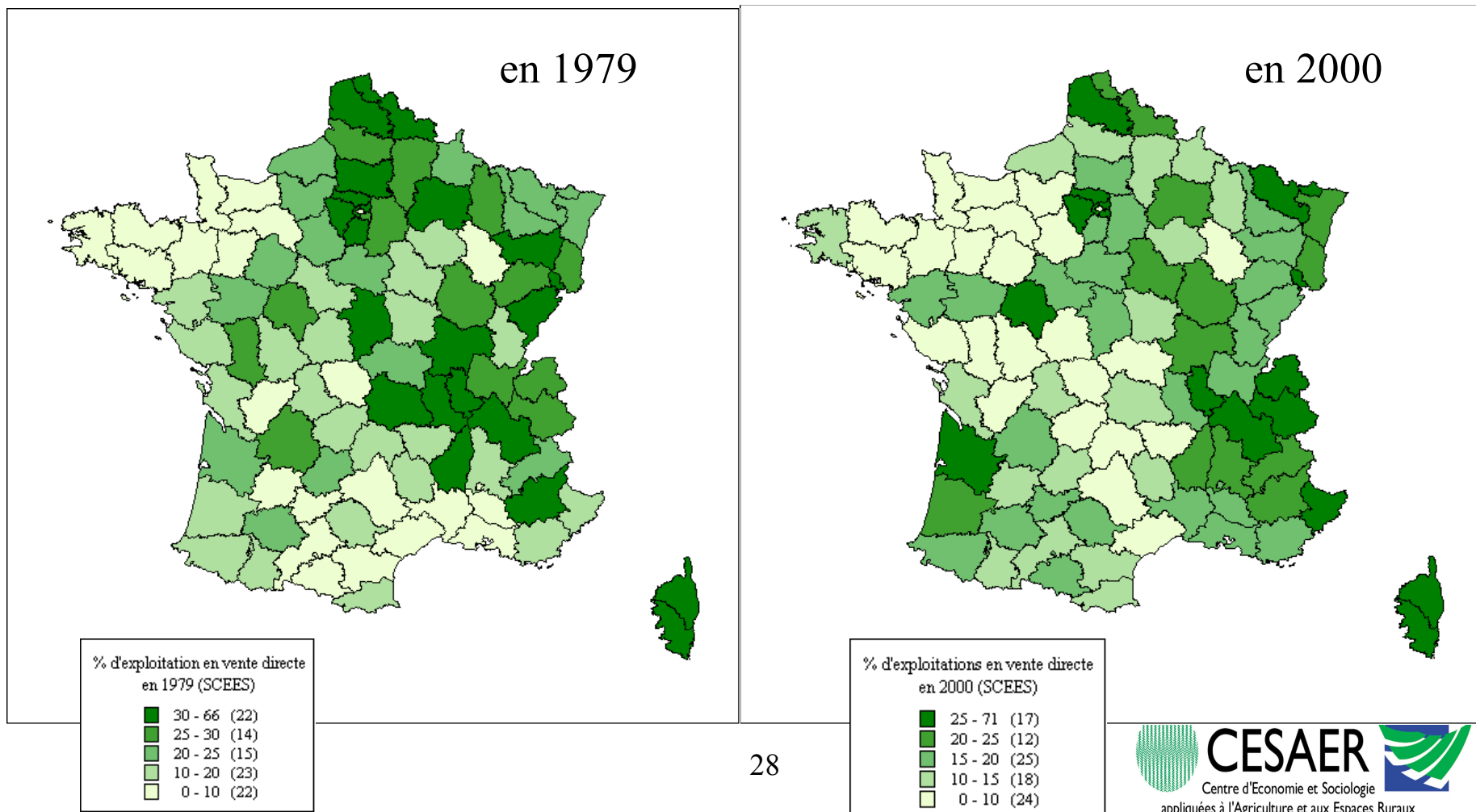
Aire urbaine dijonnaise (4) : part des exploitations agricoles professionnelles en VD en 2000



Source : LISTO, 2005

Une influence significative de la demande de produits fermiers sur la localisation de l'offre à l'échelle nationale ? (1)

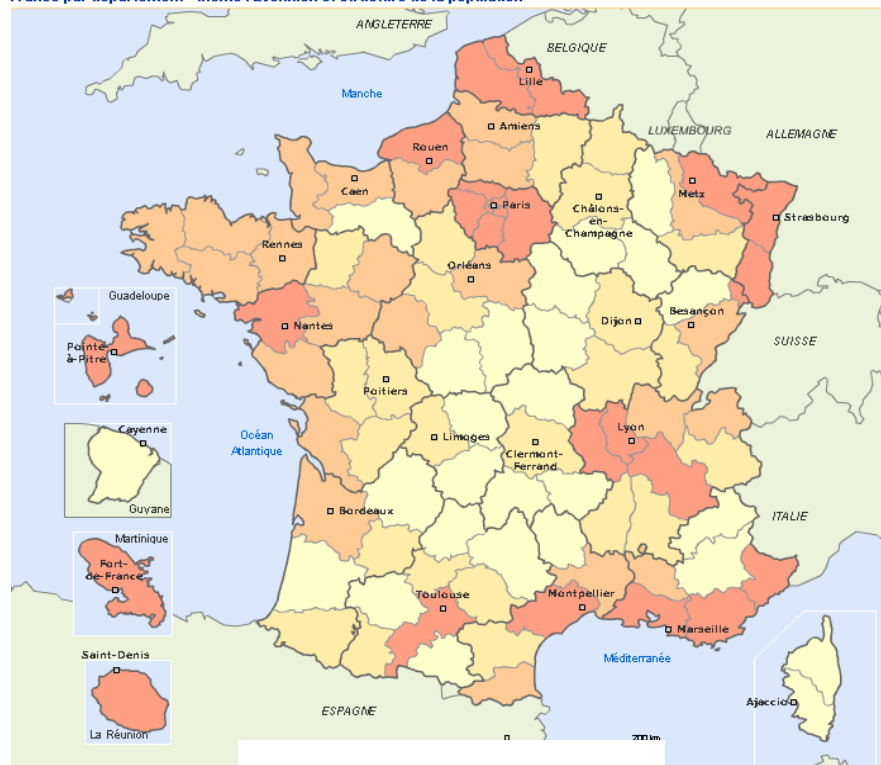
Part des exploitations en vente directe selon le département (RGA)



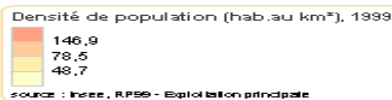
Une influence significative de la demande de produits fermiers sur la localisation de l'offre à l'échelle nationale ? (2)

Densité de population
selon les départements (RP 1999)

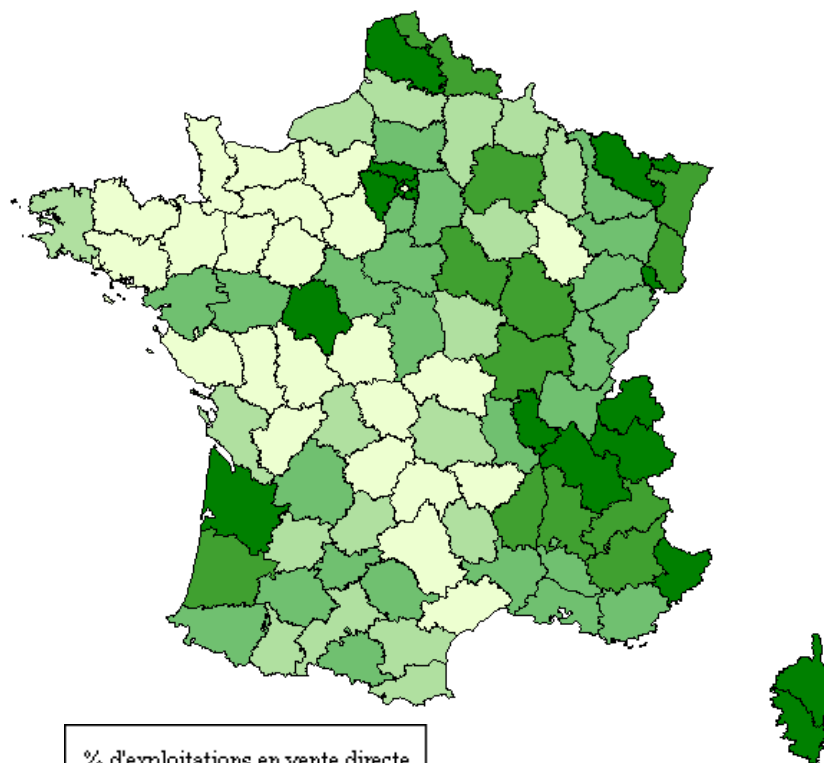
France par département - thème : Évolution et structure de la population



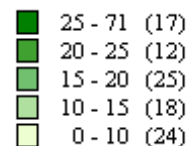
GéoFLA@ © IGN 2006 - © INSEE 2008



Part des exploitations en vente directe
selon les départements (RGA 2000)



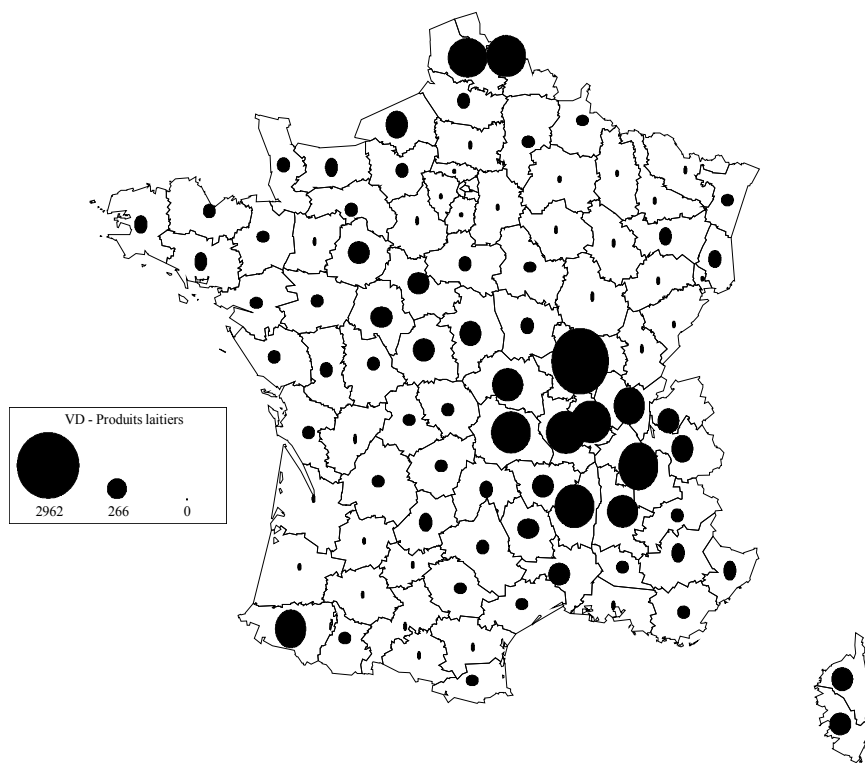
% d'exploitations en vente directe
en 2000 (SCEES)



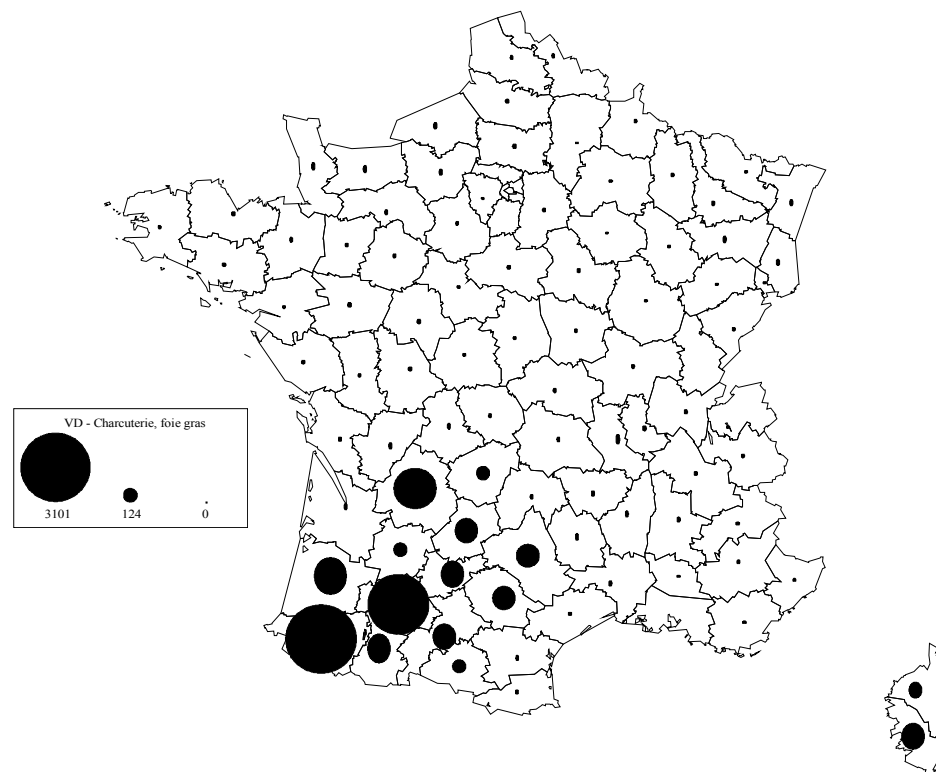
L'influence de la dynamique locale de l'agriculture (1)

Des produits typiques, ancrés dans le territoire

Nombre d'exploitations avec vente directe de produits laitiers fermiers (RGA 1988)



Nombre d'exploitations avec vente directe de charcuterie fermière ou foie gras (RGA 1988)



Source : CAPT (1994)

Une influence de la dynamique locale de l'agriculture (2)

- Des produits typiques, ancrés dans le territoire, mais aussi...
 - ... l'influence des dynamiques locales
 - d'insertion des exploitations dans les échanges marchands depuis la 2ème guerre mondiale (France)
 - des structures et systèmes de production
- Exemple : comparaison régions Bretagne/Pays de Loire et région Rhône-Alpes
- ... le rôle du capital organisationnel : des organisations collectives spécifiques dans plusieurs territoires (exemples : Rhône-Alpes, Bourgogne, Midi-Pyrénées)

3. Limites des investigations et prolongements : autour de quelles questions ?

- Mieux comprendre la démographie des exploitations pratiquant une activité de vente directe (importance et caractéristiques des exploitations qui créent, arrêtent ou maintiennent une activité de vente directe)
- Mieux rendre compte du rôle des différents facteurs explicatifs des inégalités spatiales de l'activité de vente directe (test économétrique)
- Une question centrale : le temps et l'organisation du travail dans les exploitations en vente directe > Approfondir la question de l'organisation collective
- Une autre question peu traitée : la formation des revenus et la rémunération du travail dans ces exploitations
 - vers une adaptation des sources statistiques ?

- une liste de questions bien sûr non exhaustives...
- ... notamment, tout aussi important de comprendre l'évolution des achats de produits fermiers et ce qui détermine les consommateurs à se les procurer : une autre approche abordée dans séminaire ultérieur

Quelques références de l'auteur

Capt D., 1997, Différenciation des produits de consommation finale et agriculture de service, *Economie rurale*, 242, 36-44

Capt D., 2000, *De la diversification aux dynamiques spatiales de l'agriculture contemporaine*, document de recherche n°55, CESAER Dijon

Capt D., Dussol A.M., 2004, Exploitations diversifiées : un contenu en emploi plus élevé, *Agreste Cahiers*, 2, 11-18.