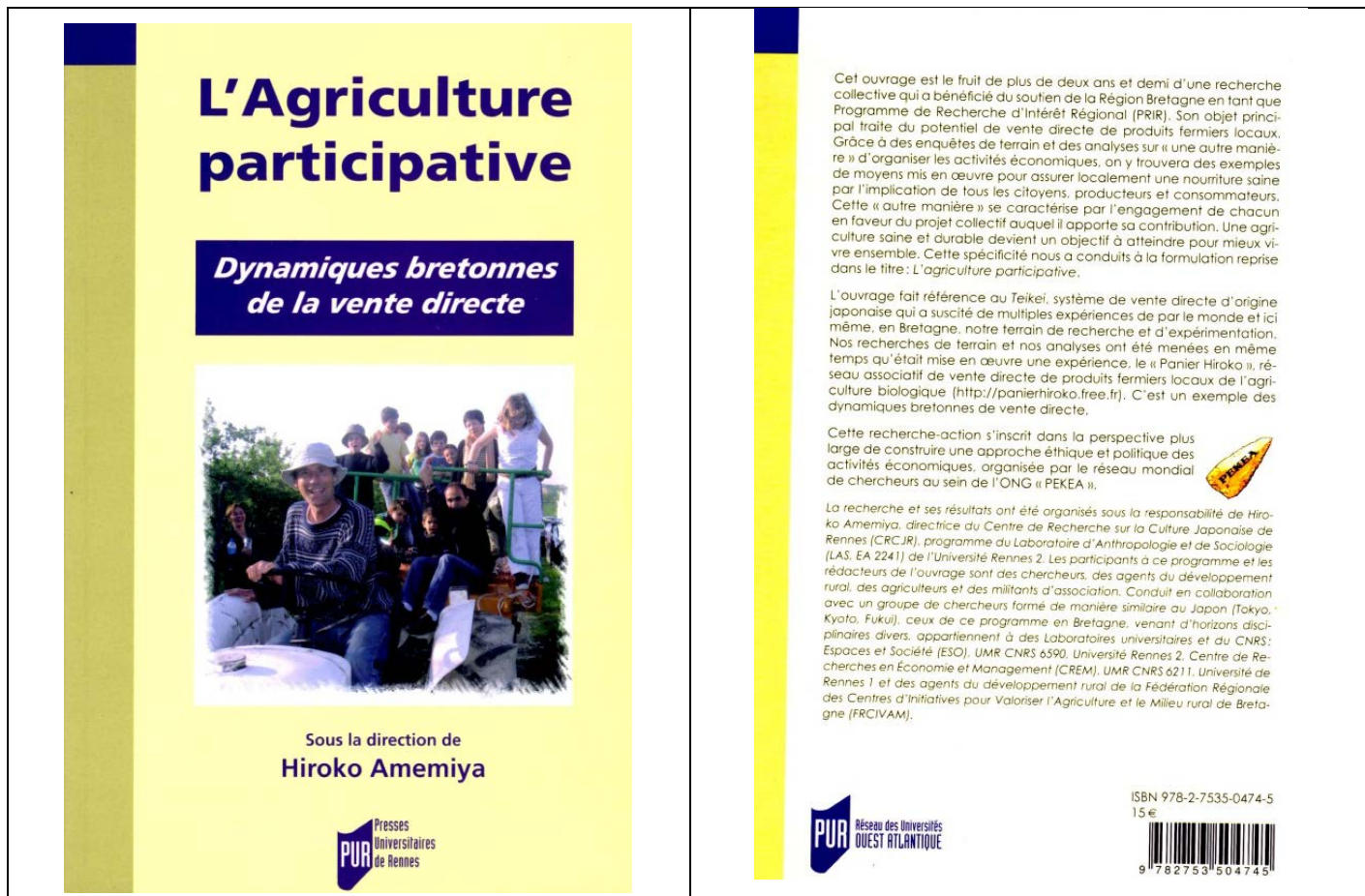


## L'agriculture participative



Nature	Présentation brochée
Titre	L'agriculture participative
Auteurs	Hiroko Amemiya, Collectif
Date de publication	2007
Nombre de pages	210
Pays	FR
Editeur	PU Rennes
Lien internet	<a href="http://www.pur-editions.fr/">http://www.pur-editions.fr/</a>
Lieu de consultation ou mode d'accès	En librairies, bibliothèque

## Note argumentaire de la contribution

Cet ouvrage a été choisi car il relate une recherche-action collective en Bretagne dans les années 2000. Territoire où se développe depuis quelques années un système de vente directe de produits fermiers locaux par le biais de réseaux associatifs. Ces expériences ouvrent des voies de réflexions sur les moyens à mettre en œuvre pour assurer à chacun une nourriture saine, en impliquant les citoyens, producteurs et consommateurs.

Elle prend en compte l'approche éthique et politique pour une agriculture durable pour un mieux vivre ensemble, ce que l'on pourrait définir comme agriculture participative.

La priorité dont rend compte cet ouvrage est la qualité de la relation avec la Nature et avec les personnes, la qualité de la nourriture source de vie et de santé, terrain de convivialité et d'éducation, source de la dynamique de l'activité des personnes vivant sur un même territoire. Les auteurs amènent la lecture et l'analyse d'expériences concrètes qui organisent autrement les activités économiques tout en soulignant les points forts et les points faibles et en ouvrant des perspectives pour aller plus loin.

Le récit démarre avec l'histoire des pratiques communautaires dans l'agriculture bretonne pour continuer avec la période récente et l'agriculture participative illustrée par quelques histoires personnelles. Enfin une réflexion sur notre rapport à la nature et notre consommation de produits agricoles pour finir sur les leçons à tirer qui permettent aussi de guider les politiques.

## Abécédaire

AGRICULTURE DURABLE - AGRICULTURE PARTICIPATIVE - AGRICULTURE SAINNE - **BRETAGNE** - CONFIANCE - **DE 1970 A 2007** - DEMANDE SOCIALE - ESPACE PERI URBAIN - EXPERIMENTATION - **FRANCE** - MIEUX VIVRE ENSEMBLE - PEKEA - PRATIQUES COMMUNAUTAIRES DE L'AGRICULTURE - PRIR - RECHERCHE - ACTION - **RENNES** - RESEAU MONDIAL DE CHERCHEURS - TEIKEI - VENTES DIRECTES - VOISINS DE PANIER

## Sommaire

### SOMMAIRE

Liste des Auteurs.....	9
Avant-propos .....	11
Présentation .....	13
<i>Chapitre 1: Hiroko AMEMIYA</i>	
<b>Le Teikei: la référence japonaise de la vente directe de produits fermiers locaux.....</b>	<b>21</b>
<i>Chapitre 2: Tristan ARBOUSSE-BASTIDE</i>	
<b>La petite histoire des pratiques communautaires de l'agriculture en Bretagne.....</b>	<b>49</b>
<i>Chapitre 3: Guy DURAND</i>	
<b>La vente directe en Bretagne: phénomène marginal ou nouvelle manière d'exercer le métier d'agriculteur .....</b>	<b>65</b>
<i>Chapitre 4: Gilles MARÉCHAL</i>	
<b>La vente directe et l'organisation de l'espace périurbain.....</b>	<b>79</b>
<i>Chapitre 5: Yvon LE CARO et Ronan DANIEL</i>	
<b>Les motivations des agriculteurs d'après une enquête auprès de vendeurs directs en Bretagne.....</b>	<b>95</b>
<i>Chapitre 6: Yves LE MER</i>	
<b>Les pratiques de trois « agriculteurs » vendeurs directs de leurs produits.....</b>	<b>125</b>
<i>Chapitre 7: Danièle BÉNÉZECH</i>	
<b>Les ressorts de l'échange des produits alimentaires différenciés: de l'information à la confiance.....</b>	<b>137</b>
<i>Chapitre 8: Matthieu ANSALONI et Marc HUMBERT</i>	
<b>L'approche de la demande sociale d'après une enquête auprès des visiteurs du salon Ile et Bio en 2004 .....</b>	<b>151</b>
 <i>Chapitre 9: Odile CASTEL</i>	
<b>La vente directe à la restauration scolaire en France et au Japon: des objectifs proches dans des systèmes très différents.....</b>	<b>165</b>
<i>Chapitre 10 : Blaise BERGER</i>	
<b>Les « Voisins de Panier » : une expérimentation de système de vente directe en cours dans les Côtes d'Armor.....</b>	<b>181</b>
<i>Chapitre 11: Michel RENAULT</i>	
<b>L'appréhension communicationnelle des relations sociales d'échanges le cas de la vente directe de produits agricoles.....</b>	<b>193</b>



**LA DIFFICILE QUANTIFICATION DE LA VENTE DIRECTE**

Une étude conduite par des étudiants de l'IAE des pays de l'Adour (2005, voir le site web en bibliographie) note que la notion de vente directe semble connue de tous et simple à comprendre. Pourtant, lorsque l'on commence à en préciser les contours, on se rend compte que cette vente directe prend plusieurs formes.

Deux groupes peuvent alors être distingués suivant que celle-ci s'effectue à la ferme (mais alors il faut encore distinguer si elle a lieu dans un local spécialisé, en libre-service, voire en libre récolte) ou en dehors de la ferme. Dans ce dernier cas, on devra alors différencier la vente sur les marchés, en bordure de route, lors de tournées, en magasin de produits fermiers, au panier, en comité d'entreprise, par correspondance, par internet et enfin lors de réunions.

Pour chacune de ses formes, l'étude tente une analyse des avantages et des inconvénients du point de vue des producteurs et des consommateurs.

Lorsqu'on aborde la réglementation, la question se complique encore plus puisqu'on ne dénombre pas moins de 32 textes et règlements abordant la vente directe touchant des thèmes variés : la concurrence, la fiscalité, la qualité, le statut des vendeurs-producteurs, le mode de vente, etc.

La difficulté à cerner les contours de la vente directe est pourtant complètement éludée lorsqu'on examine la question par le filtre de la mesure statistique. Le questionnaire pourtant très complet utilisé par le Service Central des Enquêtes et Études Statistiques pour le recensement agricole en 2000 y consacre à peine une page sur les 16 sous la rubrique « activités diverses ». Et encore une analyse minutieuse limite l'information à deux questions : 1) vente directe de produits agricoles de l'exploitation, transformés ou non, directement au consommateur et 2) transformation de produits de la ferme pour la vente. Les réponses attendues ne pouvant être que oui ou non. On y ajoutera cependant une question sur les signes de qualité des produits de l'exploitation par grands types de produits mais sans que soient précisés les modes de commercialisation. Bien sûr, ces informations sommaires pourront être croisées avec les autres données structurelles et géographiques de l'exploitation pour permettre une première interprétation.

Néanmoins, une comparaison entre les recensements de 1988 et 2000 va nous apporter des éléments intéressants de réflexion à l'origine de notre hypothèse sur le changement de nature de la vente directe dans la période récente.

Ces données ont fait l'objet de traitements spécifiques et d'analyses publiées par la revue du SCEES, *Agreste*, avec différentes entrées : diversification des activités des exploitations (Capt et Dussol, 2004), l'analyse des circuits courts (Fiche, 1999), les installations sans DJA (Dotation Jeune Agriculteur) (Boinon et Dussol, 2005 ; Blanc, 2005).

Tableau 3 - 1 : Importance de la vente directe :  
évolution 1988-2000

Exploitations ayant une activité de	1988		2000	
	Nombre	%	Nombre	%
Production agricole exclusive	595 705	58,6 %	513 457	77,4 %
Diversification	421 050	41,4 %	150 350	22,6 %
<b>Vente directe et/ou transformation</b>	<b>400 962</b>	<b>39,4 %</b>	<b>120 294</b>	<b>18,1 %</b>
Vente directe sans transformation	275 469	27,1 %	58 910	8,9 %
Vente directe et transformation			43 078	6,5 %
Transformation sans vente directe	125 493	12,3 %	18 306	2,8 %

Source : (Capt et Dussol, 2004)

Les activités de diversification touchent une proportion importante des exploitations (41,4 % en 1988), même si cette proportion s'effondre en 2000 et le nombre d'exploitations affirmant se livrer à des activités de diversification est divisé par près de trois.

La vente directe apparaît comme la principale voie de diversification des exploitations mais celle-ci subit une forte régression. La régression est encore plus marquée pour la transformation sans vente directe qui passe de 125 493 en 1988 à seulement 18 306 en 2000.

Voilà qui relativise les impressions que nous avons évoquées dans notre introduction sur le renouveau de la vente directe.

Comment expliquer cette contradiction entre les statistiques publiées et la réalité perçue ?

On peut raisonnablement faire l'hypothèse que dans la plupart des cas, la proportion de vente directe dans le chiffre d'affaires reste négligeable, la réponse oui/non ne permettant pas de différencier les exploitations ayant fait le choix d'une orientation vers la vente directe des autres qui le pratiquent occasionnellement. Peut-on supposer, comme le suggèrent D. Capt et A.M. Dussol que les exploitations déclarant faire de la vente directe en 1988 le faisaient pour une large proportion de façon marginale et que celles qui affirment encore le faire en 2000 sont plus spécialisées et ont pu même accroître leur activité ? Les auteurs signalent que des enquêtes locales confirmeraient cette supposition.



**"Coopér'actif - habiter ensemble, autrement demain"  
Projet Erasmus+ 2018-1-FR01-KA201-048236**

*"Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne.  
Cette publication (communication) n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable  
de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues."*