

## Société | Alimentation : circuits courts, utopie ou réalité ?



À l'heure où la Covid a mis l'économie à l'arrêt, certains agriculteurs ont réussi à tirer leur épingle du jeu. Leur atout ? Les circuits courts et la vente directe. Si la demande de produits frais et locaux a explosé du fait des confinements, ce phénomène est-il éphémère ou voué à se pérenniser ? À Limoges, un débat s'est tenu sur le sujet, en compagnie de Claire Mathé, agricultrice à Guéret, Olivier Beucherie, spécialiste du marketing agro-alimentaire, Thierry Pousson, gestionnaire du Lycée de Navarre à Saint Jean Pied de Port et Jacques Mathé, économiste rural et professeur à l'Université de Poitiers.

Les confinements successifs liés au Covid-19 ont chamboulé les modes de consommations des citoyens. Pour symboliser ce changement, le boom des circuits courts et de la vente directe depuis l'année 2020. Rien qu'en Nouvelle-Aquitaine, 20 % des exploitations privilégiaient la vente directe. « Un chiffre en constante hausse depuis plusieurs années », avance Luc Servant, président de la Chambre d'Agriculture de Nouvelle-Aquitaine. Selon lui, cette explosion de la demande en circuit court est en train de s'essouffler, mais la tendance se poursuit. « Aujourd'hui plus que jamais, les circuits courts et la vente directe créent de l'emploi et du lien », assure l'agriculteur charentais-maritime.

Pour illustrer cette affirmation, prenons l'exemple de [la ferme de Beauregard, à vingt kilomètres de Limoges](#). Pierre-Alexandre Picat a repris l'exploitation familiale, qui repose uniquement sur de la vente directe. Le producteur de foie gras emploie 15 personnes, pour assurer l'élevage et la transformation du produit. Malgré le contexte sanitaire tendu, à l'image de la fermeture des restaurants, l'exploitation assure 11 marchés par semaines et vise un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros. « Le retour au terroir marche », souligne le producteur limougeaud.

### « Attention à la signification de 'local' »

S'il a été délaissé des années durant, au profit de l'agriculture industrielle et de la grande distribution, le circuit court a toujours existé. « Au début, tout le monde vendait ses produits comme cela », précise Jacques Mathé, professeur à l'Université de Poitiers. Selon lui, un changement de mentalité s'est opéré dans les années 90, avec

la crise de la vache folle. « Ça été une prise de conscience majeure dans l'esprit des consommateurs : il fallait faire attention à ce qu'on mangeait, et d'où ça venait, le plus proche était le mieux », poursuit-il.

Qui dit local ne veut pas dire circuit court pour autant. En effet, pour Olivier Beucherie, spécialiste du marketing agro-alimentaire, il faut faire attention au choix des mots. « Les adjectifs valorisent le produit : local, régional... Le problème c'est qu'un produit local peut faire 10 kilomètres comme 1000 suivant à quelle échelle nous nous situons. Pour certains, le local est tout simplement produit en France », prévient-il. Olivier Beucherie note tout de même un bond en avant de la part des consommateurs, puisqu'ils étaient plus de 20% à privilégier des produits locaux en 2020, contre 9% en 2010.

## Covid, accélérateur de solidarités

L'explosion du recours aux circuits courts durant les premiers confinements ne s'est pas faite toute seule. Elle a été possible sous l'impulsion de professionnels ou d'institutionnels qui ont su se réinventer pour trouver des solutions. Par exemple, dans le Pays Basque, Thierry Pousson est gestionnaire du Lycée de Navarre, à Saint-Jean-Pied-de-Port. Avec d'autres établissements, il a créé un groupement d'achat, permettant ainsi à plusieurs lycées de centraliser leurs achats et ainsi proposer des produits frais à la cantine scolaire. « Cela nous a permis de réaliser des lots géographiques et surtout de contractualiser avec des maraîchers », raconte Thierry Pousson. Pendant les confinements, il a également organisé l'opération « Des cantines aux familles ». Malgré la fermeture des cantines scolaires, les agriculteurs avaient besoin d'écouler leur stock. Le lycée de Navarre les a donc accueillis pour qu'ils commercialisent leurs produits directement auprès du grand public et des parents d'élèves.

La mise en valeur des circuits courts pendant la crise sanitaire s'est également faite grâce aux drives fermiers, portés par plusieurs Chambres d'Agriculture dont [la Gironde](#) et [les Pyrénées Atlantiques](#). Un autre outil a permis de valoriser, avec succès, les producteurs régionaux. En effet, l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine et le Conseil Régional ont [lancé le 31 mars 2020 la plateforme produits locaux de Nouvelle-Aquitaine](#). Elle a permis de mettre en relation 1700 producteurs et des centaines de milliers de consommateurs cherchant à s'alimenter avec des produits de qualité proches de chez eux.

Un dernier exemple de solidarité, du côté de Guéret (23). Claire Mathé, éleveuse bovine, s'est alliée avec 5 autres agriculteurs pour lancer à l'été 2020 une gamme de pâtes. « Cœur de Creuse » est fabriquée à partir du blé dur de l'exploitation, servant à nourrir les bêtes de Claire Mathé. Ces pâtes 100% creusoises ont eu tellement de succès que 7,5 tonnes de pâtes se sont vendues en un mois, « la production que nous avions à la base prévue pour l'année », sourit-elle.

Le débat, organisé à l'occasion des Rencontres de l'Alimentation Nouvelle Aquitaine, est à retrouver sur la [chaîne YouTube de l'AANA](#) et sur [l'AgriwebTV](#).

Yoan Denéchau

*Crédit Photo : Julien Privat  
Publié sur [aqui.fr](#) le 30/04/2021  
[Url de cet article](#)*