

4.5 Chaînes du Limousin rural:

Panier Paysan, marchés, vente à la ferme, supermarché, magasin

Les chaînes étudiées concernant la distribution en milieu rural l'ont été pour deux produits: la tomate bio de saison et la tomate 'standard' vendue toute l'année. La tomate bio est produite dans le Limousin et la tomate standard en Aquitaine. Le lieu de vente est une bourgade du Limousin (environ 4000 habitants) pour toutes les chaînes. Du fait de la relative proximité entre régions de production et région de consommation, les trajets routiers ne sont pas très importants.

Les chaînes de la tomate bio observées partent du producteur enquêté, qui commercialise ses produits de trois façons différentes:

- Panier Paysan: un nouveau concept de distribution directe décentralisée,
- marchés de producteur,
- vente à la ferme.

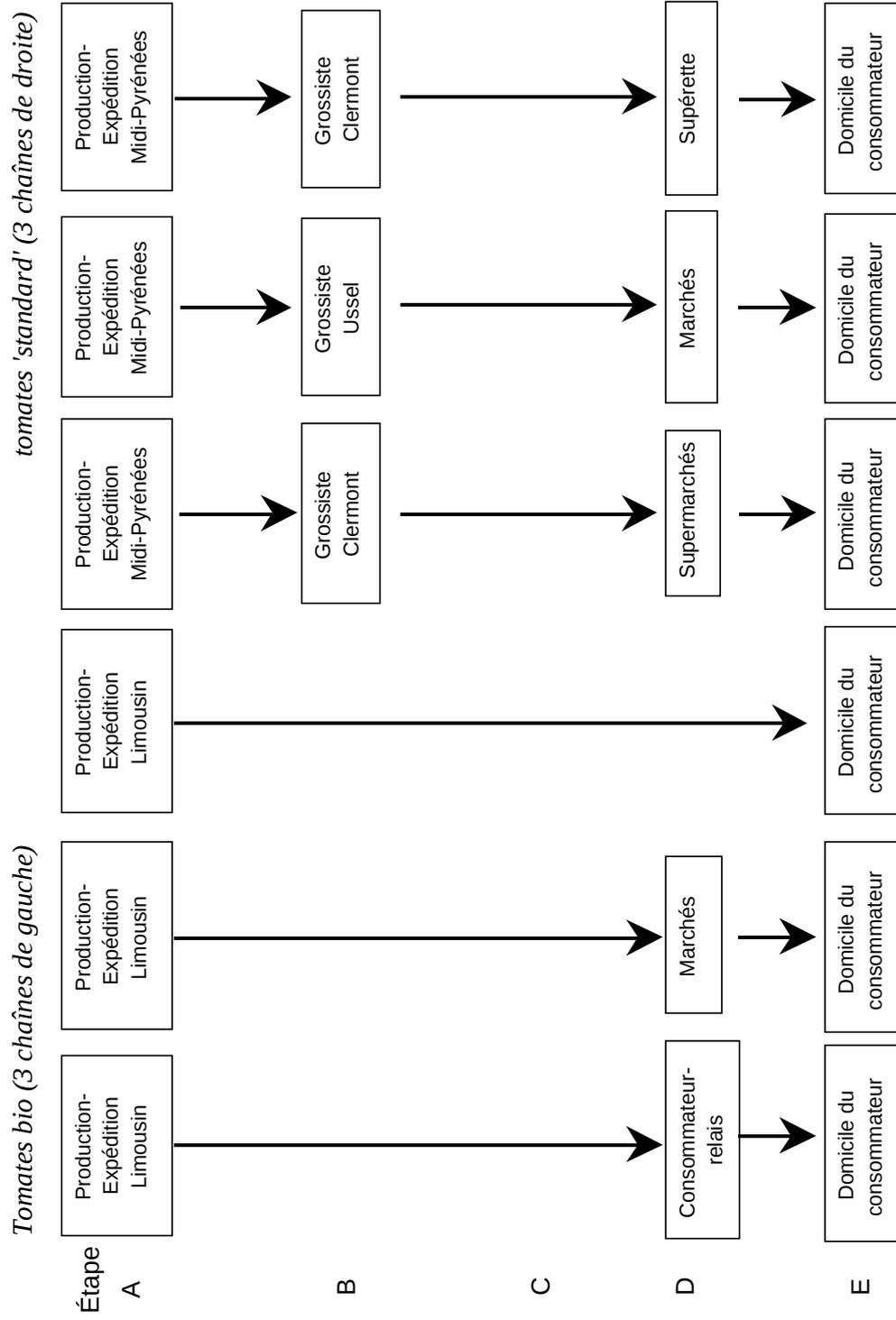
Les chaînes de la tomate 'standard' observées partent d'un gros producteur en Aquitaine, et arrivent chez trois commerçants de la même bourgade:

- supermarché: livraison passant par la plate-forme régionale, livrée en semi-remorque,
- marché de plein air: livraison passant par le MIN de Clermont-Ferrand puis la plate-forme du grossiste en Limousin, puis le petit entrepôt du commerçant vendeur sur marché,
- magasin généraliste (supérette): livraison passant par la plate-forme régionale.

Deux particularités de ces chaînes méritent mention: Le Panier Paysan est un mode de distribution innovant dont le principe est d'assurer une distribution décentralisée la plus directe possible entre producteurs et consommateurs. Il existe plusieurs cadres juridiques, de l'entreprise à l'association, pour gérer la structure commerciale. Dans le cas étudié, en France, dans une zone rurale à faible densité, les clients sont livrés au domicile d'un consommateur relais toutes les deux semaines, le vendredi. Lors de la livraison des produits, tous les producteurs se rassemblent en un point central. Les produits sont échangés, puis chaque producteur livre les paniers d'un ou plusieurs secteur(s) en fonction de son lieu d'origine. Contrairement à d'autres structures (AMAP), il n'y a pas d'obligation d'achat ni de frais supplémentaires pour les clients pour les livraisons, les transports étant réalisés par les producteurs. Le transport type du producteur part du site de production vers le point relais central, où les paniers commandés sont constitués pour la vente. Vient ensuite le second trajet avec les paniers vers deux ou plusieurs consommateurs relais. Ensuite, le retour vers le site de production s'effectue à vide.

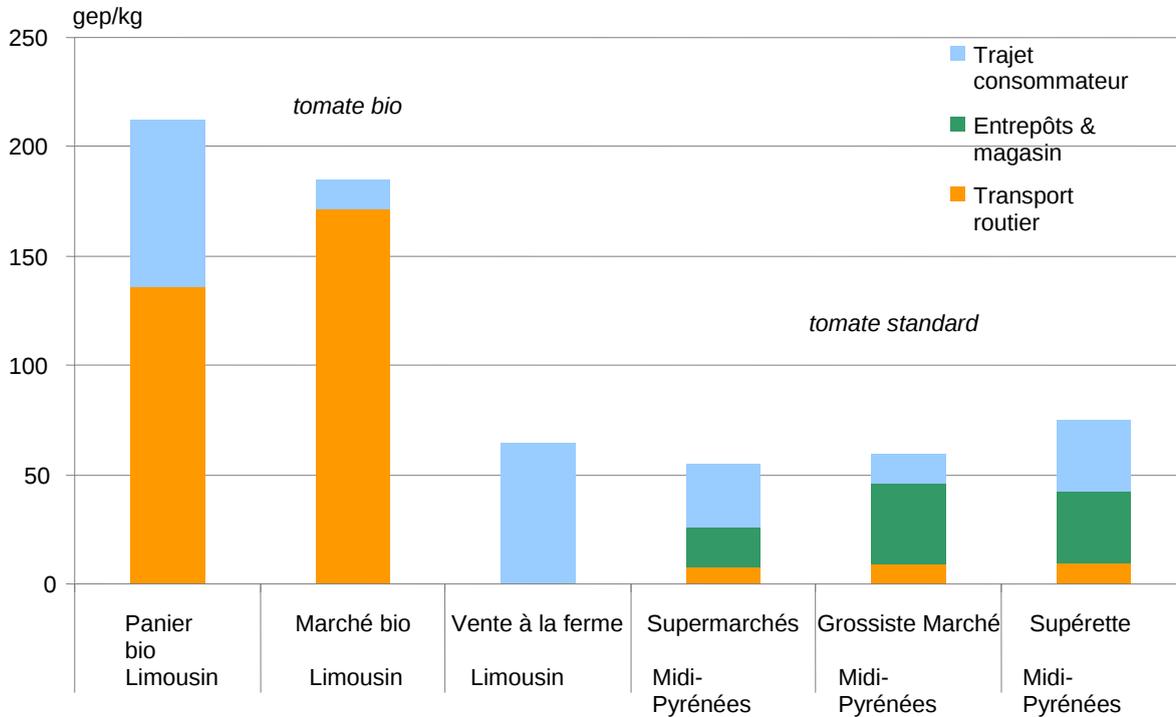
Le magasin généraliste (supérette) enquêté en Limousin est de type standard. Selon le gérant, l'électricité n'est utilisée que pour les réfrigérateurs, et il n'y a pas de frais de chauffage, grâce à la chaleur de ces installations réfrigérantes. Malgré le fait qu'il est certain que les fruits et légumes frais de ce magasin n'utilisent donc aucune énergie directe, il a néanmoins été retenu qu'il est nécessaire de disposer du magasin. Nous avons donc retenu sa consommation. Tous les résultats des chaînes du Limousin font l'objet d'une description et d'une analyse détaillée au chapitre 5.

Figure 15 : Description des chaînes du Limousin rural pour la commercialisation des tomates (bio et 'standard')



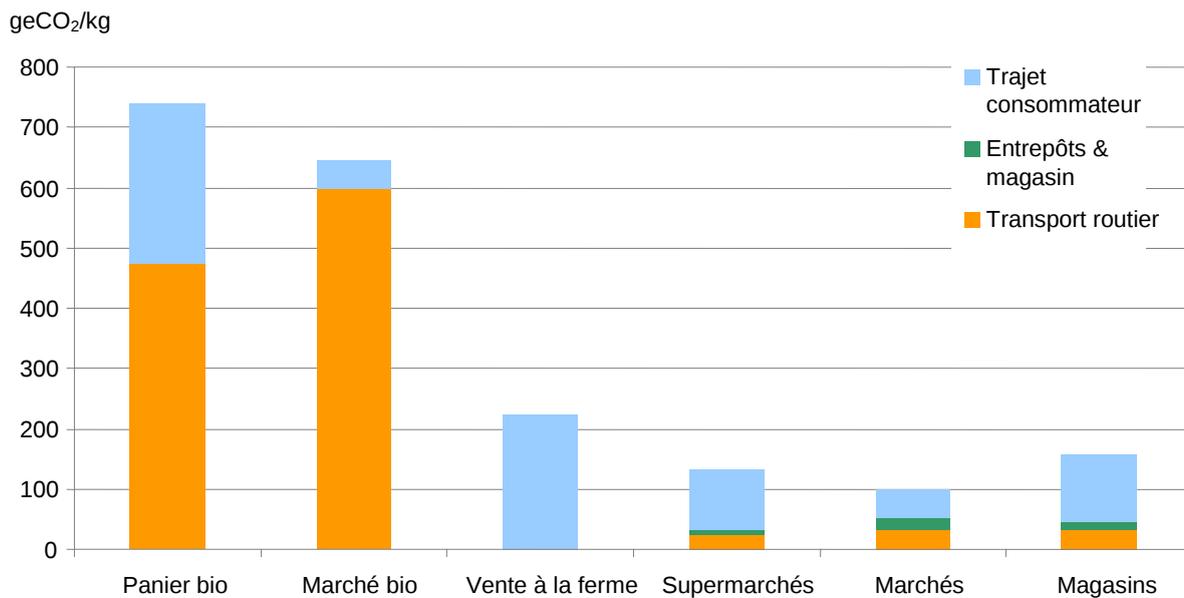
Source : D'après les résultats de l'enquête 2007-2008

Figure 16: Énergie des chaînes de la tomate distribuée en Limousin rural : Panier Paysan, marché bio, vente à la ferme, supermarché, marché par grossiste, magasin



Source : D'après les résultats de l'enquête 2007-2008

Figure 17: Émissions de GES des chaînes de la tomate distribuée en Limousin: Panier paysan, marché bio, vente à la ferme, supermarchés, marché par grossiste, magasin



Source : D'après les résultats de l'enquête 2007-2008

De nombreux produits offerts au 'Panier' sont en vente toute l'année. La tomate est produite de mi-juillet à fin octobre. Pour la production, la quasi-totalité des fruits et légumes frais et des produits offerts sont issus de l'agriculture biologique et sont produits par des petits producteurs. La palette de produits comprend : F&L frais, produits laitiers, viandes, épicerie, produits du commerce équitable. La chaîne s'est mise en place chez les producteurs comme complément des circuits de distribution traditionnels (marchés de primeurs, vente à la ferme), depuis 2004.

Chez le producteur enquêté, les ventes du 'Panier' représentaient, en 2006, 22% du chiffre d'affaire, avec une croissance forte les trois premières années. Environ 1300 paniers ont été vendus en 2006, avec une stagnation en 2007. Il y a eu d'une part de mauvaises conditions météorologiques en été, mais aussi trop de demandes et pas assez de produits proposés pour satisfaire l'attente des consommateurs. Pour l'interlocuteur, le problème de croissance du panier est le manque de terrains agricoles et de surfaces disponibles pour l'agriculture biologique en Limousin.

D'après l'interview avec le producteur et l'organisateur du 'Panier', autant que possible, le trajet vers le point relais central s'effectue en lien avec d'autres activités. Ceci est une caractéristique des trajets en zone rurale. Pour le calcul des données sur la dépense énergétique, l'hypothèse la plus haute a été retenue, soit le cas du trajet exclusivement destiné au transport de produits du 'Panier'.

Le bilan énergétique pour la production de tomate bio

Pour la tomate du producteur enquêté, la production consiste en 630 kg/an de tomates fraîches, 75 kg de jus, produit de la transformation, ainsi que la vente des plants de tomates (400 pieds). Cette quantité produite nécessite différentes sources de consommation d'énergie. Pour l'utilisation de véhicules pour la production, les transports vers les marchés et pour le 'Panier', la consommation annuelle des véhicules de l'entreprise est de 4000 l. Les calculs de l'efficacité énergétique de la production ont été effectués à partir de ces données. Pour une production totale d'environ 6 tonnes, cela correspond à 577 gep/kg, avec le transport du 'Panier' en hypothèse haute inclus.

Nous présentons tout d'abord la synthèse générale comparant les choix des consommateurs d'acheter leurs produits dans trois chaînes différentes du Limousin : Panier paysan, marché de plein air et supermarché (figure 15, 3 chaînes de gauche). Ici, nous excluons les chiffres de la production agricole et ne sont considérés que les aspects transport, depuis les cultures de production jusqu'au domicile du consommateur. Les différences ne sont pas faibles.

Transports de commercialisation

Dans une petite entreprise agricole comme celle d'un maraîcher, les transports sont difficilement différenciables selon leur propos. Les trajets réservés à la vente, dans notre cas, sont de deux types :

- le trajet aller-retour pour desservir les marchés,
- les trajets du 'Panier Paysan'.

Pour les transports du producteur, la distance moyenne avec paniers est de 52 km, le trajet à vide est de 15 km ; donc le trajet total est de 67 km. Pour se déplacer, le maraîcher doit principalement

assurer des trajets pour les travaux de production, mais, comparativement, il réalise pour ceux-ci moins de kilomètres et donc génère moins de consommation de carburant que, par exemple, pour ses trajets domicile-école.

Le trajet du producteur au consommateur relais est un poste de consommation important. Les causes sont la faible densité, les distances importantes, le relief et les infrastructures routières rurales, enfin les faibles quantités transportées.

Trajets du consommateur : Comparaison des trajets pour le panier paysan, les marchés et les supermarchés

Les trajets des consommateurs du Panier Paysan ont été analysés dans une enquête du CIVAM du Limousin pour le compte de l'ADEME. Les réponses de 50 ménages, tous clients, ont été analysées (FRCIVAM 2005).

Les consommateurs qui adhèrent au Panier Paysan ont pour autre mode d'approvisionnement: le supermarché à 98 %, le marché à 83 %, l'épicerie locale à 75 %. Parmi les personnes enquêtées, 42 % s'approvisionnent occasionnellement en magasins de produits biologiques, par l'intermédiaire de marchands ambulants ou grâce à leur propre potager.

Les consommateurs du Panier Paysan vont en moyenne 3 fois par mois au supermarché et 2,4 fois par mois au marché. Cet approvisionnement nécessite en moyenne de parcourir 75 km motorisés par mois et par consommateur. Plus de 41 % des consommateurs réalisent moins de 50 km par mois pour faire leurs courses alimentaires, 19 % réalisent entre 50 et 100 km, 17 % font 100 à 150 km et 15 % réalisent plus de 150 km par mois.

La modification du mode de consommation depuis l'adhésion au Panier Paysan

L'adhésion au Panier Paysan a modifié le rythme d'approvisionnement par les circuits classiques pour 51 % des consommateurs. En effet, en règle générale, depuis qu'ils participent au Panier Paysan, les consommateurs font un ou plusieurs déplacements en moins vers le supermarché ou le marché.

Toutefois, certains d'entre eux effectuent leurs achats à pied ou à vélo. Pour d'autres le détour exigé pour aller chercher le Panier chez le relais compense la diminution des transports vers les grandes surfaces. Enfin, certains groupent systématiquement leurs déplacements «courses» avec un autre déplacement (travail, école des enfants...) et ne font donc aucun déplacement propre aux courses.

Ainsi, seulement 29 % des consommateurs estiment réaliser globalement moins de kilomètres pour faire leurs courses depuis qu'ils adhèrent au Panier Paysan et 12,5 % d'entre eux estiment en faire plus.

Malgré tout, la majorité des consommateurs estimant que le fait de commander un Panier Paysan n'a pas modifié leur rythme de déplacement vers les autres modes d'approvisionnement, expriment le fait qu'ils achètent moins de produits, et notamment plus du tout de produits frais au supermarché. Toutefois, ils n'ont pas modifié leur fréquence d'approvisionnement.

Les distances et la consommation d'énergie du consommateur

L'enquête du CIVAM fait apparaître que plus de la moitié des consommateurs enquêtés (52,1%) ne font pas de détour motorisé pour aller chercher leur Panier chez leur relais. Parmi ceux qui font un détour, 61 % font moins de 10 km pour aller chercher leur Panier Paysan. En tout, 407 km sont effectués par les consommateurs enquêtés pour aller chercher leur Panier chez leur relais, soit 8,85 km/consommateur en moyenne. Sachant que les distances moyennes des trajets pour achat de cette région sont élevées, ce résultat est surprenant.

Il faut mettre en relation le faible poids moyen de 7 kg environ par panier pour l'année 2006, et le fait que les approvisionnements sur les circuits de distribution traditionnels (marchés de plein air et supermarchés) continuent en parallèle. Donc le résultat énergétique pourrait gagner en efficacité, à condition que la demande de produits par panier augmente. L'étude du CIVAM (2005) a montré que le trajet consommateur pour le panier paysan comprend 9 km de trajet supplémentaire tous les 15 jours et s'effectue dans le cadre d'un autre trajet (surtout domicile-travail ou domicile-école). Malgré l'absence du trajet à vide, les 9 km de trajet en voiture pour 7 kg de marchandises demande une quantité d'énergie assez élevée. L'augmentation du poids de l'achat apparaît comme un potentiel pour augmenter l'efficacité énergétique du trajet consommateur.

Comparaison avec les trajets des consommateurs pour s'approvisionner sur les marchés

Pour comparer cette chaîne, nous avons effectué une enquête auprès du marché de cette localité. La distance moyenne est de 5 km aller en voiture particulière, pour un trajet domicile-marché et retour. Le poids moyen de tous les achats sur le marché est environ 10 kg, un peu plus que le poids moyen des paniers. Dû au fait que les acheteurs viennent pour moitié de la localité et pour moitié des environs peu éloignés, la distance est relativement faible, ce qui explique une efficacité énergétique légèrement supérieure du trajet consommateur du panier.

Comparaison avec la chaîne du supermarché en Limousin

Nous avons enquêté dans un petit supermarché afin de comparer les choix des consommateurs. Comme auparavant, nous avons exclu le bilan énergétique de la production agricole. La chaîne n'a ici que deux parties : le trajet production-supermarché et le trajet consommateur.

Les pommes en vente dans le supermarché proviennent de la principale région de production de pommes, le Sud-ouest. La plateforme régionale est à Tulle et la réfrigération ne concerne pas la pomme, car le transit y est court. Donc l'énergie consommée sur la plateforme n'est pas incluse ici. La distance totale est de 250 km aller, avec retour à vide. Le poids de la charge est de 20 tonnes en moyenne. Le résultat énergétique est très efficace : 7 grammes équivalent pétrole par kg de pommes.

Le poids moyen de l'achat en supermarché est de 20 kg ; la distance du trajet domicile-supermarché (aller simple) est de 15 km. D'après ces résultats (environ 100 gep/kg), l'efficacité du trajet consommateur pour un supermarché en zone à faible densité est moindre que celle de la visite du marché et moindre que celle du Panier.

Comparaison avec les trajets des consommateurs pour s'approvisionner directement à la ferme

Nos recherches ont donnés les résultats suivants : 10% des ventes totales sont réalisées à la ferme, principalement à des clients locaux, et aussi à des touristes de passage. Les quantités achetées par achat (10 kg) sont assez faibles, comparées à un producteur de pomme du Limousin qui propose la cueillette à la ferme. Ce dernier nous a présenté un poids moyen par cueillette et visite de 80 kg. Pour ce cas du producteur bio, l'achat à la ferme s'effectue typiquement sur un trajet domicile-ferme d'une distance aller de 8 km. Pour le calcul, il est considéré que le trajet aller est sans charge et le retour chargé.

Choix logistiques potentiels

Les circuits courts observés sont pénalisés par les très faibles quantités vendues qui induisent des émissions importantes rapportées au kg de produit vendu. Il faut noter que les trajets peuvent être réalisés en groupant différents motifs (achats ou autres livraisons, visites, etc.) mais que ceci n'a pas toujours pu être pris en compte. Ces résultats montrant une faible efficacité, reposent donc sur une hypothèse haute pour la consommation d'énergie par kg de produit. Si l'on considère une hypothèse basse, comme un déplacement qui se fait en partie pour ramener les enfants de l'école, la distance et l'efficacité énergétique peuvent s'en trouver considérablement améliorées. Ces résultats n'ont donc pas valeur définitive, notamment les circuits courts (paniers paysans, marché bio, ..) qui sont récents et en cours d'organisation. Il s'agit bien plutôt d'illustrer des cas et de souligner les problèmes rencontrés. Il est important, pour ces circuits, de bien comprendre les conditions qui pourraient les conduire à une efficacité énergétique égale ou supérieure à celle des circuits classiques de la grande distribution. Ces circuits courts (dont les distances parcourues sont très faibles) auraient besoin de volumes vendus bien inférieurs à ceux de la grande distribution pour que l'efficacité carbone de leurs chaînes logistiques soit comparable.

Les gains potentiels portent donc d'abord sur les quantités vendues, sans augmentation notable de la fréquence d'achat ni de la distance des trajets, ou, ce qui revient au même compte tenu du mode de calcul, sur le regroupement des motifs pour un même déplacement. En Limousin, les quantités d'énergie et de GES calculées pour les chaînes des supermarchés et magasins ne sont pas très supérieures à celles de l'Île de France, malgré des quantités plus faibles ; en revanche, les trajets consommateurs sont très défavorables au Limousin. Pour les trajets de commercialisation de tomates 'standard', il est à noter que la vente sur marché est très favorable au niveau du CO₂, grâce à de faibles valeurs pour les trajets consommateurs, une logistique efficace et de grandes quantités vendues. Dans le cas analysé de la tomate bio, le principal obstacle à une augmentation forte des quantités commercialisées est la difficulté à produire davantage.