

Du marché paysan à l'épicerie solidaire : une pluralité des formes d'entreprendre

Jean Lagane, LAMES, Université de Provence

Abstract

De plus en plus d'exploitations agricoles sont fortement dépendantes de l'industrie alimentaire et de la grande distribution. Cette dernière tend à prendre une place prépondérante dans les achats des ménages et entraîne l'accroissement de la distance entre producteurs et consommateurs suite aux changements des structures de distribution et de la mondialisation des échanges alimentaires. Parallèlement se développent des circuits marchands alternatifs et des coopératives de consommateurs qui plébiscitent une logique d'agriculture paysanne présentée comme sociologiquement équitable et saine ainsi que la défense de fermes de proximité.

Cette communication présente trois terrains - un marché paysan, une amap et une épicerie paysanne de quartier -, trois formes alternatives de circuit alimentaire choisies en fonction de leur représentativité en matières d'engagement et de sociabilité ainsi que de leurs discours issus de la militance. En effet, ces terrains ont peu à peu révélé une richesse et une complexité dans la concentration de faisceaux de questionnements liés à des pratiques alternatives de production, de vente et de consommation ainsi que des formes dites d'« économie associante ». L'axe méthodologique retenu est ethnographique. La démarche se veut inductive et ne fait qu'un usage minime des cadres théoriques généralement employés pour traiter des milieux en question et vise à laisser les données parler d'elles-mêmes.

Au delà du questionnement sur la possible réappropriation citoyenne de la question de l'alimentation, il s'agit d'analyser en quoi ces nouvelles formes d'économie plurielle font appel à des dynamiques de mobilisation individuelle et collective et comment elles se structurent et se différencient à travers des modalités de compétitivité et/ou de complémentarité.

Du marché paysan à l'épicerie solidaire : une pluralité des formes d'entreprendre

N°4

De plus en plus d'exploitations agricoles sont fortement dépendantes de l'industrie alimentaire et de la grande distribution. Cette dernière tend à prendre une place prépondérante dans les achats des ménages et entraîne l'accroissement de la distance entre producteurs et consommateurs suite aux changements des structures de distribution et de la mondialisation des échanges alimentaires. Parallèlement se développent des circuits marchands alternatifs et des coopératives de consommateurs qui plébiscitent une logique d'agriculture paysanne présentée comme sociologiquement équitable et saine ainsi que la défense de fermes de proximité.

L'émergence au sein de la filière alimentaire sur les aires urbaine et péri-urbaine aixo-marseillaise d'un ensemble d'expérimentations en matière de circuit alimentaire atteste de la dynamique de formes plurielles d'entreprises dans le domaine de la commercialisation de produits agricoles. On peut citer parmi cet ensemble d'initiatives des formes de cycle court – un seul intermédiaire commercial que l'on opposera à des formes de cycles longs – plus d'un intermédiaire. Pour ce qui est des initiatives de cycle court apparaissent :

- des formes de vente directe - marchés paysans de plein vent, marché de producteurs biologiques, points de vente collectif, vente à la ferme, des associations de maintien de l'agriculture paysanne (amap) - fondées sur une charte partenariale solidaire entre producteurs et consommateurs, etc ;
- des expérimentations de dimension sociale affichée comme celle de jardins solidaires, d'amap étudiante, coopératives d'achat solidaire, épiceries paysannes de quartier, entreprises de paniers diversifiés à la demande, etc.

En complémentarité à ces approches, on enregistre également des formes marchandes de circuits longs qui regroupent :

- l'essor des magasins d'agriculture biologique comme le réseau *biocoop* et ses formes plurielles d'organisation ainsi que l'apparition de grossistes d'agriculture biologique au côté des producteurs locaux de fruits et légumes au sein du marché d'Intérêt National des Arnavaux à Marseille.

En dépit de cet inventaire à la Prévert, l'objectif n'est pas d'effectuer ici une recension exhaustive des circuits alimentaires de proximité ni d'établir un référentiel technico-économique de viabilité du cycle court alimentaire. Mais, je ferai état de quelques expérimentations complémentaires qui, étayées par les valeurs de leurs instigateurs, prennent peu à peu forme à travers un réseau de sociabilité lié à des pratiques de consommation engagée.

Au delà du questionnement sur la possible réappropriation citoyenne de la question de l'alimentation, il s'agit d'analyser en quoi ces nouvelles formes d'économie plurielle font appel à des dynamiques de mobilisation individuelle et collective et comment elles se structurent et se différencient à travers des modalités de compétitivité et/ou de complémentarité.

Cette communication présentera trois terrains - un marché paysan, une amap et une épicerie paysanne de quartier -, trois formes alternatives de circuit alimentaire que j'ai choisies en fonction de leur représentativité en matières d'engagement et de sociabilité ainsi que de leurs discours issus de la militance. En effet, ces terrains ont peu à peu révélé une richesse et une complexité dans la concentration de faisceau de questionnements liés à des pratiques alternatives de production, de vente et de consommation ainsi que des formes dites d'économie associante comme je le préciserai plus loin. Néanmoins, à travers ces trois terrains d'autres formes comme celle des *biocoop*, par exemple, apparaîtront en négatif. L'axe méthodologique retenu est ethnographique. La démarche se veut inductive et ne fait qu'un usage minime des cadres théoriques généralement employés pour traiter des milieux en question et vise à laisser les données parler d'elles-mêmes (Ghasarian, 2001).

J'ai choisi de présenter ma communication en trois parties qui sont ordonnées selon une gradation dans l'organisation des activités qui prend également en compte le nombre d'intermédiaires, soit trois formes alternatives de circuit alimentaire. Les deux premières se retrouvent en une seule et même figure - celle d'un producteur que je nommerai Marcel et qui possède un double statut, celui de vendeur sur un marché paysan et celui de gérant d'ama. La dernière propose, quant à elle, celle d'un entrepreneur que j'appellerai Charlie, créateur d'une épicerie paysanne solidaire à Marseille.

Formes de circuit court alimentaire, vers une organisation minimale

Marcel, 50 ans, a fondé au début des années 90 son exploitation dans la région marseillaise. Il entretient et cultive une surface de six hectares et a adhéré à la *Confédération Paysanne* puis à l'Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural - *Adear 13*, entité qui en partenariat avec une association de riverains a développé le Marché paysan de plein-vent sur le Cours Julien à Marseille. Après s'être lancé dans la vente directe depuis une dizaine d'années, Marcel a ouvert une amap en 2001, puis une activité de vente directe à la ferme. Après un détour par l'Ardèche où il s'était installé, Charlie, la seconde figure, 39 ans, revient à Marseille pour fonder en 2009 en cœur de ville l'association *Epicerie Paysanne*, forte d'une cinquantaine de membres, où il officie en tant que président et bénévole.

Après avoir présenté brièvement ces deux figures, je vais commencer l'analyse de ma première partie à savoir les formes de circuit alimentaire que je qualifie de degré zéro en termes d'organisation i.e. la vente à la ferme puis la vente sur le marché paysan.

Brossons tout d'abord à grands traits la dynamique de la trajectoire professionnelle de Marcel. Il y a de cela une vingtaine d'années, celui-ci a pris le relais de l'activité maraîchère de ses parents dont il loue une partie des terres - deux hectares, l'un de céréales et l'autre d'arboriculture. En outre, ce dernier a fondé un bail rural foncier contracté avec sa fratrie en ce qui concerne le reste de l'exploitation soit une surface de quatre hectares de maraîchage. Après une formation de BTS agricole, il travaille avec son épouse, une apprentie et un intérimaire qui apporte son aide pendant la saison estivale sur sa ferme. Il œuvre par ailleurs dans de multiples associations humanitaires dans le secteur agricole, il est donc intéressé par la militance, l'entraide, la solidarité. Ses parents étaient paysans maraîchers et écoulaient leur production au Marché d'Intérêt National à Marseille. En 1991, à la retraite de ses parents, Marcel a commencé à écouler une partie de sa production au MIN tout en combinant son activité avec de la vente au détail sur les marchés locaux. Il vendait sa production à un commissionnaire qui la revendait à un épicier qui la revendait à son tour à des familles. Puis il s'est peu à peu rapproché de la *Confédération paysanne* sous la houlette de laquelle avec l'*Adear-13* et une association de riverains le marché paysan du Cours Julien au cœur de Marseille a vu le jour en 2001. A cette même période, des consommateurs de la

première amap créée en France ont contacté Marcel. Ils étaient à la recherche d'un producteur local et/ou bio implanté près de chez eux - ils devaient parcourir 70 km pour récupérer leur panier. Simultanément, Marcel cherchait à échapper aux cinq marchés locaux auxquels il se rendait chaque semaine. Il a ainsi démarré l'amaap à la ferme en octobre 2001 puis en avril 2002 dans un quartier sud de Marseille. Lors d'un marché local dans la région, Marcel a été sollicité par un nombre croissant de clients pour visiter sa ferme et voir ses produits et il a à ce moment-là opté pour compléter son activité par l'organisation d'une vente directe hebdomadaire sur son exploitation. Son planning hebdomadaire se déroule comme suit : le lundi il travaille à la ferme, le mardi il livre 56 paniers à Marseille dans les quartiers sud et 56 paniers sur son exploitation le jeudi. Le mercredi, il tient sa place sur le marché paysan à Marseille en centre ville. Et le vendredi, il fonctionne en vente libre à la ferme.

Vente à la ferme

Bien que dans la biographie de Marcel la vente directe à la ferme n'arrive qu'en dernière étape d'expérimentation de vente, j'ai choisi de présenter en premier lieu ce type de vente. En effet, même si la vente à la ferme et la vente sur le marché ne comportent ni intermédiaire ni organisation forte, il demeure néanmoins qu'il existe une gradation – la vente sur le marché nécessite *a minima* un déplacement du producteur-vendeur, de ses produits, l'installation d'un stand et l'adhésion et le respect d'une charte.

Son désir d'aller à la rencontre de ses consommateurs l'a incité à mettre en place un système de vente directe hebdomadaire sur son exploitation. Il a décidé de revenir aux fondamentaux - le paysan vend directement dans son exploitation. Même si sa démarche peut sembler paradoxale si l'on analyse son initiative comme une nouvelle forme d'entreprendre, ce paradoxe n'est bien entendu qu'apparent. Il annihile ce faisant toute organisation de l'activité et revendique un degré le plus minimal de vente qu'il soit. Marcel place ainsi la relation vendeur-consommateur sous les attributs de la liberté « - à l'amaap, les gens sont plus intégrés(...) ils ne choisissent pas les légumes qui sont dans le panier ».

Une de ses clientes confirme lors d'un entretien cette liberté : « J'ai fait plusieurs fois les paniers d'amaap mais j'ai laissé tomber parce qu'on allait déménager et je voulais pas me réengager sachant pas où on allait habiter et, d'autre part, c'est vrai que j' préfère choisir mes légumes au producteur. Comme j'suis sûre que la qualité, c'est la même chose j'ai l'avantage de pouvoir choisir ce que je peux manger dans la semaine, quoi alors que l'amaap c'est super mais...au final c'est pas vous qui choisissez vraiment mais c'est super si j'avais pas ça, je pense que j' retournerais à l'amaap ».

L'activité de vente à la ferme est marquée simultanément par un essor de fréquentation et par un sentiment de satisfaction de la clientèle et du producteur, un constant que dresse Marcel : « je suis vraiment au cœur de mes clients, ils voient mon travail, ils l'apprécient et se font une autre image de moi, de mon travail de paysan ». Une telle observation peut être assimilée à une quête d'authenticité de la part des consommateurs, à un retour à la nature. Comme le rappelle Arjun Appadurai (2001) « pour certains, notre pays serait dominé par cette recherche d'authenticité associée à un fantasme patrimonial parce qu'il vit mal la contradiction entre globalisation des flux et enracinements locaux ».

Le génèse d'un marché paysan : une bataille de chaude lutte

Repenser la relation entre les territoires de la ville et de la campagne, les places que jouent l'agriculture et l'alimentation dans la vie de la société, l'importance des réseaux de

proximité...autant de thèmes qui ont ordonné la création du marché paysan de Marseille au début des années 2000. Défendant le projet de la Confédération paysanne de promouvoir une agriculture respectueuse de l'environnement, des paysans et des consommateurs, *Adear-13* et l'association des riverains du Cours Julien ont fondé le marché paysan du Cours Julien dans le cœur de ville de Marseille en 2001. A première lecture, ce marché s'inscrit donc sur un terrain de la militance dans une optique syndicale et politisée. D'ailleurs sur certains stands apparaissent çà et là des rapports à la militance - presse, affiche, adhésions diverses. Et, on assiste à un détournement d'usage du marché qui devient, au fil du temps, un espace de rencontre entre des associations militantes en quête d'adhérents potentiels car ils pensent que les chalands de ce marché sont susceptibles de partager leurs valeurs.

Ce projet arraché de chaude lutte face à la fédération de revendeurs de fruits et légumes a pris la forme sur le site d'anciennes halles qui hébergeaient un carreau de producteurs de fruits et légumes. L'association des producteurs a contacté l'association des riverains afin que ces derniers les aident à faire accepter ce projet auprès de la Mairie. La genèse du marché s'inscrivait déjà dans des valeurs d'entraide, d'un côté, et de rivalité, de l'autre. Rivalités décrites en ces termes par Jacqueline, en charge du dossier d'ouverture : *« Ils étaient déchaînés, ils ont fait un pressing terrible auprès de la Chambre de commerce, de toutes les instances, de la Mairie et donc çà a été un peu chaud. Ils avaient l'air de dire que les paysans n'avaient pas le droit de vendre en direct. On a même été obligés de fournir la preuve et d'aller chercher tous les textes »*. Cette opposition a même pris l'allure de menaces, Marcel insiste sur les difficultés initiales de l'implantation du marché : *« Au départ, on était une quinzaine de stand, on avait même reçu des menaces qui disaient si vous vous installez on va vous casser les camions avec des barres à mine et le matériel, etc. »*.

Le marché paysan offre les caractéristiques d'un marché de plein-vent en cœur de cité et promeut une rencontre authentique entre ville et campagne. C'est un marché paysan composé d'une trentaine de producteurs - seul un stand présente une épicerie solidaire dévolue au commerce équitable et donc avec un intermédiaire commercial. A l'instar de Marcel, l'ensemble des paysans présents sur la place ne veulent aucunement être confondus avec la figure du forain, *« on ne fait pas de revente »* confie Josette, agricultrice. Cette dernière souligne ainsi l'importance de l'aspect direct de la vente et de son absence d'intermédiaire, ce qui concourt à façonner selon elle l'identité propre et la force de ce marché.

Le développement et l'essor progressif de ce marché a fait taire les oppositions de revendeurs et fait figure d'expérimentations sur la place de Marseille la Mairie affichant une volonté d'ouvrir d'autres marchés similaires.

Malgré le fait que seule une minorité de producteurs répond à la certification d'agriculture biologique, les chalands se représentent ce marché comme étant un marché bio. Le marché, comme le sous-tend sa charte à laquelle adhèrent l'ensemble des paysans présents, est autogéré. Cette charte stipule que seuls sont autorisés les producteurs qui ne pratiquent pas l'agriculture conventionnelle. C'est la raison pour laquelle il peut y avoir confusion chez les chalands qui éprouvent des difficultés à distinguer agriculture raisonnée et agriculture biologique. En raison de l'autogestion de la place, les producteurs sont parfois amenés à rétablir l'ordre eux-mêmes. Marcel en fait état : *« Parfois on est obligé de faire le ménage car on a des gens qui ne sont pas dans les clous »*. En revanche, l'aspect positif de cette autogestion est qu'il règne sur le marché une atmosphère de travail propice à la solidarité et à l'entraide entre pairs.

« L'autre avantage (...) c'est qu'on se voit entre paysans, on prend un café et on discute, même si on se voit peu mais c'est des choses qu'on a du mal à faire quand on est dans notre champ... çà réactive le réseau et çà fait du lien et çà nous fait réfléchir sur la façon dont on

produit, nous, et ça nous remet en cause, l'autre a mieux réussi et fait des essais, c'est intéressant» derrière l'entraide pointent rivalité et compétition. L'aspect relationnel est aussi un élément qui a encouragé Marcel à venir s'installer sur ce marché. Marcel qui est un « pilier » du marché depuis sa création a progressivement abandonné le Marché d'intérêt National pour écouler sa production. Une de ses motivations à se tourner vers une pratique de vente alternative est le fait qu'il ne supportait plus de se retrouver face à des revendeurs. Outre le manque à gagner – il lui semblait que cette solution serait plus avantageuse en regard de la taille minimale de son exploitation - il était en attente de retours de la clientèle sur la qualité de ses produits. Derrière la motivation économique vraisemblablement « première », on perçoit une quête du sens et de valorisation d'un métier souvent ingrat. Marcel ajoute : « Là, l'intérêt c'est d'avoir les gens qui viennent nous voir toutes les semaines et qui nous disent s'ils sont contents ou non ». Cette même motivation est apparue suite à son activité de vente à la ferme, comme je l'ai développé plus haut. A l'instar de Marcel, beaucoup de producteurs viennent en quête de valorisation et espèrent un retour régulier sur la qualité de leur production de la part des consommateurs.

Une autre manière d'aller à la rencontre de ses clients, c'est l'ama comme le précise Marcel : « Entre les marchés et les amap on a largement cette relation clientèle » .

Un quart des producteurs présents sur le marché fournissent également des paniers et fonctionnent en tant qu'ama avec des points de livraison en ville et sur leur exploitation. Marcel est de ceux-là.

L'ama, vers un système d'économie associante

J'en arrive maintenant à ma deuxième partie à savoir l'analyse des formes de circuit alimentaire que je qualifie de degré 1 i.e. celle des amap. Il s'agit d'un premier degré d'organisation car les amap bien qu'elles participent de la vente directe nécessitent une organisation en amont par le biais de la signature d'une charte. Marcel cite volontiers parmi les motivations qui l'ont encouragé à fonder une ama la charte de solidarité avec le producteur, le fait que les amapiens puissent apporter régulièrement un coup de main à la ferme et partager les aléas techniques et climatiques ainsi que ceux de la surproduction.

L'exemple du possible fonctionnement de systèmes alternatif de production agricole et de commercialisation correspond à l'établissement d'un partenariat entre un collectif de consommateurs et un producteur. Cette alliance s'inscrit en tant que dynamique pionnière de contrats locaux solidaires fondés sur une charte éthique. La spécificité du développement des amap est liée au fait qu'elles constituent un espace de resocialisation entre des groupes communautaires locaux. L'alimentation y apparaît comme un moyen d'atteindre un épanouissement et une harmonie aussi bien individuel que collectif (Amine, 2008 ; Dubuisson-Quellier, 2009). Sa définition appelle à une « agriculture civique » qui traduit des notions de valeur ajoutée et de partage des contraintes de production par la communauté – ici consommateurs et producteurs partagent les aléas climatiques, cette réalité matérialise les principes d'une « économie associante ».

Les systèmes de paniers constituent des formes innovantes de commercialisation aux configurations multiples (ama, paniers entrepreneuriaux) et renvoient à une forte demande des consommateurs. L'agriculture paysanne de petite dimension concerne une diversité de profils d'agriculteurs impliqués dans les paniers. « Le « panier » est défini comme « une offre composite de fruits et légumes déclinée en un seul lot (produits frais ou transformés) constitué par un producteur agricole, un groupement de produits agricoles ou un intermédiaire-commerçant ». (Dufour, Hérault, Lanciano, 2010) L'offre peut être destinée à

une consommation individuelle (famille, amapien) ou collective (restauration commerciale et restauration collective (cantine)). Il existe une variabilité selon les aléas climatiques et les saisons du nombre de produits qui entrent dans la confection des paniers. La livraison de panier peut avoir lieu en amap ou hors-AMAP comme sur les marchés de plein vent, dans les gares et dans les comités d'entreprises.

Il existe une diversité de modèles de paniers (monoproduit ou diversifiés) et de modèles d'AMAP (distribution en ville ou à la campagne (site de l'exploitation)).

Marcel comme je l'ai annoncé plus haut avait débuté son AMAP à la ferme suite à une sollicitation de clients d'une autre AMAP qui cherchaient un producteur local : « *le principe de l'AMAP encourage de consommer des produits locaux. Nous avons discuté, j'ai trouvé cette expérience intéressante.* » explique Marcel. Le souci initial de Marcel quand il a débuté son activité de gérant d'AMAP était d'éviter une pratique très chronophage, il pensait que son activité d'AMAP devait lui permettre de se concentrer davantage sur son activité de paysan or l'accroissement des contraintes pour les producteurs est un point commun à toutes les formes d'AMAP, « *Moi qui croyait gagner du temps, avec toutes ces préparations et livraison, j'ai encore moins de temps* ».

Selon lui, ayant expérimenté deux types d'AMAP (ville et campagne), une distinction entre les amapiens peut être effectuée. De manière générale, les amapiens des villes semblent plus sensibilisés par la diversité et ils s'avèrent aussi beaucoup plus engagés. Le producteur illustre ses remarques par : « *Je crois que les gens de la ville sont beaucoup plus curieux que les gens de la campagne. Les clients sont pleins de questions, ils veulent comprendre justement pourquoi on fait pas la courgette en hiver. Ils mangent beaucoup plus de choses entre guillemets « originales » que les gens de la campagne. Peut-être parce qu'ils écoutent plus ou qu'ils lisent plus, je sais pas.* » Ou encore : « *les gens de Marseille, ils sont beaucoup plus engagés, ils viennent désherber, ils viennent faire du sarclage, de la plantation, du bâchage de serre. Les gens de la campagne, je pense que si on le demande, ils vont dire « hein ! déjà, on est abonnés, on vous paye », mais si on leur dit de venir arracher de l'herbe, ils vont pas vouloir parce qu'ils ont tous leur potager déjà, on va dire leur jardin.* ».

Josette, déjà rencontrée lors de l'analyse du marché, explique que selon elle contrairement à ce que l'on sait, l'AMAP n'est pas de la vente directe : « *l'AMAP c'est tout sauf de la vente directe, ici pas de relation marchande. Il n'y a pas d'argent qui circule. Tout est déjà organisé* ». Selon cette productrice, l'AMAP serait donc interprétée comme un système fondé sur des rapports de confiance et d'engagement interpersonnel.

Cette nouvelle définition fait écho aux attentes des producteurs de faire tomber les barrières entre producteurs et consommateurs. En d'autres termes, il s'agit de considérer la relation producteur-consommateur autrement comme un maillon de la dite « économie associante » – qui tisse des liens indéfectibles entre producteur, transformateur et consommateur - et de modifier le regard que porte chaque partie de la relation marchande l'une sur l'autre.

L'épicerie paysanne, une expérimentation solidaire

Maintenant, je traiterai de ma troisième et dernière partie, l'analyse des formes de circuit court alimentaire que je qualifie de degré 2 en terme d'organisation car elle nécessite un intermédiaire - l'épicerie paysanne de quartier.

Le parcours professionnel de Charlie, 39 ans, apparaît riche et mouvementé. Charlie, célibataire, castanéiculteur, marseillais et arrière-petit-fils d'horticulteur a d'abord suivi une

formation agricole puis effectué un séjour au Bénin. Ensuite, il s'est installé en Ardèche et s'est essayé à un ensemble d'expériences dans le monde de la militance et de l'agriculture alternative - séjours dans des associations de permaculture, visite de communauté autogérées, etc. Entre temps, après une interruption pour l'obtention d'un monitorat de voile en Bretagne, Charlie s'est lancé dans une activité d'arboriculture vivrière en Ardèche où il a fait l'acquisition de cinq hectares de châtaigniers en vue d'assurer son « éco-subsistance ». Il s'est adjoint les compétences d'administratrice, de trésorière et de secrétaire de Géraldine, intermittente du spectacle sur un bateau. Après avoir effectué un stage dans une structure locale d'accompagnement de projets issus de l'économie sociale et solidaire, *Intermed*, Charlie a décidé d'ouvrir une épicerie paysanne de quartier à Marseille près du marché paysan. Son épicerie a ouvert après deux années de préparation et de montage de dossiers administratifs et financiers. Il a soigneusement réfléchi à la forme juridique que devait prendre sa structure et a préféré au statut d'entrepreneur individuel « *des manières de faire collectives et partagées* ». Pour cela, même s'il avait la possibilité de débiter son activité *via* une SARL ou une coopérative, il a opté pour une forme associative. En effet, cette forme-là lui permettait d'obtenir dès le commencement une existence économique et de pouvoir investir dans des locaux, vendre et acheter des produits sans pour cela devoir payer des charges sociales. Il bénéficie actuellement du Revenu de Solidarité Active.

Lors de l'inauguration de l'épicerie, un mois après son ouverture, une centaine de personnes ont répondu présentes à l'appel de Charlie. Ce dernier fait une adresse collective. Il rappelle les fondements de l'initiative à savoir un constat de carence car selon lui, il n'existe aucun lieu à Marseille qui permette de diffuser à travers un cycle court des produits de l'agriculture locale et biologique. Arrivant d'une région voisine et d'un département rural, l'Ardèche, il a été confronté aux défis de l'alimentation en ville. Le lancement d'une épicerie agricole au cœur de Marseille correspond donc à une initiative dans le cadre de l'économie sociale et solidaire du développement d'une filière alimentaire de proximité. L'objectif de cette création d'entreprise s'inscrit dans un schéma alternatif de celui de la monoculture intensive à grande échelle dont Charlie dénonce les dérives sur plusieurs plans : ceux de l'environnement et de la santé (surconsommation d'eau, épuisement de la fertilité des sols, pollutions chimiques...), de l'économie (crises alimentaires dans les pays du Sud, accès coûteux à une alimentation de qualité pour les pays du Nord...), humain (ce système agricole intensif et le mode de distribution qui le caractérise contribuent à l'altération du lien social au cœur de nos territoires...). Initialement, Charlie souhaitait créer un point de vente collectif de producteurs. L'objectif de son projet était lié à un credo qu'il clame haut et fort « *reconsolider notre souveraineté alimentaire locale* ».

Cette épicerie est une initiative de deux personnes qui s'appuie sur une quête de sens et de valeurs associées au respect de la solidarité humaine et de la préservation de l'environnement ainsi que de la santé selon l'objet de l'association déclarée dans les statuts. Au delà de la militance, Charlie insiste sur l'importance de travailler en réseau et il se félicite de l'apparition de nouvelles épiceries paysannes de quartier si d'autres quartiers en expriment le besoin. Il souhaite promouvoir à travers son épicerie le développement de l'agriculture et de l'alimentation locale, la solidarité économique et la relation humaine de qualité entre les producteurs, les distributeurs et les consommateurs d'une même filière alimentaire, la sensibilisation et l'information de toutes et tous sur les aspects vitaux de notre alimentation collective.

Il propose ainsi tous les jours aux habitants du centre-ville des produits alimentaires de saison, provenant des fermes les plus proches - il achète donc directement chez le producteur et le revendeur. Par cette action, il veut renforcer la situation économique des producteurs locaux,

fragilisés, selon lui, par la mondialisation du marché agro-alimentaire, favoriser l'accès à une alimentation de qualité pour tous au travers d'une politique de marges et de prix responsables, faire se rencontrer producteurs et consommateurs au sein de l'épicerie ainsi que sur les fermes, développer un lieu d'information, d'échanges et de débats pour petits et grands autour de notre avenir alimentaire collectif... Il poursuit ce vaste programme par de multiples activités - interventions dans des émissions de radio, au sein de conférences, de projections de films, de débats publics, discussion avec les élus locaux sur les politiques agricoles... Cet inventaire un peu long du contenu de son programme témoigne directement des aspects militants et engagés de sa personnalité.

Le financement de l'association relève d'apport de fonds associatifs du Conseil Général des Bouches-du-Rhône, et sur une aide à l'équipement. Les membres de l'association sont très impliqués et ont puisé dans leurs ressources personnelles pour lancer le projet : *« on a apporté l'équivalent de 8 500 euros sur nos économies personnelles et ça a permis de pouvoir investir dans les travaux, payer les premiers mois de loyer, acheter le stock et commencer à démarrer. Quand on aura suffisamment de trésorerie, on pourra à ce moment-là envisager à se rembourser à taux zéro parce que ça ne peut pas donner lieu à une rémunération du capital, pas de profit à partir de ça »* explique Samir, un membre de l'association.

Quand on lui pose la question de la nature juridique de son projet, comme cela a été évoqué dans la présentation, Charlie répond : *« Ça permet de recevoir des subventions dans notre cas et c'est surtout que ça permet de pouvoir s'expérimenter en commun sans avoir signé un engagement ferme comme dans le cadre d'une société où c'est beaucoup plus contraignant. Et enfin le point qui me semble le plus important c'est que l'association permet d'avoir cette dimension collective, voire cette dimension d'adhésion d'un certain nombre de personnes qui peuvent devenir adhérents de l'association et qui quelque part soutiennent le projet militant que défend « Filière paysanne » puisque c'est le nom de l'association. La scop n'a pas de possibilité d'adhérents. L'association permet à plus de gens de s'impliquer dans le projet même si c'est simplement à travers une adhésion annuelle point barre. Ça veut dire qu'ils soutiennent le combat qui est le nôtre. »*

A travers sa réponse se dessinent ses représentations sur les autres formes d'initiative, la notion de liberté est également importante. Mais plus que tout, c'est l'idée de local qui prime : *« L'idée c'est que de plus en plus de consommateurs et de commerçants aient envie de mettre en avant la provenance locale des produits qu'ils consomment ou qu'ils distribuent pour les épiciers. Le cycle court, c'est soit du circuit direct - là tu peux pas faire plus court - et sinon il y a également dans le circuit court tout ce qui comporte qu'un seul intermédiaire. Et donc nous, on est plutôt dans ce cadre-là. On ne fait pas de vente directe mais on fait de la vente avec un intermédiaire sous forme associative - qui pourrait ne pas être une association, là c'est un choix interne - mais qui en tout cas représente un intermédiaire économique entre le producteur et le consommateur ».*

Au delà de ce programme, la réalité quotidienne est plus prosaïque. Charlie déclare s'approvisionner en cycle direct chez le producteur local, or *« Je vais deux fois par semaine au MIN des Arnavaux où il y a un carreau de producteurs locaux (il y a aussi un grossiste bio qui s'est installé depuis quelque mois mais qui ne travaille pas seulement sur du local) ».* Outre l'approvisionnement maraîcher, il se procure aussi des volailles du Sud-Ouest de la France au motif que : *« tu comprends, c'est du bio, la qualité est meilleure ».* Au delà des contradictions sur l'approvisionnement, la forme juridique de l'association comme un choix délibéré a en fait été sélectionnée par défaut. En effet, il s'agissait de la seule forme juridique lui permettant d'être exempté de charges sociales lors de la phase de lancement.

Ainsi, la différence entre le discours et le faire témoigne de la fragilité de certains engagements face à des impératifs économiques.

Arrivé au terme de ma communication, je voudrais avant de conclure brièvement synthétiser ces trois formes d'organisation.

Le parcours de Marcel fait appel à des dynamiques de mobilisation à la fois individuelle – amap et vente directe à la ferme - et collective - marché paysan dans un souci toujours plus réaffirmé de réduire la distance qui le sépare des consommateurs. La trajectoire de Charlie convoque quant à elle à la fois des dynamiques de mobilisation individuelle et collective. Individuelle car il s'agit peu ou prou d'une initiative et collective étant donné qu'il fait appel à un réseau de solidarité des membres de l'association. Le dénominateur commun à ces trois formes demeure le souci de préserver une qualité de relation entre producteur et consommateur ainsi qu'un intérêt accru pour la dimension locale à la fois de l'origine des produits et à la fois de leur vente. Si Marcel est relativement en concurrence avec ses collègues sur le marché, on pourrait toutefois qualifier cette concurrence de constructive dans le sens où elle les incite à toujours plus de créativité. Quant à Charlie, la concurrence qu'il semble appeler de ses vœux n'est toujours pas effective. On peut toutefois noter que la forme juridique choisie (association) lui permet d'éviter justement cette concurrence - scop, biocoop, nombreuses dans la cité phocéenne.

Conclusion

Les expérimentations de cycle court alimentaire telles qu'elles ont été perçues et analysées à travers ces trois terrains ethnographiques renvoient à des dynamiques de mobilisation individuelle et collective qui répondent à des degrés d'organisation professionnelle distincts. Outre le fait que les figures de ces deux entrepreneurs soient représentatives, le trait commun de telles expériences réside dans leurs formes d'entreprendre qui sont suscitées par un besoin économiquement renforcé par la crise actuelle et qui s'adosent également à des valeurs d'écocitoyenneté. Ces valeurs entrent en résonance avec les enjeux liés au système de distribution alimentaire actuel, à la dépendance accrue à la globalisation de l'économie, à l'éloignement entre les zones de production, de transformation et de consommation de produits alimentaires et favorisent l'essaimage d'un ensemble d'initiatives de vente directe. Il s'agit notamment d'incitations à faire agir le public face aux enjeux environnementaux en s'appuyant sur des indicateurs comme ceux de « *food miles* » - une notion qui désigne la distance parcourue par un aliment du producteur au consommateur (Godin, 2008)- ou d'analyse du cycle de vie (ACV), un indicateur approprié pour tester la valeur écoresponsable d'un produit.

D'autres analyses auraient pu être menées afin de déterminer les formes d'attractivité et d'inventivité que ces expérimentations suscitent. Par exemple, des expérimentations similaires à celle de l'épicerie paysanne de quartier pourraient répondre à un engagement dans une structure juridique partagée et coopérative, ce qui équivaldrait à un investissement financier et une prise de risque communs et, en deuxième lecture, à une structuration spécifique des relations humaines comme cela apparaît de manière caractéristique dans les scop.

D'autre part, ces quelques exemples d'économie plurielle de cycle court pourront donner lieu à une analyse particulière mettant en relief les interactions entre les caractéristiques de leur structure -souplesse, partage, solidarité - et les formes d'engagement militant et de citoyenneté qu'elles peuvent encourager. De multiples déclinaisons de structures solidaires existent en Provence et d'autres dispositifs pourront fournir un terrain d'investigation comme

ceux de coopératives d'achat solidaires, de points de vente collectifs pour les producteurs, de jardins solidaires, etc.

Bibliographie

- Amine C., Perrot N. (2008), *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs*, Yves Michel, Paris, 2008.
- Appadurai A., *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Payot, Paris, 2001.
- Dubuisson-Quellier Sophie, *La consommation engagée*, Contester, Sciences-Po, les Presses, 2009.
- Dufour, C. Hérault, E. Lanciano « L'herbe est-elle plus verte dans le panier ? » Satisfaction au travail et intégration professionnelle des maraîchers qui commercialisent sous forme de paniers. », La satisfaction au travail, PSDR LIPROCO. Communication présentée lors du colloque national de synthèse du Réseau Rural Français : *Circuits courts alimentaires, Etat des lieux de la Recherche et mise en réseau des acteurs de la recherche et du développement*, Paris-AgroParis Tech, le 6 mai 2010.
- C. Ghasarian, *Tensions et résistances, Une ethnographie des chantiers en France*, Edition Octares, coll. Applications de l'Anthropologie, Paris, 2001.
- Godin P. (2008), « Réduction du « food miles » : approvisionnement local et agriculture urbaine », *FrancVert Le Webzine environnemental*, Vol 5 N° 3, consulté en ligne, le 14 juillet 2010.