

# Sommaire

## État des lieux (étude bibliographique)

8-28

CONTEXTE ET DÉFINITION .....	8
LES DIFFÉRENTES FORMES DE CIRCUIT COURT.....	11
Les AMAP .....	12
Les points de vente collectifs (PVC) .....	13
Autres formes de circuits courts.....	14
UNE QUANTIFICATION EN ATTENTE DE CONFIRMATION ....	15
DES CONSOMMATEURS HÉDONISTES ET ENGAGÉS.....	17
DES MOTIVATIONS PLURIELLES POUR LES PRODUCTEURS...21	
Gestion du temps et nouvelles compétences techniques .	24
LE CAS DES COOPÉRATIVES .....	25
LE CHAMP D'ANALYSE PROPOSÉ PAR LE CTIFL .....	27

## L'approvisionnement direct producteurs/magasins

29-56

LES MOTIVATIONS DES MAGASINS .....	29
Fraîcheur .....	29
Différenciation .....	30
Avantages organisationnels.....	31
LES MOTIVATIONS DES PRODUCTEURS FOURNISSEURS ....	32
LES VOLUMES ENGAGÉS .....	32
L'ÉVOLUTION VERS UNE FORMALISATION DE CE MODE D'APPROVISIONNEMENT.....	33

QUELQUES EXEMPLES D'INITIATIVES AMONT .....	36
Tradition maraîchère.....	36
Saveurs du coin .....	37
Des coopératives qui s'engagent.....	40
Le cas de la SICASELI avec les magasins Gamm Vert ..	40
Le cas des magasins Point Vert .....	41
 UN EXEMPLE D'INITIATIVE AVALE.....	43
C'est du coin, Produit de chez nous .....	43
 DES APPROVISIONNEMENTS QUI JOUENT LA PROXIMITÉ SANS ÊTRE ASSIMILÉS AUX CIRCUITS COURTS .....	45
Système U d'Alsace.....	45
Le Petit Producteur.....	46
 DES QUESTIONNEMENTS MULTIPLES.....	49
Du circuit court au circuit de proximité.....	49
Un développement sans limites des ventes directes à la distribution? .....	49
Opposition gouvernance filière/gouvernance territoriale.....	51
Opportunités et menaces pour les acteurs de la filière.....	54
Côté amont .....	55
Côté aval.....	56

Conclusion 57-58

Bibliographie 59-61