



Funded by
the European Union



LE LIVRE BLANC

— “ —

Le livre blanc On-Farm
sur les circuits courts
d'approvisionnement alimentaire
au sein de l'Union européenne

— ” —

ON-FARM : Agriculture, production agroalimentaire et transformation agroalimentaire à
valeur ajoutée pour les petites et moyennes exploitations locales

Table des matières

Les circuits courts d'approvisionnement alimentaire constituent-ils une opportunité pour les petites exploitations familiales ?	3
---	---

Circuits courts d'approvisionnement alimentaire au sein de l'Union européenne	5
---	---

Soutien aux circuits courts d'approvisionnement alimentaire au sein de l'Union européenne	7
---	---

Considérations relatives à la mise en place de circuits courts d'approvisionnement alimentaire	10
--	----

L'interview d'experts	15
-----------------------	----

Conclusion	17
------------	----



Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.



Les circuits courts d’approvisionnement alimentaire constituent-ils une opportunité pour les petites exploitations familiales ?

Actuellement, les grands circuits d’approvisionnement alimentaire dominent la majorité des ventes de produits agroalimentaires. Cependant, les systèmes alternatifs de production et de distribution du secteur se tournent vers les produits alimentaires produits et vendus au niveau local. Ces systèmes ont suscité une attention toute particulière au cours des deux dernières décennies. Ils sont appelés « les circuits courts d’approvisionnement alimentaire » (*SFSC : Short Food Supply Chains*). Les SFSC ne présentent pas une définition unique. Les circuits courts d’approvisionnement se caractérisent par le nombre d’acteurs impliqués dans la chaîne agroalimentaire plutôt que par la distance parcourue par les denrées alimentaires. La Commission européenne propose la définition suivante : « circuit d’approvisionnement impliquant un nombre limité d’intervenants économiques, engagés à collaborer, à développer l’économie locale et à créer des relations géographiques et sociales étroites entre producteurs, transformateurs et consommateurs ». Le système le plus ancien est représenté par les marchés locaux ou de proximité mais d’autres moyens sont également mis en œuvre tels que les magasins de vente directe, la vente à la ferme, les coopératives de consommateurs, les livraisons à domicile, la vente en ligne. Les plateformes ou sites internet constituent aujourd’hui la principale démarche des secteurs agricole et agroalimentaire de nature principalement locale, proposant des produits artisanaux, pour présenter leur offre aux consommateurs.

Les défis de ces nouveaux systèmes se traduisent par une concurrence sans précédent sur le marché, des coûts élevés de distribution et de logistique, des expéditions de petite taille, etc. Par conséquent, les SFSC exigent des solutions adéquates dans la distribution de produits alimentaires, qui soient adaptées aux tendances actuelles en matière de logistique et de durabilité, tout en tenant compte des aspects liés à la nouvelle ère numérique. De plus, les petites et moyennes exploitations dépendent de la création de valeur sur leur site et ne peuvent bénéficier des économies d’échelle, contrairement aux grandes exploitations.

Les circuits courts répondent au besoin des consommateurs désireux de retrouver un certain rapport avec les denrées alimentaires. Les aliments provenant de ces systèmes alternatifs sont considérés comme plus frais, plus sains et plus durables. Par ailleurs, ces croyances collectives doivent être prises avec prudence car il existe un débat académique destiné à déterminer le modèle qui serait le plus durable. La durabilité est particulière au contexte et les circuits courts d’approvisionnement pourraient, dans certains cas, devenir le système le plus durable.

Visée, objectif et structure du livre blanc

Le livre blanc est à la fois un rapport et un guide qui informe les lecteurs de manière concise sur les circuits courts d’approvisionnement alimentaire en tant que question complexe. En outre, il dévoile la philosophie du projet *On Farm* dans le domaine en question. Il regroupe les connaissances d’experts et les résultats de la recherche au sein d’un même document qui vise à présenter des solutions ou des recommandations spécifiques. Le livre blanc permet au lecteur de comprendre le sujet, de résoudre un problème et de prendre une décision.

Les principaux objectifs de ce livre blanc reposent sur l’analyse de la situation actuelle des circuits courts d’approvisionnement alimentaire et sur la mise en place de stratégies de production dites « de

la ferme à l'assiette » dans l'agriculture des pays partenaires. Un accent tout particulier est mis sur les législations respectives, les réglementations gouvernementales et le soutien gouvernemental aux producteurs. Le document procure un éventail d'informations sur les défis et les besoins actuels de soutenir en Europe les stratégies de transformation requises « à la ferme » et les stratégies « de la ferme à l'assiette ». Les principaux groupes cibles sont les agriculteurs et les producteurs de produits agroalimentaires. En outre, le livre blanc s'adresse au grand public, aux parties prenantes et aux décideurs politiques.

ONFARM : « l'agriculture, la production et la transformation des produits agroalimentaires à valeur ajoutée par les petits et moyens agriculteurs locaux » est un projet *Erasmus+* qui vise à former des agriculteurs pour qu'ils acquièrent des aptitudes et des compétences leur permettant de démarrer des procédés de production sur leur propre site, d'atteindre plus de clients et de conférer de la valeur ajoutée à leurs produits. Le projet entend soutenir le développement des circuits courts d'approvisionnement alimentaire et faire avancer la stratégie européenne *de la ferme à l'assiette*, présentée par la Commission européenne en 2020 dans le cadre du *Pacte vert pour l'Europe*.

Le projet (2021-2023) est coordonné par l'*Association de l'Agriculture privée de la République tchèque* (ASZ) et mis en œuvre en collaboration avec cinq partenaires : *Conseil européen des jeunes Agriculteurs* (CEJA) basé en Belgique, *Confederazione Italiana Agricoltori Toscana* (CIA) d'Italie, *Institut für Ländliche Strukturforschung* d'Allemagne (IfLS), *On Projects Advising* (OnP) d'Espagne et *Stichting Slow Food Youth Network* (SFYN) des Pays-Bas. En plus de ce livre blanc, le partenariat développera des études de cas, une série de podcasts et du matériel de formation en ligne. Ces matériels seront présentés aux agriculteurs et aux parties prenantes à l'occasion d'une série d'événements organisés à l'échelle européenne et nationale. Vous retrouverez l'ensemble du matériel de formation et de plus amples informations sur [HYPERLINK "http://www.onfarm.eu"](http://www.onfarm.eu)
www.onfarm.eu

Le livre blanc à caractère transnational suivant est structuré comme suit : Le premier chapitre met l'accent sur le secteur agricole de l'UE en général et sur la constitution et la situation des parts de marché des circuits courts d'approvisionnement alimentaire dans l'UE. Des canaux de commercialisation propres aux SFSC y sont présentés. Nous présenterons ensuite un aperçu des politiques actuelles de l'UE dans le secteur de l'agriculture, comme le *Pacte vert pour l'Europe* et la stratégie *de la ferme à l'assiette*. Nous verrons également les réglementations pertinentes, les instruments destinés au financement et les services disponibles au soutien. Ensuite, nous exposerons et discuterons les implications associées à la mise en œuvre des SFSC, les défis et les opportunités à venir ainsi que les activités de soutien. Pour terminer, nous exposerons une conclusion et plusieurs perspectives sur les autres résultats et aboutissements du projet *ONFARM*.

Circuits courts d'approvisionnement alimentaire au sein de l'Union européenne

Le secteur agricole de l'UE

En Europe, 10,5 millions d'exploitations agricoles ont été recensées en 2016. La grande majorité d'entre elles (95,2 %) sont classées comme exploitations familiales. Selon le *COPA COGECA*, la taille moyenne d'une exploitation en Europe est de 16 ha. Les terres agricoles s'étendent sur une superficie de 48 % du territoire de l'UE et les exploitations familiales en représentent 67 %. Les exploitations familiales professionnelles couvrent entre 5 et 250 ha. La moitié des ressources économiques générées par les exploitations agricoles en Europe proviennent des cultures, 40 % de l'élevage et le reste des activités secondaires. La productivité des exploitations est en constante augmentation (+ 109,5 % de 2005 à 2017). La valeur produite par les exploitations agricoles en 2017 s'élève à 427 milliards d'euros, faisant ainsi de l'Europe la première puissance agricole au monde. Les importations et les exportations agricoles représentent à elles seules 1/3 des échanges entre l'UE et le monde.

Le secteur agricole est confronté à une série de problèmes. Pour commencer, il existe une crise démographique : 5,6 % des agriculteurs ont moins de 35 ans contre 31 % qui ont plus de 65 ans. En outre, de sérieux défis environnementaux affectent le secteur forçant les agriculteurs à s'adapter au changement climatique.

Constitution et part de marché des SFSC dans l'UE

Les réseaux d'alimentation alternative jouent un rôle croissant pour répondre à la demande du marché. Notons que, même s'il s'agit d'un système en croissance, il reste marginal. En moyenne, environ 15 % des exploitations agricoles de l'UE vendent plus de la moitié de leur production directement aux consommateurs. Cependant, il s'agit principalement de petites exploitations où seulement 3 % des exploitations de plus de 100 UDE vendent plus de la moitié de leur production directement aux consommateurs (Circuits courts d'approvisionnement alimentaires et systèmes alimentaires locaux dans le briefing de l'UE du Service de recherche parlementaire).

Par ailleurs, de grandes différences sont à constater entre les pays. Soulignons que les circuits courts d'approvisionnement ne sont pas uniquement présents dans les zones rurales. Des réseaux d'alimentation alternative se mettent également en place en zone urbaine, présentant une production alimentaire urbaine. En République tchèque, par exemple, selon l'étude menée en 2021 par *Nielsen Admosphere*, un tiers des répondants à l'étude ont déclaré qu'ils achetaient régulièrement des produits alimentaires au marché fermier, sachant que ces répondants vivaient, dans la plupart des cas, dans les grandes villes plutôt qu'à la campagne (*Nielsen Admosphere 2021*). Les initiatives telles que les jardins communautaires ou la culture sur le toit font également partie d'un circuit court d'approvisionnement dans les zones urbaines.

Les pays du projet *OnFarm* sont arrivés à la conclusion majeure que les statistiques officielles et les données fiables sur les circuits courts d'approvisionnement alimentaire sont rares. Nous ne disposons donc pas de résultats fiables sur l'évolution du nombre d'entreprises spécialisées dans la commercialisation directe ou sur l'importance actuelle du marché. En outre, il n'existe pas de chiffre

précis sur les ventes ni le développement des ventes. Il est donc très difficile d'obtenir des informations statistiques permettant d'évaluer la situation et l'évolution des circuits courts de commercialisation agroalimentaire en Europe. Le nombre considérable de systèmes de commercialisation qui pourraient être inclus dans la définition joue, lui aussi, un rôle majeur.

Dans certains pays participant au projet *OnFarm*, on note que, pendant la pandémie de *covid-19*, les gens avaient commencé à acheter plus de produits alimentaires directement auprès des producteurs, qu'avant la pandémie. La pandémie de *Covid* a également encouragé un agriculteur interviewé en République tchèque à créer un magasin à la ferme sur le site de son exploitation agricole car le lock-down avait entraîné une baisse significative de la vente de leurs produits dans les restaurants (*Duží 2022*). Les services de livraison ont particulièrement été très bien accueillis depuis le début de la pandémie de *Corona*. Au cours de cette période, les limites en capacité ont rapidement été atteintes chez de nombreux fournisseurs. Quant aux nouveaux fournisseurs, la demande élevée constituait une bonne opportunité (*Krauch 2022*).

Canaux de commercialisation propres aux SFSC

La majorité des agriculteurs européens commercialisent des produits frais tels que des fruits, des légumes, des œufs, des produits laitiers ou de la viande et des saucisses. Selon la saison, d'autres produits sont proposés, comme des asperges ou des fraises.

Les données indiquent que les circuits courts de commercialisation jouent un rôle particulièrement important dans l'acquisition de produits alimentaires écologique (*EcoLOGICAL 2019*). De plus, les exploitations agricoles conventionnelles achètent des produits biologiques pour élargir leur gamme de produits (*Böhm und Krämer 2020*).

Dans les pays de l'UE participant au projet *OnFarm*, il existe une variété de canaux de commercialisation destinés aux circuits courts d'approvisionnement alimentaire. Ils se caractérisent par une forte hétérogénéité en termes d'exploitations.

Les formes les plus courantes de commercialisation directe constituent des marchés hebdomadaires, des magasins et ventes directes à la ferme, le retrait des marchandises par les clients à la ferme ne disposant pas de magasin réservé à la vente. Les types de magasins à la ferme varient en fonction de la sélection et de leur gamme de produits. Certains magasins à la ferme ne sont ouverts que certains jours de la semaine et qu'à certaines heures et leur gamme de produits se limite à leur propre culture. En outre, certains agriculteurs approvisionnent d'autres distributeurs directs. D'autres agriculteurs gèrent leurs magasins de manière professionnelle et vendent les produits de leurs collègues.

Il existe également des services de livraison où les producteurs livrent leurs produits alimentaires directement au domicile des clients, habituellement sur commande et à intervalles réguliers sous forme de colis préalablement définis. Les commandes sont passées par téléphone, par e-mail ou en ligne via leur propre site web ou plateforme d'expédition. Les consommateurs sont régulièrement approvisionnés en produits alimentaires de saison localement produits. Les commandes sont passées par non seulement les particuliers, mais aussi des crèches, des écoles ou des bureaux.

Les distributeurs automatiques ou les stations-service à lait représentent une autre possibilité pour les circuits courts d'approvisionnement alimentaire en Europe. Parmi les nouveaux canaux de vente, citons également les ventes aux revendeurs tels que les détaillants de produits alimentaires (et tout particulièrement le système *shop-in-shop*) ou les restaurants (*Wille et al. 2018*). Il y a de plus en plus de restaurants offrant des produits agricoles, notamment parmi les entreprises spécialisées dans l'agrotourisme. Récemment, plusieurs entreprises spécialisées dans la restauration agroalimentaire, gérées par des agriculteurs, ont vu le jour (*Pagliali 2022*).

En outre, il existe des formes participatives de commercialisation directe où les consommateurs jouent un rôle actif dans la production, la transformation ou la distribution des produits. Pour ne citer qu'un exemple, mentionnons l'approche « The Food Assembly » née en France. Les consommateurs commandent et paient les produits alimentaires auprès des producteurs de la région via Internet et viennent les chercher en personne quelques jours plus tard sur un marché spécial près de chez eux. Un échange direct entre les acteurs est ainsi créé.

Citons entre autres les formes suivantes de circuits courts d'approvisionnement alimentaire en Europe :

- événements annuels, tels que des festivals gastronomiques locaux ;
- marché/stands de marché spécialisés (traditionnels) ;
- petits magasins proposant des produits spéciaux (uniquement régionaux) ;
- magasins coopératifs gérés par un regroupement d'agriculteurs, offrant une large gamme de produits ;
- groupes organisés proposant un service de restauration.

Soutien aux circuits courts d'approvisionnement alimentaire au sein de l'Union européenne

Quels sont les politiques actuelles de l'UE en matière d'agriculture ?

Il n'y a pas de politique en particulier qui soutienne les circuits courts. La *Politique agricole commune* (PAC) constitue la base des règles de la production alimentaire. Toutefois, certaines mesures de la PAC tendent à discriminer les petits agriculteurs et les exploitations familiales, en particulier les versements à l'hectare qui soutiennent les plus gros agriculteurs. Néanmoins, avec la nouvelle PAC (2023/2027) et la stratégie *de la ferme à l'assiette*, il semble que la Commission tente de fournir des outils dont tous les agriculteurs pourraient bénéficier. La stratégie *de la ferme à l'assiette* est la première tentative de la Commission européenne d'examiner la production au niveau du circuit alimentaire (pour plus de détails, consultez l'encadré *Le zoom* plus loin).

Dans le cadre de cette nouvelle PAC, la réglementation présente des objectifs clairs pour favoriser la production des petits agriculteurs et les circuits courts d'approvisionnement. Afin de rendre les versements directs plus équitables, la Commission a adopté des schémas de redistribution des grands aux petits agriculteurs. A côté des plans stratégiques nationaux, actuellement en cours

d'évaluation, la Commission fournit des outils que les États membres devraient utiliser pour répondre aux besoins particuliers de leurs agriculteurs.

Le zoom : Comment la stratégie « de la ferme à l'assiette » peut-elle soutenir les circuits courts d'approvisionnement alimentaire et les réseaux d'alimentation alternative ?

Dans la notice de la Commission européenne (mai 2020) « Une **Stratégie de la ferme à l'assiette** pour atteindre un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement », au cœur du *Pacte vert pour l'Europe*, la Commission européenne souligne le besoin de renforcer la résistance des systèmes alimentaires locaux et de créer des circuits d'approvisionnement alimentaire plus courts.

D'ici à la fin décembre 2023, la Commission européenne présentera au Parlement européen et au Conseil européen « La future loi-cadre sur les systèmes alimentaires durables », soit l'initiative horizontale du projet *de la ferme à l'assiette*. L'objectif de ce nouveau cadre est de permettre à tous les acteurs du circuit alimentaire de se rassembler et de contribuer au système alimentaire de manière durable, en tenant compte de l'aspect social, économique et environnemental de la durabilité. La Commission vise à renforcer les initiatives locales et à adopter une approche ascendante. La Commission européenne étudie la possibilité de renforcer de **nouveaux mécanismes de gouvernance alimentaire** au niveau européen, national et local. Au niveau local, ces mécanismes pourraient prendre la forme de conseils de politique alimentaire rassemblant tous les acteurs des systèmes alimentaires (y compris les agriculteurs et les consommateurs), travaillant ensemble vers des systèmes alimentaires plus durables.

De plus, la Commission européenne révisé actuellement les **critères d'approvisionnement pour distribuer les produits alimentaires dans les espaces publics**, introduisant des critères plus durables. Le cadre législatif issu de la stratégie *de la ferme à l'assiette* favorisera les achats publics durables et indirectement l'approvisionnement en denrées alimentaires à partir de chaînes courtes. Pour l'instant, ces mesures sont volontaires. Et les rendre obligatoires renforcerait les circuits courts sans altérer le marché commun. Il appartient maintenant aux États membres de mettre en œuvre ces mesures.

Réglementations pertinentes

De nombreuses réglementations légales doivent être respectées pour réussir la mise en place de circuits courts.

En fonction du volume, du type et du canal de distribution des produits alimentaires, les réglementations de l'UE en matière d'hygiène alimentaire, ainsi que les réglementations nationales *Ordonnance sur l'Hygiène alimentaire* et *Ordonnance sur l'Hygiène des produits alimentaires pour les animaux*, doivent être respectées.

En outre, selon le pays européen et la forme/le type de circuits courts d'approvisionnement alimentaire, les réglementations alimentaires, commerciales, fiscales et commerciales demeurent applicables. De même, la protection des consommateurs et les exigences en matière d'étiquetage associées aux produits alimentaires doivent être respectées (par exemple, l'ordonnance sur l'information relative aux produits alimentaires).

Citons également les règles, réglementations et responsabilités suivantes à respecter dans les pays participant au projet *OnFarm* :

- droit sur la construction (demande de conversion, etc.) ;
- droit fiscal et conseiller fiscal ;
- bureau vétérinaire ;

- bureau d'étalonnage ;
- bureau de santé avec formation à l'hygiène ;
- droit du travail ;
- loi sur l'ouverture d'un point de vente ;
- étiquetage des produits alimentaires.

Instruments de financement pertinents et services de soutien disponibles

Outre les versements directs, il existe d'autres mesures concrètes qui permettent de soutenir les petits marchés locaux dans le cadre du deuxième pilier de la PAC.

1. **Services consultatifs** : accompagner les agriculteurs dans le développement de circuits courts ;
2. **Groupes opérationnels** : permettre le partage des bonnes pratiques. Un groupe a été conçu pour soutenir le circuit court d'approvisionnement au niveau de l'UE. Des groupes pourraient être développés au niveau national, régional ou local ;
3. Les agriculteurs pourraient adhérer aux **systèmes de qualité** : accompagner les agriculteurs dans leurs démarches administratives en vue d'accéder aux filières de qualité (par ex., les labels d'origine) ;
4. **Soutien à la coopération** : cette mesure facilite la coopération horizontale et verticale entre les acteurs du circuit d'approvisionnement et les marchés locaux ;
5. **Fonds d'investissement** : grâce au deuxième pilier, des fonds ciblés sont disponibles pour que les agriculteurs puissent transformer les produits sur le site de leur exploitation et les vendent au niveau local. Il s'agit d'une subvention permettant une transformation sur site.

En outre, il existe des options alternatives de financement qui mettent l'accent sur la participation directe des citoyens aux investissements dans les entreprises agricoles. Citons entre autres les instruments exclusivement destinés au financement, liés à un projet de financement particulier (financement participatif, droits de participation aux bénéfices ou prêts directs). Parallèlement, il existe des alternatives de financement où l'exploitation doit garantir une certaine forme légale (coopératives, sociétés par actions détenues par les citoyens). De plus, il existe des possibilités de financement sous la forme d'un modèle de leasing ou de sponsoring (Sterly 2022). L'agriculture soutenue par la communauté constitue une autre forme particulière de commercialisation se traduisant par une collaboration et une coopération étroite. Les clients financent un ou plusieurs agriculteurs sous la forme de cotisations régulières et reçoivent leur récolte en retour. Ainsi, une rémunération n'est plus versée seulement pour le produit en tant que tel mais pour l'ensemble du travail agricole. Les consommateurs sont également activement impliqués, par exemple, dans les tâches (récolte, culture des champs) (Wille et al. 2019 ; BZfE2020).

Autres possibilités de financement :

- Régions LEADER
- Subventions pour la vente à la ferme et la transformation des denrées alimentaires à la ferme par les groupes d'action locale (Région de Liberec 2022)
- « Systèmes de financement locaux » ; par exemple, en Navarre en Espagne où les administrations ont créé un centre de collecte et de logistique de la production biologique

Il existe certaines différences en ce qui concerne le degré de disponibilité des services de soutien dans les pays participant au projet *OnFarm*.

En Espagne, par exemple, le principal soutien se situe au niveau de la phase de production, en particulier dans le domaine de l'agriculture biologique, et principalement recommandée par les organisations paysannes. Dans certains cas, les municipalités ou les régions mettent à disposition des locaux pour organiser les ventes, ou encore des terres permettant de cultiver dans le respect des bonnes pratiques écologiques. Ces institutions font également la promotion des marchés de petits producteurs. En Allemagne, divers services et agences publics, gouvernementaux et privés (Chambres de l'agriculture, bureaux nationaux compétents, établissements d'enseignement et consultatifs, banques nationales de développement, etc.) proposent des conseils et des formations pour mettre en place ou développer des activités de commercialisation directe dans le secteur de l'agriculture.

En République tchèque, le soutien consultatif destiné aux agriculteurs, et axé sur la vente à la ferme, a été principalement initié par des ONG agricoles comme la Chambre de l'agriculture (*Agrární komora 2022*), l'Association agricole de la République tchèque (*Zemědělský svaz ČR 2022*) ou l'Association de l'agriculture privée de la République tchèque (*ASZ ČR 2022*). Ces trois ONG agricoles tchèques offrent à leurs membres des webinaires, des séminaires et autres conseils, également axés sur la vente à la ferme.

En Italie, le tissu associatif apporte un soutien important aux agriculteurs impliqués dans les *SFSC*. Les associations les plus actives dans ce domaine sont celles qui participent aux circuits courts et qui sont implantées au sein des principales organisations gérées par les petits agriculteurs, les associations agrotouristiques implantées au sein des principales organisations de petits agriculteurs et les associations d'agriculteurs biologiques. L'objectif principal de ces associations est de promouvoir le marché des agriculteurs, y compris les agriculteurs associés fournissant le lieu (selon la municipalité locale), les structures et les services nécessaires qui y sont associés. Les associations prévoient également la mise en place d'un portail et d'autres instruments de mise en réseau visant à favoriser et à accroître la vente directe.

Considérations relatives à la mise en place de circuits courts d'approvisionnement alimentaire

Conditions de mise en œuvre des *SFSC*

Plusieurs **facteurs d'ordre opérationnel** sont prérequis et doivent être en harmonie :

- -production de produits locaux ;
- -ressources financières et possibilités d'investissement (par exemple pour les bâtiments, plus de personnel, etc.) ;
- -sécurité au travail, ordre et propreté (sécurité des consommateurs, règles d'hygiène)
- -pour ce qui est de la relation avec les clients, voir l'exploitation ou la ferme de ses propres yeux joue un rôle important ;

En outre, les compétences de l'exploitant et certains **facteurs d'ordre relationnel** sont nécessaires :

- -ouverture d'esprit. Quels produits le consommateur aime-t-il ?
- -la qualité du service est très importante ;
- -capacités de communication et transparence : il faut répondre aux questions des clients + langage convivial (pas de langage technique) ;

- -Méthode structurée de travail (planification suffisante du temps pour, par exemple, les rendez-vous avec les autorités, etc.)
- -Compétences en marketing : Comment amener mes produits au consommateur ?
- -Authenticité : défendre ses propres produits
- -La raison de se lancer dans la commercialisation directe devrait se traduire par une motivation intrinsèque, pas seulement les fonds de développement □ les fonds de développement devraient être la reconnaissance d'un bon concept

Les facteurs d'ordre relationnel sont particulièrement importants car les agriculteurs réalisent, dans le cadre de leurs interactions avec le client, un travail de relations publiques profitant à l'agriculture en général (*Krauch 2022*).

Opportunités

Les raisons et motivations incitant à entreprendre des activités de commercialisation directe sont de nature particulièrement commerciale. Citons la création d'une autre source de revenus, la réalisation de revenus générés par des ventes plus élevées et la protection économique de l'exploitation (*Krauch 2022*). Le désir d'établir un contact direct avec les clients et d'acquérir une certaine d'indépendance vis-à-vis de ces derniers jouent également un rôle considérable (*Böhm et Krämer 2020*).

En ce qui concerne l'offre, l'existence d'asymétries nettes en matière de pouvoir de négociation au sein du circuit agroalimentaire incite les agriculteurs à changer leur façon de vendre, causant ainsi un impact non négligeable sur leur revenu (*Ley 2013*). Les circuits courts d'approvisionnement en produits agricoles contribuent au revenu de nombreuses exploitations et, dans certains cas, garantissent les moyens de subsistance nécessaires aux exploitations plus petites et plus éloignées du marché (*Böhm et Krämer 2020*).

Du point de vue de la diversification, les circuits courts d'approvisionnement alimentaire jouent un rôle majeur et présentent un aspect important dans la volonté de réduire au minimum toutes conséquences néfastes liées à un changement structurel de l'agriculture et à la pression exercée sur la croissance (*Böhm et Krämer 2020*). Les circuits courts seront perçus comme un secteur économique qui aide les agriculteurs à obtenir des prix plus élevés pour leurs produits à l'avenir (*Wille et al. 2019*). De plus, l'offre de commercialisation directe permettrait de revitaliser les zones rurales. Par exemple, en augmentant l'attrait touristique des régions, ce qui permettrait aux producteurs de tirer profit d'une demande accrue (*Böhm et Krämer 2020*).

La commercialisation directe des produits agricoles connaît un intérêt en pleine croissance grâce à un changement en émergence dans l'attitude des consommateurs. Les produits régionaux gagnent en importance en raison de leurs caractéristiques et avantages en termes d'origine, de transparence, d'environnement et de bien-être animal. Par conséquent, les arguments en faveur de l'application d'une commercialisation directe locale/régionale et de la promotion des circuits courts d'approvisionnement alimentaire en général se font de plus en plus entendre (*Wille et al. 2018 ; Böhm et Krämer 2020, Krauch 2022*). Du côté de la demande, l'intérêt croissant de la population pour les produits naturels, écologiques et respectueux de l'environnement, les rapproche de ces modèles de consommation (*IMIDRA 2018*). Nous observons d'autres changements dans le comportement d'achat des consommateurs (exigences accrues en matière de qualité, augmentation des ventes en ligne) et des changements structurels dans l'agriculture et les marchés (orientation vers le marché mondial, apparition des détaillants de produits alimentaires et des magasins discount dans la

commercialisation des produits régionaux) (*Böhm et Krämer 2020*) . Ces développements pourraient à la fois présenter des opportunités d'expansion dans le futur et imposer des exigences et une professionnalisation croissante aux entreprises de commercialisation directe. Par ailleurs, les agriculteurs devraient éventuellement adopter une nouvelle stratégie économique selon laquelle ils prôneraient une amélioration et une valorisation de la typicité des produits régionaux (certifications d'origine) ainsi que leur qualité et leur caractère durable (labels de qualité, certification des produits biologiques, etc.) (*Lauri 2022*).

La possibilité de vendre sur le site de l'exploitation agricole permet non seulement de générer plus de profit mais aussi de mettre en œuvre un instrument de commercialisation. Les clients peuvent donner à la ferme un retour qui permettrait à l'agriculteur d'améliorer l'offre de son exploitation agricole.

La tendance actuelle en matière de commercialisation directe des produits agricoles consiste à transformer et à améliorer les produits en interne en mettant en place des installations appropriées (laiterie fermière, boucherie, boulangerie, pressoirs à fruits et à huile) et des espaces gastronomiques (comptoir casse-croûte, collation fermière) au sein de la ferme. Parallèlement, l'externalisation de services tels que les commandes, la logistique, la mise sur le marché, etc. est de plus en plus courante (*Böhm et Krämer 2020*).

Les approches introduisant des distributeurs automatiques situés en dehors du site de l'exploitation agricole dans les villes, les gares ou les parkings, ainsi que les champs d'auto-cueillette avec des caisses enregistreuses de confiance, offrent une disponibilité 24 heures sur 24. Ces démarches augmentent les chances d'acquérir une plus grande clientèle et évitent les obstacles liés à un manque de personnel (*Krauch 2022*). Par ailleurs, la numérisation combinée à la vente en ligne offre un potentiel de vente important (*Bauernverband eV 2020*).

Les défis

Les défis des circuits courts d'approvisionnement alimentaire et de la commercialisation directe pour les exploitations agricoles se dévoilent dans divers domaines. D'une part, il y a une charge de travail accrue pour la transformation, le stockage, le transport, l'hygiène, etc. et, d'autre part, les exigences en termes de délais sont plus élevées. De plus, le savoir-faire nécessaire pour s'orienter parmi les possibilités de financement, commercialiser et communiquer pourraient constituer un défi. Citons également le problème lié à l'embauche d'un personnel en suffisance adapté ainsi que l'infrastructure partiellement manquante et la concurrence ; par exemple, la vente au détail de produits alimentaires ou la vente par e-mail. L'effort nécessaire à se conformer aux exigences légales et à une tarification optimale pourrait, lui aussi, représenter une charge supplémentaire. Les principaux défis actuels sont étroitement liés à une augmentation générale des prix et aux prix élevés dans le secteur de la construction, en particulier pour les novices. Par conséquent, les entreprises déjà établies devraient plutôt se diversifier que se développer (*Böhm et Krämer 2020, Krauch 2022*).

La collaboration avec les entreprises de commercialisation directe pourrait être améliorée et développée. Celle-ci reposerait sur un échange de connaissances et de produits (*Krauch 2022*). La communication avec les clients pourrait, elle aussi, être optimisée ; par exemple, en créant une présence plus forte sur l'Internet, en utilisant les réseaux sociaux, etc.

Les besoins d'action

- Encourager la mise en place de réseaux de producteurs et de consommateurs garantissant une production commercialisée suffisante pour rentabiliser les opérations logistiques.
- Intervention publique directe à l'adresse des petits et des jeunes agriculteurs pour faire face à l'instabilité des prix et offrir des conditions flexibles, en tenant compte des flux de trésorerie du groupe cible.
- Faciliter le retrait des commandes par le consommateur en mettant en place des points de livraison situés dans les centres urbains dont les heures d'ouverture seraient suffisamment longues.
- Marchés de rue : Étalage des produits locaux / production locale par opposition aux produits agricoles du commerce de gros
- Promouvoir la recherche en micro-logistique adaptée aux caractéristiques de ce marché.
- Créer une présence sur les réseaux sociaux, qui constituent un outil peu coûteux et peu compliqué pour les non-experts.
- Amélioration des sites web ou des applications adaptées aux appareils mobiles.
- Renforcer la communication et l'éducation sur l'alimentation auprès des consommateurs. Améliorer la connaissance et la diffusion auprès des consommateurs, pour construire et consolider une culture du « local ».
- Étudier, pour chaque situation et cas particulier, les différentes options et formules éprouvées en veillant à ce que les solutions mises en œuvre ne créent pas de nouvelles barrières pour les opérateurs et en garantissant le droit à l'information des consommateurs.
- Concevoir et mettre en œuvre un type d'opérations ou de registres statistiques, ou tirer parti de ceux qui existent déjà, pour améliorer la connaissance de ce type de canaux et permettre le suivi de leur évolution et l'évaluation des mesures mises en œuvre.
- Introduire plus de programmes éducatifs axés sur les denrées alimentaires à partir des écoles, afin d'améliorer les connaissances et de sensibiliser la population.
- Sensibilisation : elle doit faire prendre conscience au consommateur de la valeur des circuits courts en matière de qualité des produits et de durabilité environnementale.

Recommandations destinées aux agriculteurs recueillies dans les entretiens réalisés dans le cadre du projet

A faire	A ne pas faire
Toujours élaborer un plan	Prendre le soutien public pour acquis
Toujours faire de petits pas	Sous-estimer le temps nécessaire pour s'établir sur le marché (deux à trois ans), il faut donc bâtir une certaine confiance
Envisager des connaissances spécialisées sous la forme de consultants et d'experts	Oublier la paperasse (taxes et réglementations)
une analyse préalable de la localité, notamment dans le cas d'un investissement important	Ne jamais se surendetter
Vérifier le plan de commercialisation avec un expert	Se concentrer uniquement sur la production
Utiliser les réseaux sociaux que vous pouvez gérer	S'attendre à ce que les gens viennent acheter eux-mêmes, ils auront besoin d' « aide »
Soyez poli, même si les autres ne le sont pas	Dites toujours « oui »
Rechercher des réseaux et des synergies	Se décourager rapidement
Connaître ses coûts	Sous-estimer l'importance du marketing
Connaître les limites du projet	
Être très persévérant	

L'interview d'experts sur l'OnFarm sur la mise en place des circuits courts d'approvisionnement alimentaire

OnFarm : « *Comment les agriculteurs peuvent-ils procéder [à partir des cadres juridiques tels que les stratégies « de la ferme à l'assiette »] en mettant en œuvre des circuits courts d'approvisionnement alimentaire ?* »

Patrick Bourges : « *Il n'y a pas de cadre général pour cela, et cela dépend en grande partie de la situation ; par exemple, la taille de l'exploitation agricole, les ressources, le temps, les opportunités de marché. Le concept de « circuit court d'approvisionnement alimentaire » joue également un rôle important : essayons-nous de créer une conception face à face avec une interaction directe entre un producteur et un consommateur, ou une situation élargie où nous essayons de fournir des informations intégrées sur l'origine, comme un système d'étiquetage ?* »

Pour entreprendre une stratégie, je dirais que deux choses sont nécessaires. Premièrement, une auto-évaluation des capacités, des produits et des offres de services de l'entreprise/des fermes. Deuxièmement, une décision sur la quantité de produits à vendre, adaptée au format du circuit court d'approvisionnement alimentaire.

Ensuite, un cadre peut être bénéfique pour l'agriculteur, en voyant les étapes de conversion, et cela peut être généralisé, ou spécifique à l'auto-évaluation. Le cadre devrait également inclure des outils de décision sur le choix du marché au niveau local et être spécifique à la structure du circuit d'approvisionnement vers lequel le producteur souhaite se diriger.

En plus de ces deux étapes, un réseau pourrait être formulé pour soutenir la transition. Il s'agirait d'un réseau de parties prenantes, disons à la fois des partenaires du secteur, d'autres agriculteurs et des entreprises intermédiaires qui seraient directement impliqués dans le circuit d'approvisionnement, ainsi que des partenaires techniques ou des partenaires bénéficiant de connaissances allant des banques aux universités. Pour terminer, cela dépend de l'agriculteur. Il doit y avoir une volonté de changement et, si ce n'est pas le cas, quel que soit le motif, ce sera difficile. »

Caio Dorion : « *Les agriculteurs ont besoin du soutien du Gouvernement pour ouvrir de nouveaux circuits courts d'approvisionnement alimentaire et établir une relation plus étroite avec les consommateurs. Ils ont besoin de renforcer les capacités et d'être motivés sur ces questions. Les chefs pourraient être un pont pour promouvoir leurs produits. Quant aux consommateurs, ils doivent être sensibilisés à l'importance de la consommation locale et de la valorisation des produits locaux. »*

Valentino Affinita : « *Les exploitations agricoles doivent adopter une approche qui marie agriculture et écologie, grâce à une transition qui transformerait le rôle de l'agriculture dans la société. Passer d'une agriculture industrielle à une approche agroécologique implique un certain effort de réformer l'ensemble du système agroalimentaire : il s'agit de décourager les productions basées sur les monocultures et de soutenir les exploitations agricoles familiales qui réduisent les apports externes, qui respectent le caractère saisonnier des produits, qui régénèrent les sols, qui respectent les droits sociaux et qui s'adressent au marché local. Pour atteindre cet objectif, il faut d'abord déplacer les fonds publics - par exemple, ceux de la PAC - du système agro-industriel vers la petite et moyenne production, et en mettant en œuvre des formes de multifonctionnalité, à la fois économiques et sociales, notamment dans les zones urbaines et périurbaines. Pour y parvenir, la bonne volonté des agriculteurs ne suffira pas. Il faut mettre en place un processus systémique qui comprendrait la formation, le soutien et l'autonomisation des petits et des jeunes agriculteurs choisissant d'entreprendre ce travail. »*

Ensuite, un cadre peut être bénéfique pour l'agriculteur, en voyant les étapes de conversion, et cela peut être généralisé, ou spécifique à l'auto-évaluation. Le cadre devrait également inclure des outils de décision sur le choix du marché au niveau local et être spécifique à la structure du circuit d'approvisionnement vers lequel le

Valentino Affinita : « Les exploitations agricoles doivent adopter une approche qui marie agriculture et écologie, grâce à une transition qui transformerait le rôle de l'agriculture dans la société. Passer d'une agriculture industrielle à une approche agroécologique implique un certain effort de réformer l'ensemble du système agroalimentaire : il s'agit de décourager les productions basées sur les monocultures et de soutenir les exploitations agricoles familiales qui réduisent les apports externes, qui respectent le caractère saisonnier des produits, qui régénèrent les sols, qui respectent les droits sociaux et qui s'adressent au marché local. Pour atteindre cet objectif, il faut d'abord déplacer les fonds publics - par exemple, ceux de la PAC - du système agro-industriel vers la petite et moyenne production, et en mettant en œuvre des formes de multifonctionnalité, à la fois économiques et sociales, notamment dans les zones urbaines et périurbaines. Pour y parvenir, la bonne volonté des agriculteurs ne suffira pas. Il faut mettre en place un processus systémique qui comprendrait la formation, le soutien et l'autonomisation des petits et des jeunes agriculteurs choisissant d'entreprendre ce travail. »

OnFarm : « Quelles sont les activités de soutien et le rôle des collaborations régionales ou des réseaux d'alimentation alternative ? »

Patrick Bourges : « Je pense que les exemples donnés sont cruciaux, tant que les réseaux seront diversifiés au sein du circuit d'approvisionnement, le réseau devrait également être composé de partenaires potentiels sur le marché pour augmenter les ventes au niveau local et régional. Quant au Gouvernement, son rôle est de financer et de procurer un soutien initial au réseau dans la phase de démarrage. Vous constaterez peut-être que de nombreux circuits courts d'approvisionnement alimentaire se tournent de moins en moins vers le face à face, de sorte que les plateformes numériques en ligne sont de plus en plus populaires, ce qui pourrait être important pour le succès de ces initiatives. Un mécanisme de confiance devrait également être mis en place, qu'il s'agisse d'un label ou d'une technologie, il est important de favoriser la confiance dans l'agriculteur. »

Caio Dorigon : « Renforcer les capacités des producteurs et des consommateurs locaux sur les réseaux d'alimentation alternative, ainsi que soutien aux producteurs locaux pour individualiser de nouveaux canaux de consommation locaux et sur la manière de les ouvrir. Il est également important d'éduquer les consommateurs et de promouvoir les produits locaux, leur importance, comment ils peuvent être utilisés à la maison, etc. »

Valentino Affinita : « Dans un contexte de plus en plus urbanisé où les systèmes alimentaires ne parviennent pas à répondre durablement à la demande croissante en produits alimentaires dans les villes, il est devenu nécessaire d'orienter les modèles alimentaires et agricoles vers un nouveau paradigme. Les administrations publiques jouent un rôle majeur pour favoriser des dynamiques vertueuses : des cantines scolaires aux cantines dans les hôpitaux, des marchés de proximité aux programmes de soutien contre la pauvreté alimentaire, de la lutte contre le gaspillage à l'attribution de terres publiques aux jeunes agriculteurs. Quant aux autorités locales, elles peuvent donner le cap en matière de durabilité à la production et à la distribution des produits alimentaires. La relocalisation des systèmes alimentaires doit devenir une priorité à tous les niveaux de l'administration, à commencer par ceux qui sont les plus proches du territoire. Les autorités locales doivent, dès aujourd'hui, s'équiper pour faire face à l'afflux de nouvelles bouches à nourrir et doivent le faire en mettant en place une politique alimentaire durable, qui rapproche la ville à sa campagne et à ses agriculteurs. Une opération qui doit se construire à partir du territoire en tenant compte de ses spécificités, dans lequel on retrouve des combinaisons très différentes entre cycles naturels et activités anthropiques.

De ce point de vue, il faut innover la formation en agriculture, outil fondamental pour élargir le nombre de personnes pouvant contribuer au chiffre d'affaires du secteur. A côté de l'enseignement technique, il devient urgent d'aborder une approche non sectorielle mais systémique. Les futurs agriculteurs ne sont pas les seuls à avoir besoin d'une formation en agroécologie. Ceux qui travaillent dans les médias ou dans les institutions nationales et locales devraient avoir accès à des parcours adaptés, pour mettre à jour leurs connaissances et mettre leurs compétences au service de la transition écologique. Il est extrêmement important que ces secteurs clés du corps social comprennent parfaitement les causes et les conséquences de la crise écologique, afin d'activer des flux d'informations à destination du grand public ou des projets de régulation capables d'inverser la tendance. »

Patrick Burgess est chargé de cours sur la gestion du circuit d'approvisionnement alimentaire et la logistique à l'*Université des Sciences appliquées Aeres* à Almere, aux Pays-Bas.

Caio Dorigon est le coordinateur du réseau *Amérique latine et Caraïbes* et chef de projet à *Slow Food International* à Bra, en Italie.

Valentino Affinita est responsable de campagne à *Terra!*, une association environnementale italienne.

Conclusion

Le secteur agricole et plus particulièrement les petites exploitations familiales sont sous pression. Les forces du marché et les défis environnementaux d'une part et l'évolution des attentes sociales à l'égard du secteur agricole, d'autre part, placent les circuits courts d'approvisionnement alimentaire au centre de la production durable et de la consommation des produits alimentaires. Un large éventail de stratégies et de programmes de financement soutient ce développement. Cependant, une meilleure communication et une plus grande collaboration entre les ministères sont nécessaires au niveau national. En outre, une approche uniforme est souhaitable. De même, un meilleur échange d'expériences globales et un meilleur réseautage pourraient être utiles. Une meilleure couverture statistique est également importante, notamment pour mieux planifier les pratiques de consultation (Krauch 2022).

Néanmoins, les agriculteurs se retrouvent dans une situation unique avec un nombre croissant de possibilités de financement, une évolution des habitudes de consommation et l'Internet qui donne accès à l'information et qui constitue une source d'inspiration. La première étape pour un agriculteur consisterait à réaliser une analyse approfondie du rôle potentiel de l'exploitation dans un circuit court d'approvisionnement alimentaire. La deuxième étape consisterait à développer un concept réaliste de ferme en tant qu'entreprise. L'application des structures existantes de soutien et des supports d'information en ligne pourrait être utile pour développer une approche innovante. Quant à la troisième étape, il s'agirait de la mise en œuvre de la nouvelle approche. L'objectif des circuits courts est de rendre la production alimentaire plus flexible. Cette démarche profiterait à l'agriculteur et au client, et contribuerait à la durabilité du secteur agricole.

Le Team



Association of Private Farming
of the Czech Republic
La République tchèque
www.asz.cz



Conseil Européen des Jeunes
Agriculteurs
la Belgique
www.ceja.eu



Confederazione Italiana
Agricoltori Toscana
L'Italie
www.ciatoscana.it



Institut für Ländliche
Strukturforschung
L'Allemagne
www.ifls.de



On Projects Advising
L'Espagne
www.onprojects.es



Stichting Slow Food Youth
Network
Les Pays-Bas
www.slowfoodyouthnetwork.eu

Sources

- Affinita, Valention ; employé à *Terra!*, une association environnementale basée en Italie.
- Bauernverband eV (2020) : Situationsbericht 19/20. Internet : <https://www.bauernverband.de/situationsbericht-19/1-landwirtschaft-und-gesamtwirtschaft/15-lebensmittelhandel-und-verbraucher-trends>. (2.05.22).
- Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (2017) : Direktvermarktung- Wichtige Rechtsvorschriften für die Direktvermarktung. Internet : https://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/agrarpolitik/dateien/direktvermarktung_2017_web.pdf (25.04.22).
- BMEL (2019a): Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft- Anforderungen an die Lebensmittelhygiene in Primärerzeugung, Produktion, Verarbeitung und Vertrieb. Internet : <https://www.bmel.de/DE/themen/verbraucherschutz/lebensmittel-hygiene/lebensmittelhygiene-im-handel.html> (25.04.22).
- BMEL (2019b) : Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft- Landtourismus und Direktvermarktung. Internet : <https://www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/foerderung-des-laendlichen-raumes/bund-und-laender-foerderung/steckbrief-diversifizierung.html> (2.05.22).
- BMEL (2019c) : Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft- Förderung landwirtschaftlicher Unternehmen ab 2020. Internet : https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/FoerderungLandwUnternehmen2020.pdf?__blob=publicationFile&v=8 (2.05.22).
- Böhm, M. et C. Krämer (2020): InnoDirekt- Neue und innovateur Formen der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte - Analyse und Erarbeitung von Handlungsempfehlungen. BMEL, Freising.
- Burgess, Patrick ; professeur de gestion de la chaîne d'approvisionnement alimentaire et de logistique à l'Université des sciences appliquées Aeres à Almere, aux Pays-Bas.
- BzFE (2020) : Bundeszentrum für Ernährung- Direktvermarktung : Der Einkauf beim Bauern liegt im Trend. Internet : <https://www.bzfe.de/nachhaltiger-konsum/einkaufsorte-finden/direktvermarktung/> (26.05.22).
- Candel, Jeroen; Associate Professor, Wageningen University and Research.
- NOTICE DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS Une stratégie *de la ferme à l'assiette* pour un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement, mai 2020. Disponible ici : https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:ea0f9f73-9ab2-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF.
- Dorigon, Caio : coordinateur du réseau *Amérique latine et Caraïbes* et chef de projet à *Slow Food International* à Bra, Italie.
- DUŽÍ, B. (2022) : Suite à la pandémie, les recherches ont démontré que les ménages tchèques se fiaient davantage aux sources locales. *Selská revue*, 12 (2), pp.26-28.
- Di Rubbo, Pasquale; Policy Analyst at the European Commission (DG AGRI).
- EcoLOGICAL. La evolución de la Cadena de Valor del Sector bio Nacional. 2019. Disponible en ligne : <https://www.ecological.bio/es/la-cadena-de-valor-del-sector-ecologico/> (consulté le 10 septembre 2020).
- EKOALDE : <https://www.ekoalde.org/es>.
- EUR-Lex - 32013R1305 - EN - EUR-Lex (europa.eu).
- European Farming, COPA COGECA, consulted on the 24/03/22 : [ps://www.copa-cogeca.eu/EUROPEANFARMING](https://www.copa-cogeca.eu/EUROPEANFARMING).
- Förderdatenbank (2022) : Förderdatenbank des Bundes. Internet : <https://www.foerderdatenbank.de> (2.05.22).
- IMIDRA 2018 https://www.comunidad.madrid/sites/default/files/doc/medio-ambiente/_canales_cortos_de_comercializacion_en_la_cm_0.pdf.
- Krauch, Sigrun; LLH, Consulting Team Acquisition Combinations.
- Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.
- Landwirtschaftskammer Niedersachsen (2022): Direktvermarktungsbetriebe werden mehr. Internet : https://www.lwk-niedersachsen.de/lwk/news/38640_Direktvermarktungsbetriebe_werden_mehr (26.04.22).
- Lauri, Marina: DIRECTEUR TOSCAN DE L'ANCI - ASSOCIATION NATIONALE DES MUNICIPALITÉS ITALIENNES.
- Région de Liberec (2022): Environnement et agriculture. 8.3 Soutien à l'agriculture, à l'apiculture et à la production locale. En ligne <https://dotace.kraj-lbc.cz/zivotni-prostredi-a-zemedelstvi/8-3-podpora-zemedelstvi-vcelarstvi-a-lokalni-produkce-d453672.htm> (31st mars 2022).
- Nielsen Admosphere (2021): Recherche : « on préfère acheter les produits alimentaires au supermarché, 9 Tchèques sur 10 s'intéressent au pays d'origine des produits. En ligne <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/vyzkum-pro-potravinu-chodime-nejradsi-do-supermarketu-9-z-10-cechu-zajima-zeme-puvodu-produktu> (21 mars 2022).
- Pantzer, Yael; Chargée de mission, Slow Food.
- Pagliali, Andrea : PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION « LA SPESA IN CAMPAGNA » TOSCANE.

- Règlement (UE) n° 1305/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 concernant le soutien au développement rural par le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader) et abrogeant le règlement (CE) n° 1698/2005 du Conseil : EUR-Lex - 32013R1305 - EN - EUR-Lex (europa.eu).
- Rettner, S. (2020): Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse. KTBL, Darmstadt. Internet : https://www.ktbl.de/fileadmin/user_upload/Artikel/Management/Direktvermarktung/Direktvermarktung.pdf (25.04.22).
- Rodríguez A V. Análisis de los canales cortos de comercialización en la Comunidad Autónoma de Madrid: caso práctico sobre la comarca de las Vegas.
- Sevilla Guzmán E, Soler Montiel M, Gallar Hernández D, Vara Sánchez I, Calle Collado A (2012). Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia e Igualdad, Junta de Andalucía, 201(2).
- Briefing sur les circuits courts d’approvisionnement alimentaire et les systèmes alimentaires locaux au sein de l'UE, Service de recherche du Parlement européen, septembre 2016 : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI\(2016\)586650_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf) .
- Statistisches Bundesamt (2020): Landwirtschaftlichen Betrieben mit zusätzlichen Einkommensquellen. Internet: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/09/PD21_N056_41.html;jsessionid=4770DD39EC8CEDD3BEEF9D3DE050A0E1.live732 (25.04.22).
- Sterly, Simone; *Institut de Recherche sur le Développement Rural*, Chef de Division : Perspectives internationales, politique agricole et développement rural
- Guide stratégique des circuits courts d’approvisionnement alimentaire, projet de recherche *Strength2Food*, 2021. Disponible ici : STF_3 SUSTAINABLE_MASTER.indd (strength2food.eu)_
- Enquête sur les besoins financiers et l'accès au financement des entreprises agricoles de l'UE, *FICOMPASS*, 2019. Disponible ici : Enquête sur les besoins financiers et l'accès au financement des entreprises agricoles de l'UE | fi-compass.
- Wille, S., Spiller, A. und M. von Meyer-Höfer (2018) : Lage, Lage, Lage ? Welche Rolle spielt der Standort für die landwirtschaftliche Direktvermarktung ? Diskussionsbeitrag, n° 1808, Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung (DARE), Göttingen
- Wille, S., Spiller, A. et M. von Meyer-Höfer (2019) : Typologie zukunftsorientierter landwirtschaftlicher Direktvermarktungsbetriebe : Eine empirische Analyse in Deutschland. Dans: *Journal allemand d'économie agricole*. 68 (3): 156-166.