



LE PROJET HEALTHYGROWTH MAINTIEN DES VALEURS DANS LA CROISSANCE DE LA BIO

C. Lamine (INRA Ecodéveloppement Avignon)
24 janvier 2017



INTRODUCTION

Le projet Healthygrowth (*Value-based growth of organic food chains*)

Q : Comment les structures parviennent-elles à maintenir leurs valeurs au fil de leur processus de croissance? (équité, respect de l'environnement, proximité etc.)

Travaux existants sur les filières bio :

Nombreux sur les petites initiatives (niches) surtout dans l'espace européen

Ou ciblés sur une filière (viande, blé etc.)

➤ peu de travaux sur des initiatives moyennes et en particulier multi-produits

Approches des valeurs : via coordination, engagement etc., mais leur *dynamique* est peu questionnée

Débats sur la conventionnalisation de l'AB ; hypothèse de la bifurcation

➤ question de l'entre-deux, du « midscale »

➤ mais aussi des plus « gros » réseaux affirmant de fortes valeurs



INTRODUCTION

11 équipes, 22 cas d'études, 5 perspectives

Disciplines différentes : sociologie, gestion, économie, communication, sustainability sciences

Types de cas d'études :

Coopératives (Producteurs ou producteurs/consommateurs)

Producteurs/grossistes

Systèmes de paniers

Restauration collective

Territoires

Coordinator

Associate Professor Egon Noe,
Aarhus University, Denmark

Partners

Associate Professor Rebecka Milestad,
Royal Institute of Technology, Sweden

Dr Claire Lamine, INRA, France

Dr Hilde Bjørkhaug, Centre for Rural
Research, Norway

Associate Professor Andreja Borec,
University of Maribor, Slovenia

Associate Professor Markus Schermer,
University Innsbruck, Austria

Senior Researcher Helmi Risku-Norja, MTT
Agrifood, Finland

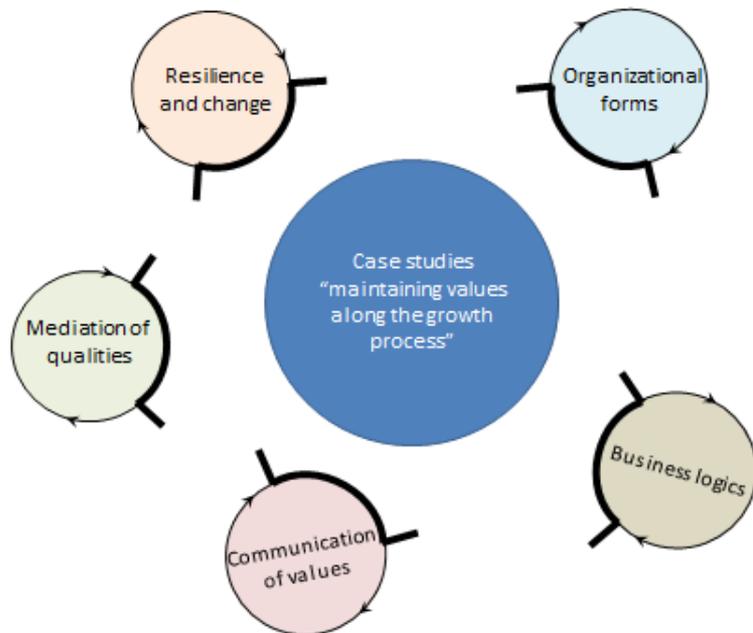
Dr Susanne von Muenchhausen,
University of Applied Sciences in
Sustainable Development in Eberswalde,
Germany

Associate Professor Handan, Giray,
Suleyman Demiral University and

Dr Adem Atasay, GDAR Directorate of Fruit
Research Station, Turkey

Dr Virgilijus Skulskis, Lithuanian Institute
of Agrarian Economics, Lithuania

UNE APPROCHE MULTI-PERSPECTIVE



- **Coordination et gouvernance**
- **Management**
- **Communication des valeurs**
- **Médiation des valeurs**
- **Résilience**

Chaque perspective a :

- **Son ancrage théorique**
- **Sa terminologie**
- **Son objet central**
- **Sa définition des valeurs**
- **Sa manière d'étudier leur dynamique**
- **Son hypothèse sur ce qui permet leur maintien**

DES OBJETS, DÉFINITIONS, HYPOTHÈSES DIFFÉRENTES

	Coordination and governance	Management, business logics	Communication des valeurs	Médiation des valeurs	Resilience
disciplines	Sociologie des organisations	Economie Management	Information Communication	Social systems theory	Approche résilience
Object Immédiat	Formes de gouvernance	Business logics/ management tools	Stratégies/flux de communication	Mediation des valeurs	Un système socio-écologique en évolution
Valeurs	Controverses et ajustements autour des valeurs clés	Shared values = Business goals	Valeurs incarnées par les modes de communication	Valeurs dans les liens de la chaîne	Valeurs comme conditions de la confiance
Hypothèse sur le maintien des valeurs	Des modes de coordination et gouvernance ouverts et dynamiques favorisent...	Une logique d'entreprise cohérente...	Des modes de substitution des contacts directs P/C	Chaque maillon de la chaîne doit porter les valeurs	La capacité d'apprentissage et adaptative

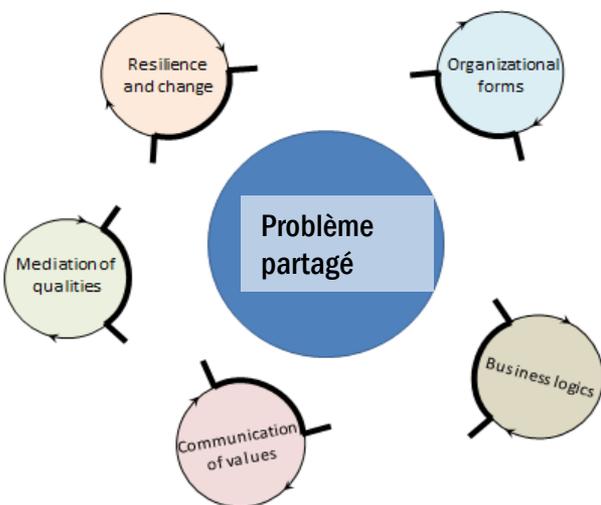
PRINCIPES D'UNE APPROCHE MULTI-PERSPECTIVE

1. Considérer les différentes approches scientifiques comme des perspectives d'observation (1^{er} ordre) ; il n'y a pas de position à partir de laquelle on puisse observer l'objet « réel »
2. La recherche interdisciplinaire suppose d'avoir un objet de recherche partagé, sachant que chaque perspective a son propre objet...
3. ... et un problème partagé (ici le maintien des valeurs dans la croissance)
4. L'observation des problèmes complexes est de « 2nd » ordre (observation des observations) mais suppose que les perspectives participent à la communication « poly-oculaire »

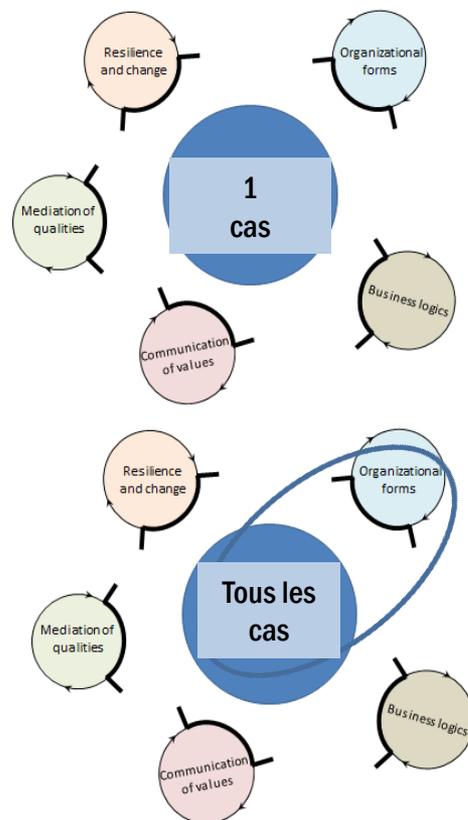
(Alrøe et Noe, 2014)

LES ÉTAPES CONCRÈTES DU PROJET HEALTHYGROWTH

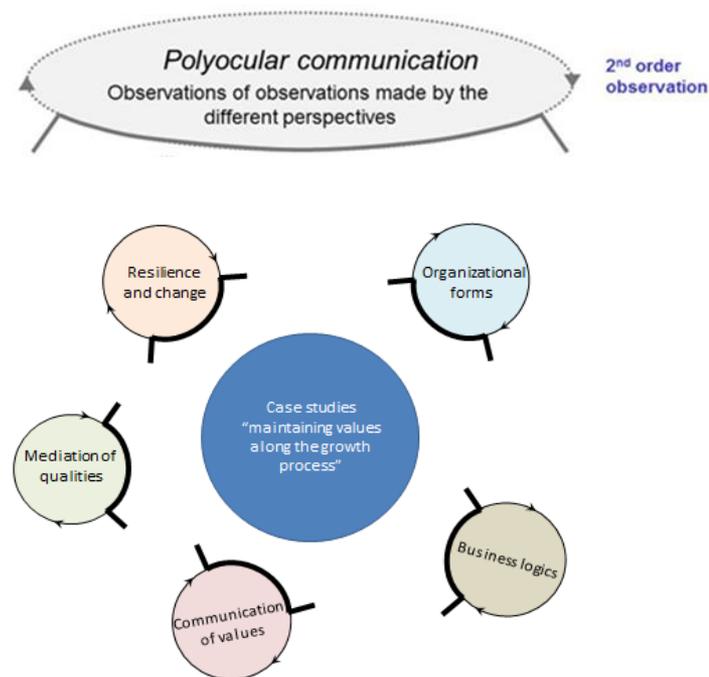
1. Définition du problème partagé



2. Recueil et analyse persp.



3. Analyse multi-perspective





LES 2 CAS FRANÇAIS

Biocoop, un réseau qui n'est plus « midscale » mais offre un recul pour s'interroger sur les effets des processus de croissance

Biovallée, une étude de cas territoriale (comparée à deux autres, en Autriche et en Italie)



LE CAS BIOCOOP

- 360 magasins indépendants et de taille moyenne dans toute la France en 2015
- ≈15% du marché du bio en 2012 (2.5% pour son principal concurrent bio, 47% pour les grandes surfaces « classiques »)
- Initialement des produits alimentaires et aujourd'hui tous types de produits (+6500, dont 1500 non alimentaires)
- Chiffre d'affaire : 580M€ en 2013
- 790 salariés en 2013 (460 en 2006)

- **14 entretiens** réalisés en 2014 auprès d'acteurs du réseau Sud Est (gérants de magasins, adjoints, plateforme), de producteurs biologiques ou leur groupement, de la FNAB, d'une coopérative hors réseau.
- **Différents documents** analysés : sites web, articles, rapports, études sur Biocoop et sur la filière fruits et légumes bios (voir version extensive en anglais)
- **« Retour » à une série d'entretiens** réalisés en 2002 et en 2006 (une cinquantaine) pour l'analyse des évolutions

TRAJECTOIRE DE BIOCOOP

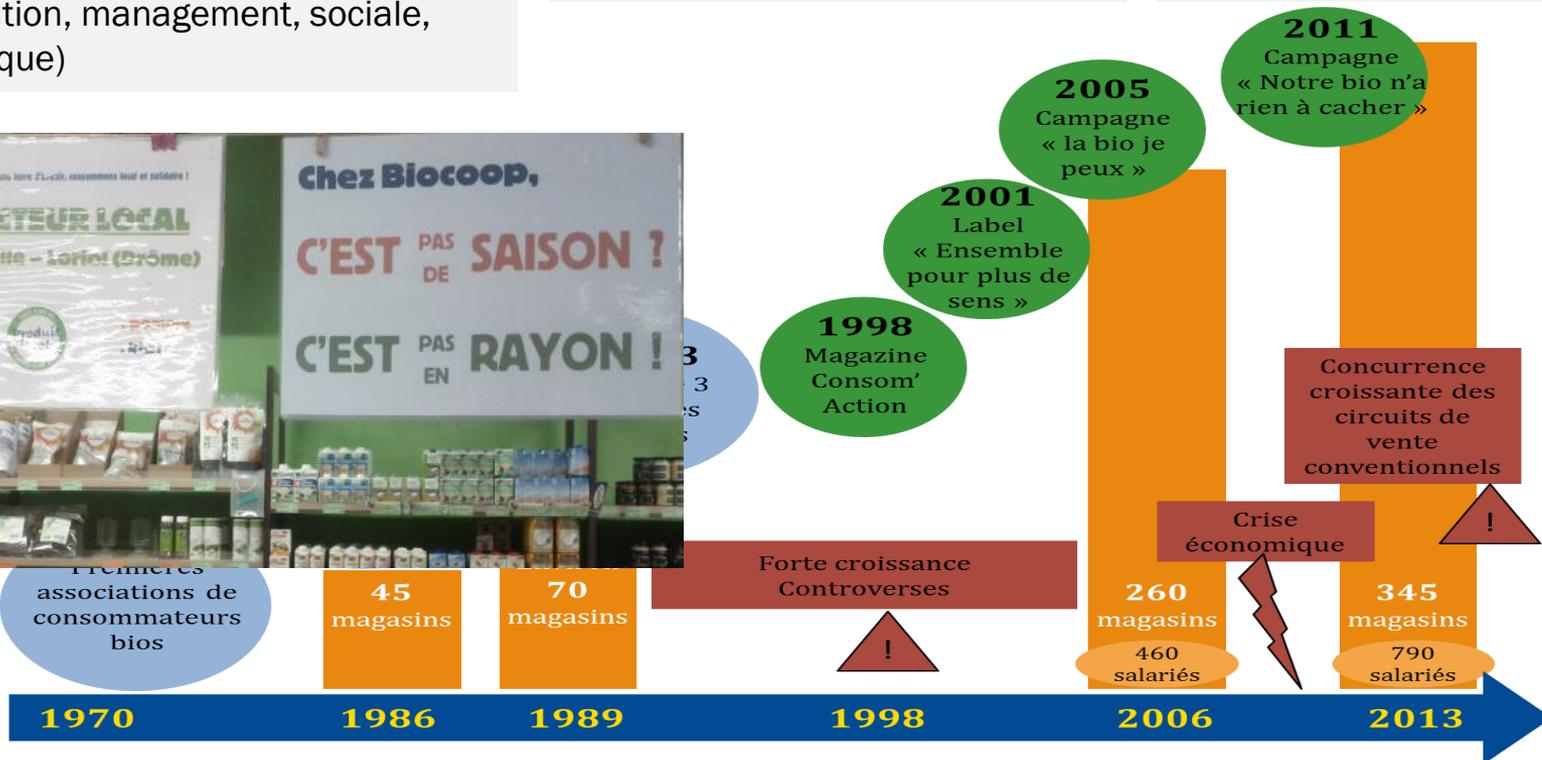
1^{ère} phase, 1986-1995 : croissance de Biocoop avec une affirmation et formalisation des valeurs fondamentales et des stratégies managériales très différentes de la distribution classique (4 conventions distribution, management, sociale, écologique)

2^{nde} phase 1990-2006 : mise en place d'outils de gestion et commerciaux rendant Biocoop plus comparable à la distribution classique -> fortes critiques en externe comme en interne

3^e phase : ajustement des stratégies managériales et commerciales afin de renforcer les valeurs (AB « paysanne », place des producteurs locaux, définition de la bio)



Premières associations de consommateurs bios

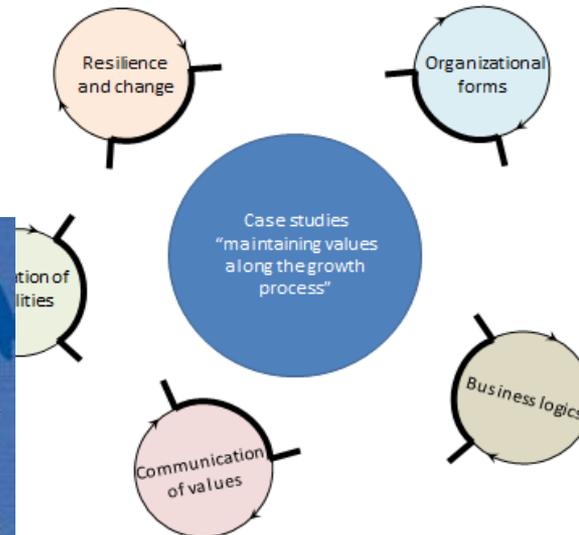


LES 5 PERSPECTIVES APPLIQUÉES AU CAS BIOCOOP

-> réaction aux « chocs et stress » par un renforcement des engagements et « professionnalisation »

-> médiation des valeurs au fil des maillons via les outils propres

-> établir et ajuster les modes de gouvernance pour associer une diversité de voix, maintenir des espaces de discussions à différents niveaux du réseau où se confrontent et discutent les valeurs (non sans conflits/sorties)



binasion d'outils de com centraux et ins autour des valeurs

Synthèse du cas Biocoop, diffusée aux acteurs enquêtés et à la direction Biocoop (en français) Lamine C., 2016. Participation à une table ronde sur la contribution de l'AB au développement », Journée Agriculture biologique, 5 juin 2016, Payzac, Ardèche Lamine C., Noe E., Bui S., 2016. Maintien des valeurs dans la croissance de la bio. Enseignements du projet HealthyGrowth, colloque CIAB, Rennes, 29 avril 2016.

NOTRE CHARTE

Notre réseau de magasins Biocoop a pour objectif le développement de l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération.

En partenariat avec les groupements de producteurs, nous créons des filières équitables fondées sur le respect de critères sociaux et écologiques exigeants.

Nous nous engageons sur la transparence de nos activités et la traçabilité de nos approvisionnements.

Présents dans les instances professionnelles, nous veillons à la qualité de l'agriculture biologique.

Nos biocoops sont des lieux d'échanges et de sensibilisation pour une consom'action responsable.

LE CAS BIOVALLÉE



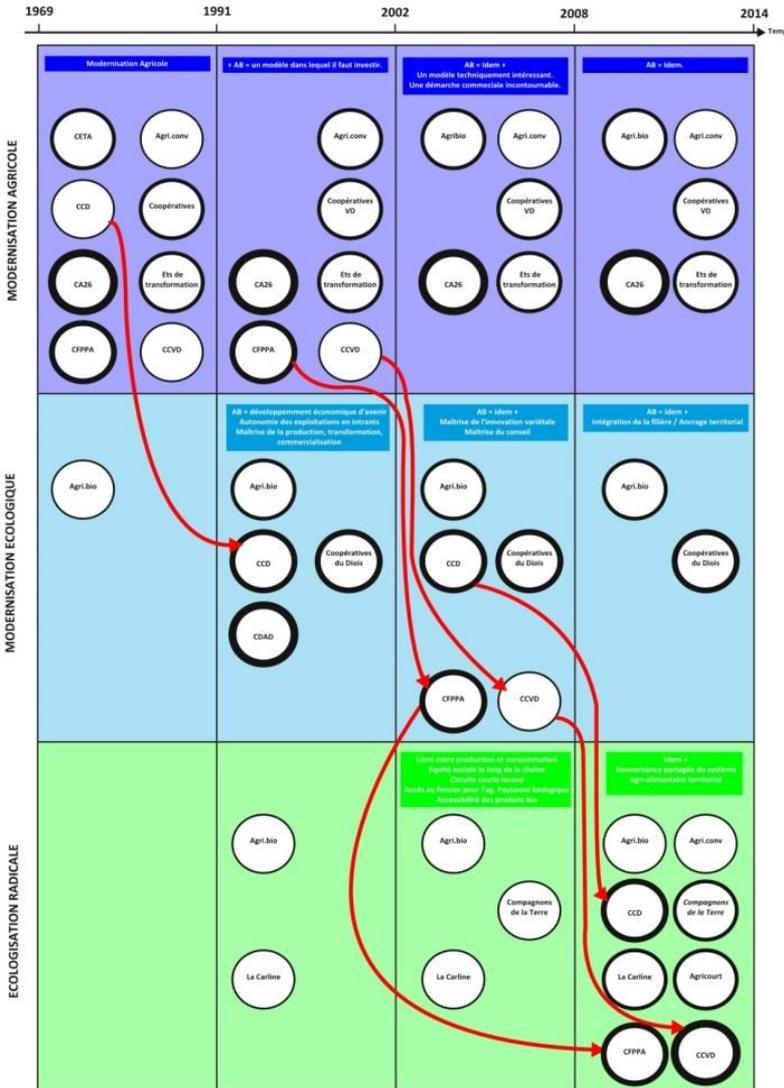
Superficie	2200 km ²
Population	54.000
Densité population	ca. 25/km ²
Taille moy expl	58 ha (fortes différences)
Municipalités	102
Districts	2
% expl bios	30% (vs 18% en 2008/09)

Une zone de montagne avec des structures peu « rationalisables » et diversifiées, une zone de plaine plus productive avec des structures plus spécialisées

Des filières bio dynamiques (PPAM, arboriculture, viticulture, céréaliculture, élevages avicoles, caprins)

La place singulière des « néo-ruraux »

LA TRAJECTOIRE DU SYSTÈME AGRI-ALIMENTAIRE DE BIOVALLEE



Emergence de deux paradigmes alternatifs (thèse S. Bui, 2015)
 1970s : une configuration sociotechnique dominante, regroupant producteurs, opérateurs économiques, organismes de conseil, enseignement agricole et intercommunalités autour du **paradigme de modernisation agricole**
 Puis émergence de deux configurations alternatives, résultant de l'alignement des conceptions et des pratiques de certains acteurs autour de paradigmes alternatifs.

- années 1990s, **paradigme de modernisation écologique** (coopératives)
- enrôlement (intercos) et intéressement (CA, CFPPA)
- mise à l'agenda de la bio chez l'ensemble des acteurs du système agri-alimentaire
- années 2000, **paradigme d'écologisation radicale** (société civile)

MAINTIEN ET AFFIRMATION DES VALEURS

... processus étudiés au travers des deux études de cas dans le cas :

La coopérative céréalière :

Convergence des valeurs coopératives (égalité et solidarité) et des valeurs de la bio (respect de l'environnement, qualité, santé)

La coopérative de consommateurs :

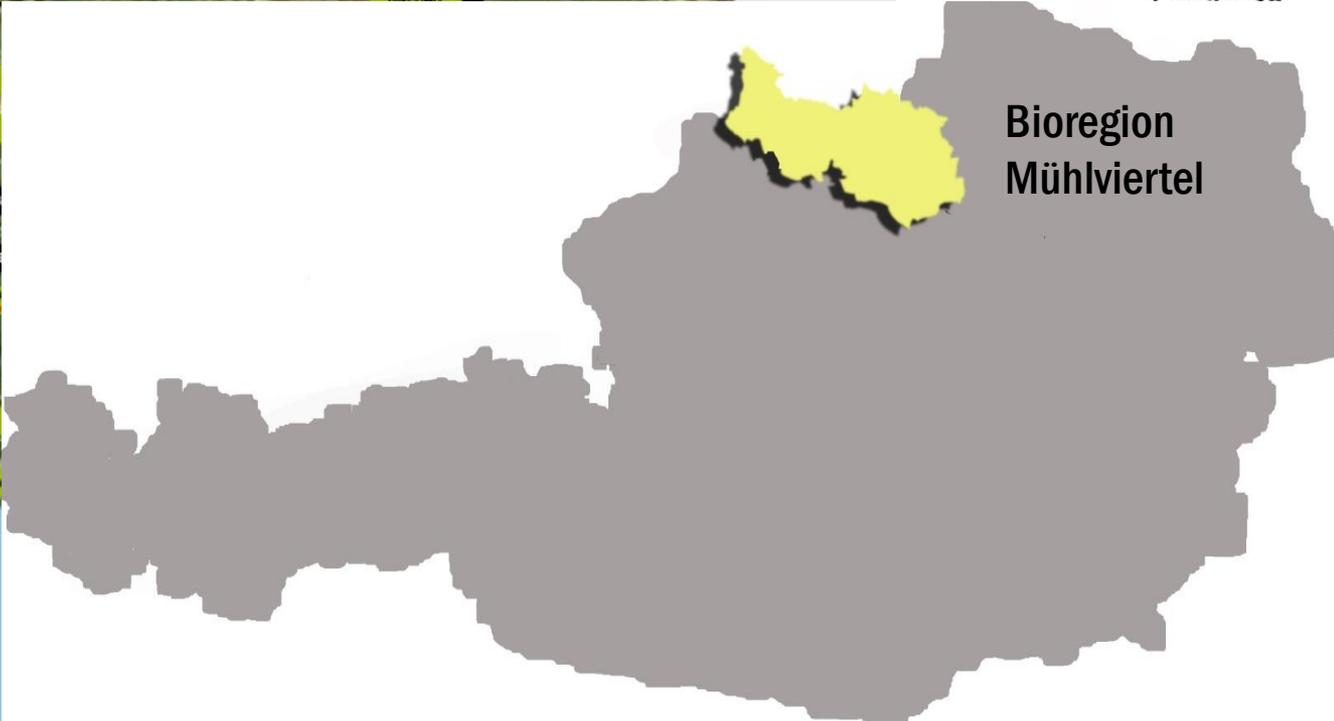
Des valeurs fortement affirmées (soutien à une petite agriculture locale et familiale, paysanne, prix rémunérateurs pour les producteurs) difficiles à mettre en pratique

Compromis entre valeurs militantes et contraintes opérationnelle (ex. critères de choix des fournisseurs, limites du « local »)



- Ascea -1-
- Auletta -2-
- Caggiano -3-
- Casal Velino -4-
- Castellabate -5-
- Castelnuovo Cilento -6-
- Castel San Lorenzo -7-
- Centola -8-
- Ceraso -9-
- Controne -10-
- Cuccaro Vetere -11-
- Gioi -12-

COMPARAISON DE 3 « BIORÉGIONS » FR, AU, IT



COMPARAISON DE 3 « BIORÉGIONS »

	Biovallee	Bioregion Mühlviertel	Biocilento
Area	2200 km ²	3090 km ²	3200 km ²
Population	54.000	270.000	
Population density	ca. 25/km ²	ca. 90/km ²	
Aver. farm Size	58 ha (but large differences)	20-30 ha	
Municipalities	102	122	32 (out of 95)
Districts	2	4	
% of Organic F	30% (vs 20% in in 2008/09)	27% (national average 18,5%)	15% (450 farms)
Foundation	2005	2002 (first idea) – 2010 (project)	2004
Institutional form	Public project + a Biovallee brand association	Public project	Association , + national biodistretti network
Leaders/ members	Districts	Leader regions, OF org., enterprises	Region, province, national parc, municipalities, AIAB
Use of the « brand »	<u>not</u> for products, based on a charter, run by an independent association	for products, and based on criteria	for products, and based on criteria

POINTS COMMUNS ET DIFFÉRENCES, QUESTIONS

Une agriculture assez diversifiée (moins en AU), donc une ambition/action inter-filières
Focus sur agriculture et tourisme (AU/IT) ou stratégie d'écologisation plus large (FR)

Des régions où la bio est historiquement forte (pionniers), mais une sociologie des agriculteurs et des habitants très différentes (plus de néoruraux en FR vs AU)

➤ des conceptions différentes de ce que peut être une biorégion...

Poids respectif des collectivités locales, des acteurs agricoles, de la société civile

➤ quelle implication des différents acteurs dans les modes de gouvernance ?

Dépendance assez forte à des personnes clés, difficultés d'identification et de reconnaissance par les agriculteurs et habitants, une montée en légitimité difficile

➤ quelles formes de participation ? Quelles controverses ?

Une dynamique reconnue, des « innovations sociales » fortes (ex. Biovallée : l'espace test, l'observatoire du bien-être, les actions sur la restauration collective)

➤ Quelle reproductibilité? Rôle des réseaux, nationaux / internationaux

INTERVENTIONS EN FRANCE

- ❖ **Lamine C., 2016.** Participation à une table ronde sur la contribution de l'AB au développement », Journée AB, 5 juin 2016, Payzac, Ardèche
- ❖ **Lamine C., Noe E., Bui S., 2016.** Maintien des valeurs dans la croissance de la bio. Enseignements du projet HealthyGrowth, colloque CIAB, Rennes, 29 avril 2016.
<https://www6.inra.fr/ciag/Revue/Volumes-publies-en-2016/Volume-51-Mai-2016>
- ❖ **Munchhausen S., Lamine C., 2015.** Chaînes de valeurs et territoires dans le projet européen « Healthy Growth », Salon Tech'n' Bio, Valence, 24 septembre 2015
- ❖ **Lamine C., 2015** Reconnecter agriculture et alimentation : Des liens directs entre paysans et consommateurs bio... vers des changements plus larges des systèmes agri-alimentaires ?, conférence invitée, AG Corabio, 26 mars 2015
- ❖ **Lamine C., Bui S., 2014.** Territorial transitions dynamics towards organic farming. Confrontation of Italian, Austrian and French case studies, Journée d'échanges Biovallée (chercheurs et acteurs), 4 décembre 2014
- ❖ **Lamine C., Bui S., 2014.** Organisation de la journée d'études sur les dynamiques territoriales de transition vers l'AB et l'écologisation des systèmes agri-alimentaires, sur le thème des biorégions, à Eurre (Biovallée), le 10 juin 2014, avec des chercheurs français, autrichiens et italiens, et des acteurs locaux
- ❖ **Lamine C., 2014.** Conférence invitée comme grand témoin de l'AG 2014 de la FNAB et présentation du projet Healthygrowth, Marseille, 26 mars 2014



Liste des documents produits

- ❖ Synthèse du cas Biocoop, diffusée aux acteurs enquêtés et à la direction Biocoop (en français)
- ❖ Synthèses de 2 pages de chaque cas (en anglais)
- ❖ Les 2 études de cas extensives Biocoop et Biovallée (en anglais, sur le site du projet www.healthygrowth.eu)
- ❖ Thèse de S. Bui, « Pour une approche territoriale des transitions écologiques : analyse de la transition vers l'agroécologie dans la Biovallée », co-dirigée par C. Lamine et M.Cerf, soutenue en décembre 2015 (en français)

Suites du partenariat avec les acteurs

- ❖ Projet de recherche-action porté par Biovallée « Interagir pour penser autrement le changement de pratiques agricoles et alimentaires » (Fondation de France)
- ❖ Projet ERC en cours de montage



CONCLUSION

La question du maintien des valeurs dans la croissance peut être vu sous divers angles et l'analyse multi-perspectives souligne 3 facteurs clé :

- un processus continu de réaffirmation et parfois de redéfinition des valeurs (ou d'ajout de nouvelles valeurs)
- une synchronisation des horizons temporels des différents acteurs permet de stabiliser les attentes et engagements réciproques
- des processus de professionnalisation non seulement au sens managérial mais aussi au sens des compétences relationnelles, participation etc.

Des enseignements plus larges :

- Des trajectoires de croissance (growth pathways) différentes, mais des conditions communes
- Importance de la réflexivité mutuelle (reconnaitre nos interdépendances avec les autres et des autres entre eux)
- Retour sur la conventionnalisation : une vision dynamique (travail sur les valeurs), pas dichotomique (conventionnel/alternatif), mais « re-différenciation »