

Définir les dimensions socio-économiques de l'agroécologie : entre principes et pratiques

Le cas concret du principe d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés

Antoinette M. Dumont¹, Pierre M. Stassart², Gaëtan
Vanloqueren³, Philippe V. Baret¹

¹*Earth and Life Institute, Université catholique de Louvain, Belgium*

²*SEED, Université de Liège, Belgium*

³*Université catholique de Louvain / ICHEC-Brussels Management School, Belgium*

Contact : Antoinette Dumont,
ELIA, Croix du Sud, 2 boîte L7.05.14, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgium
Tel. : +32 10 47 30 46
E-mail : antoinette.dumont@uclouvain.be ; dumont.antoINETTE@gmail.com

Abstract : Le concept d'agroécologie est de plus en plus mobilisé en Europe. Toutefois, les dimensions socio-économiques de cette alternative au modèle productiviste restent encore peu qualifiées dans le monde académique. Par ailleurs, comme tout courant qui cherche à se définir, l'agroécologie doit affronter le débat entre ceux qui en ont une conception large et ceux qui préfèrent une définition plus restrictive. Notre démarche vise à clarifier ces deux problématiques. D'une part, une étude de la littérature grise et scientifique a permis d'identifier une première liste de principes socio-économiques de l'agroécologie. D'autre part, nous avons analysé ce qui distingue les principes théoriques de leur application pratique en étudiant en particulier le principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* tel que mis en oeuvre par trois organisations de producteurs belges. Des entretiens semi-directifs ont été effectués auprès des différents acteurs de ces trois organisations : *Agribio*, une coopérative céréalière ; *les Grosses Légumes* un réseau de ménages, producteurs et citoyens membres qui organisent la production et la distribution de paniers de légumes ; et enfin, la *Faircoop*, une coopérative de producteurs laitiers née au sommet de la crise laitière. Les entretiens ont ensuite été analysés selon une démarche inspirée de la théorie de la justification de Boltanski et Thévenot. L'étude de la mise en application du principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* au sein des trois cas d'étude rend compte des différences qui existent entre les principes qui décrivent un horizon vers lequel l'agroécologie tend et les principes mis en oeuvre par les acteurs de terrain. Ces différences existent tant au sein même d'une organisation de producteurs, qu'entre organisations distinctes.

Introduction

Les penseurs les plus influents de l'agroécologie – tels que Miguel Altieri et Eduardo Guzman – ont initialement défini l'agroécologie en se restreignant à une approche écosystémique, tout en la situant dans le cadre d'une critique politique du système productiviste (Stassart et al. 2012; Tripp 2008). Aujourd'hui encore, une des définitions la plus souvent mobilisée est celle écrite par Altieri en 1995. Elle consiste en cinq principes d'ordre éco-systémique (Altieri 1995). On retrouve également dans la littérature des définitions, indicateurs, seuils et principes pour délimiter ce qu'est un système agroécologique mais aucun ne traduit les dimensions socio-économiques avec le même niveau de clarification que pour les axes agronomique et écologique.

Le présent article vise à contribuer à clarifier les dimensions sociales et économiques de l'agroécologie dans un contexte européen. Rendre ces dimensions plus concrètes et visibles dans la littérature scientifique apparaît crucial. Sans cela, des aspects fondamentaux de l'agroécologie, tels que sa visée émancipatrice et créatrice de capacités collectives, son intégration de savoirs locaux et scientifiques, sa dimension territoriale, sa mobilisation par des réseaux multi-acteurs et son lien avec la souveraineté alimentaire pourraient rester dans l'ombre (Gonzalez de Molina 2013; Holt-Giménez and Altieri 2012; Stassart et al. 2012). Dans une perspective européenne, ce point semble d'autant plus important que l'agroécologie commence à apparaître à l'agenda politique : c'est notamment le cas du ministre français de l'agriculture qui souhaite faire de son pays un pionnier en agroécologie (Le Foll 2013). Par ailleurs, la théorie de la transition (Geels and Schot 2007) suggère, à notre sens, qu'il importe d'articuler entre elles les différentes innovations qui prétendent relever de l'agroécologie pour qu'une transition agroécologique s'opère. L'identification de principes peut contribuer à favoriser une telle articulation.

Plus spécifiquement, cette étude tente de répondre à un double objectif. En premier lieu, elle vise à répondre à un manque dans la littérature : l'absence de principes socio-économiques de l'agroécologie. En second lieu, elle cherche à comprendre l'écart entre les principes théoriques et leur application pratique en étudiant en particulier le principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* tel que mis en oeuvre par trois organisations de producteurs belges.

Pour répondre au premier objectif, une liste de principes est proposée. Il a été choisi de ne pas limiter la littérature de référence aux documents et publications des acteurs s'identifiant explicitement au cadre de l'agroécologie. Pour le deuxième objectif de la présente étude, nous nous sommes inspirés de la théorie dite *de la justification* développée par Boltanski et Thévenot (1991) pour analyser la distinction entre les principes théoriques, présents dans la littérature, des principes à l'oeuvre dans les pratiques. Pour ce faire, nous nous sommes intéressés aux comportements des individus quels que soient leur catégorie sociale et leur niveau de pouvoir, et avons considéré les personnes en situation dans leurs rapports aux autres et aux choses quand elles cherchent à justifier leur conduite.

Les études de cas choisies concernent trois organisations de producteurs belges qui présentaient *a priori* une dimension agroécologique et qui cherchent toutes à se réappropriier l'ensemble du système alimentaire. *Agribio* est une coopérative agricole de céréales biologiques qui gère elle-même l'ensemble des étapes depuis la production jusqu'à la commercialisation. *Les Grosses Légumes* sont un réseau de producteurs, consommateurs et membres d'une ASBL¹ impliqués dans la production de légumes biologiques. Enfin, la coopérative *Faircoop*, née au cours de la crise laitière en 2009,

¹ Equivalent d'une « Association loi de 1901 » en France.

regroupe des producteurs laitiers de l'ensemble du territoire belge qui vendent le lait *Fairebel* revendiqué commerce équitable, dans les grandes surfaces. Nous appellerons ces trois dispositifs des organisations de producteurs.

1. Définir des principes socio-économiques de l'agroécologie

1.1. Quels enjeux ?

Dans la littérature, principes, définitions, indicateurs et seuils sont proposés pour définir l'agroécologie (Koochafkan, Altieri, and Holt Giménez 2011). Pour en établir les dimensions socio-économiques, nous avons choisi de nous baser sur des principes, et ce pour deux raisons. Premièrement, les principes permettent une plus grande flexibilité ; particulièrement parce qu'ils peuvent être étudiés de manière contextualisée ou non, contrairement aux indicateurs et seuils qui nécessitent une contextualisation importante puisqu'ils sont plus précis et restrictifs. Deuxièmement, il nous a semblé important de compléter la définition d'Altieri, aujourd'hui encore la plus couramment mobilisée, qui consiste en cinq principes. Ceci permettrait d'aboutir à une première définition plus complète de l'agroécologie qui n'omette pas les dimensions socio-économiques.

Le SAD (Département « Sciences pour l'action et le développement » de l'INRA) et, plus tard, le GIRAF (Groupe interdisciplinaire de recherche en agroécologie du FNRS², Belgique) ont récemment contribué à cette mise à jour des principes historiques. Le SAD a ajouté quatre principes. L'un d'eux complète les principes d'Altieri en demandant de favoriser l'agro-biodiversité des systèmes de production comme point d'entrée pour assurer une souveraineté alimentaire et une autonomie aux producteurs. Les trois autres sont des principes méthodologiques et de gestion de la recherche. Ils insistent sur l'importance d'intégrer de multiples critères, une variabilité spatio-temporelle des ressources dans la recherche ainsi que l'exploration de situations éloignées des optima locaux (Tichit et al. 2010). Le GIRAF a ajouté quatre autres principes : un principe méthodologique qui rend explicite l'importance d'établir des dispositifs de recherche participatifs, et trois principes socio-économiques. Ceux-ci appuient la nécessité de créer des connaissances et des capacités d'adaptation collective, de favoriser les possibilités d'autonomie par rapport aux marchés et de valoriser la diversité des savoirs. Ces principes ont été construits à partir de la littérature agroécologique. Mais le GIRAF, dans sa publication, souligne la nécessité d'améliorer les trois principes socio-économiques en les confrontant à des expériences de terrain (Stassart et al. 2012).

1.2. Principes socio-économiques liés à l'agroécologie : revue de la littérature

Afin de mieux saisir en quoi pourraient consister des principes socio-économiques de l'agroécologie, il a été choisi de ne pas limiter la littérature de référence aux documents et publications des acteurs s'identifiant explicitement au mouvement de l'agroécologie. Les mouvements agricoles alternatifs à l'agriculture conventionnelle, du commerce équitable, des entreprises coopératives et de l'économie sociale et solidaire – quatre courants que nous avons considérés comme proches de l'agroécologie – ont également été pris en considération.

Le TABLEAU 1 reprend les principaux « thèmes » des principes socio-économiques identifiés dans la littérature. Les principes développés par les organisations étaient souvent plus détaillés, restrictifs et liés à des contextes locaux différents ; ils ont en conséquence été regroupés par thèmes. Nous avons choisi, dans un premier temps, de ne pas fusionner des thèmes qui paraîtraient se recouper afin de

² Fond national belge pour la recherche scientifique.

maximiser la finesse de l'analyse, au détriment d'une certaine reproductibilité de cette dernière.

TABLEAU 1 Principaux thèmes des principes socio-économiques identifiés dans la littérature

Thème	Brève présentation
1. Diversité des savoirs et capacité de les transférer ^{AC*, CO*}	Les savoirs traditionnels, empiriques et scientifiques sont échangés entre les membres d'une organisation
2. Durabilité et capacité d'adaptation ^{CE*, AC, CO}	Durabilité et capacité d'adaptation des organisations via, principalement, leur appartenance à un réseau de producteurs, consommateurs, conseillers techniques et scientifiques
3. Partenariat entre producteurs et consommateurs ^{CE, AC, ESS*}	Partenariat marqué par la présence, formelle ou non, d'un contrat social entre producteurs et consommateurs
4. Accès et autonomie par rapport au marché ^{CE, AC, CO}	Accès et autonomie par rapport aux marchés pour les producteurs et toute structure collective de production ou transformation
5. Gouvernance démocratique ^{CE, AC, CO, ESS}	Le pouvoir des membres d'une organisation n'est pas basé sur leur capital ; les décisions sont prises via un processus démocratique
6. Partage de l'organisation ^{CE, AC, CO, ESS}	Co-organisation des producteurs et/ou des acteurs des étapes de transformation
7. Proximité géographique ^{CE, AC, ESS}	Proximité géographique entre les parties prenantes des différentes étapes de production, transformation et consommation
8. Limitation de la distribution du profit ^{CO, ESS}	Les bénéfices sont utilisés pour atteindre un but social et non pas uniquement pour maximiser le rendement du capital investi
9. Développement du monde rural et maintien du tissu rural ^{CE, AC, CO, ESS}	Les projets d'un système alimentaire participent au développement rural ainsi qu'à la préservation du tissu social
10. Indépendance financière ^{AC, CO, ESS}	Les producteurs et organisations sont maîtres des décisions économiques et techniques qu'ils prennent, même si cela implique de limiter la quantité d'intrants utilisée. Ce thème ne concerne pas l'indépendance par rapport aux clients de l'organisation de producteurs en question. Ce point a été considéré comme un thème à part (<i>4. Accès et autonomie par rapport au marché</i>)
11. Equité environnementale ^{CE, AC}	Equité environnementale favorisée par la prise en compte des externalités environnementales négatives dans chaque choix économique
12. Equité sociale ^{CE, AC, ESS}	Equité sociale entre chacune des parties prenantes à tous les niveaux du système alimentaire
13. Implémentation conjointe des différents principes dans les actions pratiques ^{AC, ESS}	Les principes défendus par une organisation doivent être implémentés ensemble et non de manière isolée

* AC = modèles d'agriculture alternatifs au conventionnel ; CE = commerce équitable ; CO = mouvement coopératif ; ESS = économie sociale et solidaire.

Le commerce équitable a été choisi parce que c'est un courant qui, typiquement, inclut les quatre dimensions sociale, économique, environnementale et politique. En outre, ce mouvement questionne les impacts négatifs du modèle productiviste de l'agriculture. Le mouvement coopératif et celui de l'économie sociale et solidaire défendent une conception plus large de l'utilité que celle fixée par la tradition utilitariste. Par ailleurs, ces mouvements appuient des nouveaux modèles d'entreprenariat qui ont une finalité citoyenne et sociale, tout comme le mouvement agroécologique.

En ce qui concerne le mouvement du commerce équitable (CE), tant les initiatives historiques Nord-Sud que celles plus récentes Nord-Nord ont été considérées. Nous nous sommes référés à l'organisation internationale du commerce équitable (World Fair Trade Organization 2009), à Ethiquable (Ethiquable 2011) et à Bio Solidaire (Bio Partenaire 2011). Pour les modèles d'agriculture alternatifs au conventionnel (AC), nous nous sommes référés aux mouvements suivants : l'agriculture biologique via les principes développés par la Fédération Internationale pour les Mouvements de l'Agriculture Biologique (IFOAM) (IFOAM 2009) et par Nature et Progrès Belgique (Nature & Progrès Belgique 2013); l'agriculture dite paysanne via la Fédération des associations pour le développement de l'emploi agricole et rural (FADEAR) (FADEAR 2012). En ce qui concerne l'agroécologie plus strictement, nous nous basons sur les principes développés par le GIRAF, qui s'appuient eux-mêmes sur une abondante littérature spécialisée (Stassart et al. 2012, 38). Pour le mouvement coopératif (CO), nous nous sommes référés aux principes développés par l'Alliance Coopérative Internationale (ICA). Enfin, pour le mouvement de l'économie sociale et solidaire (ESS), nous avons retenu les principes développés par le réseau de recherche international sur l'économie sociale (EMES 2011, 20–25), ceux du Conseil Wallon pour l'Economie Sociale étant donné le contexte local (Centre d'Economie Sociale Université de Liège 2010), et nous avons choisi Laville (Laville 2006) comme principale référence scientifique pour l'économie solidaire.

2. Entre principes et pratiques : le cas de l'accès et l'autonomie par rapport aux marchés

2.1. Méthodologie

Trois initiatives belges ont été étudiées. Vingt-quatre acteurs des trois organisations étudiées ont été interviewés. Les entretiens de type semi-dirigé et compréhensif (Kaufmann 2011; Olivier de Sardan 2008) ont été intégralement retranscrits. Le corpus de 321 pages a ensuite été analysé en s'inspirant de la théorie des conventions (Boltanski and Thévenot 1991; Eymard-Duvernay 2006).

Cette théorie appelée, selon les approches, théorie des conventions, de la justification, des cités ou encore de l'économie des grandeurs, appartient aux courants de l'économie hétérodoxe. Elle regarde le comportement des individus quels que soient leur catégorie sociale et leur niveau de pouvoir, et s'intéresse aux personnes en situation dans leurs rapports aux autres et aux choses quand elles cherchent à justifier leur conduite.

En s'inscrivant dans cette perspective, les dilemmes socio-économiques – c'est-à-dire les situations où les membres des organisations doivent choisir entre différentes options relatives aux dimensions socio-économiques de l'organisation – que les membres de chaque organisation rencontrent ou considèrent avoir rencontrés par le passé ont été étudiés. Nous nous sommes intéressés aux accords que les membres nouent pour surmonter ces dilemmes ainsi qu'à la manière dont ces accords sont justifiés et mis en oeuvre. Les accords peuvent consister en de simples arrangements facilement renversables ou ils peuvent avoir un caractère plus officiel et être mis en oeuvre de manière durable. Ces derniers sont parfois également matérialisés dans des objets qui leur confèrent un degré d'irréversibilité d'autant plus important et rendent, par là-même, ces accords plus robustes. Notre attention s'est tout particulièrement portée sur les accords officiels, et, le cas échéant, leur matérialisation.

Les premiers acteurs rencontrés ont à chaque fois été les fondateurs (1), des producteurs (2) et des employés (3) de l'organisation. Ensuite, en suivant une approche sociologique des systèmes alimentaires couramment mobilisée dans la recherche agroécologique (Vanloqueren and Baret 2009; Warner 2007; Gliessman 2006; Francis et al. 2003), des membres externes à l'organisation (producteurs agricoles (4), membres d'organismes privés et publics (5)), impliqués dans certains des dilemmes socio-économiques mentionnés au cours des premiers entretiens, ont été rencontrés. Ces cinq groupes d'individus ont été initialement choisis comme *groupes stratégiques*³, c'est-à-dire comme des ensembles de personnes qui ont globalement la même attitude face à une problématique. Ces groupes ont été établis pour respecter la *triangulation complexe*, un principe de la politique de terrain d'Olivier de Sardan. La triangulation demande de recouper les informations obtenues à travers différents entretiens. La triangulation

³ Les groupes stratégiques permettent d'une part de recouper les informations au sein d'un groupe de personnes mais aussi de s'assurer de passer des entretiens auprès d'individus aux points de vues contrastés (en interviewant des personnes de groupes distincts). Par ailleurs, il importe de préciser que par le mot *stratégique* aucune allusion n'est faite au pouvoir d'un acteur. Les groupes stratégiques peuvent, dans le cas où cela serait souhaité, être constitué à partir des différents niveaux de pouvoirs que sembleraient avoir les acteurs mais ils peuvent être constitués d'une tout autre manière. Au vu de la méthodologie qui a inspiré le présent travail, à savoir la théorie de la justification, ce n'est bien entendu pas le rapport aux pouvoirs qui a été utilisé pour constituer les groupes stratégiques. Olivier de Sardan précise : « Contrairement aux définitions sociologiques classiques des groupes sociaux (telle la classe sociale dans la tradition marxiste), les « groupes stratégiques » ne sont pour nous pas constitués une fois pour toutes et pertinents quels que soient les problèmes. (...). La notion de groupe stratégique est (...) essentiellement empirique. » (Olivier de Sardan 2008, 81).

complexe fait, en outre, « varier les informateurs en fonction de leur rapport au problème traité » afin de « faire de l'hétérogénéité des propos un objet d'étude » (Olivier de Sardan 2008, 80).

Les entretiens sont structurés autour d'un guide qui consiste en une première question introductive suivie d'une liste de thématiques à aborder, selon les préceptes de Blanchet et Gotman (2007). Pour les membres des organisations étudiées, la question introductive portait sur l'histoire des individus et de l'organisation. Une attention particulière a été prêtée à la compréhension des motivations des individus à participer à l'organisation. Ensuite, les thèmes abordés étaient les modalités de production, de commercialisation, de prises de décisions, de financement, de collaborations et partenariats, et d'accès aux connaissances. Pour les membres externes à l'organisation, la question introductive portait sur un des dilemmes socio-économiques rencontrés par une des organisations étudiées. Ensuite, les thèmes abordés étaient plus spécifiquement ceux questionnés par ce dilemme.

Tout au long des entretiens, l'enquêteur a veillé à ce que l'interviewé illustre son discours par des exemples concrets et fasse part de ses motivations quant aux choix posés.

2.2. Les compromis construits par les acteurs de trois organisations agroécologiques belges

Trois initiatives belges ont été étudiées : *Agribio*, *les Grosses Légumes* et la *Faircoop*. Elles ont été choisies pour leur diversité, leur complémentarité et leur dimension *a priori* agroécologique d'un point de vue agronomique et social. Ces trois organisations se démarquent par leur volonté de se réappropriier l'ensemble du système alimentaire, depuis la production jusqu'à la commercialisation.

Nous proposons dans la présente partie d'explicitier les dilemmes socio-économiques sous-jacents au principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés*. Pour chaque cas d'étude, nous commençons par présenter brièvement l'organisation de producteurs. Ensuite, nous présentons l'objet du (ou des) dilemme(s) socio-économique(s) rencontré(s) à l'égard du principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés*, les accords noués pour le(s) surmonter, la justification de ces accords et leur mise en oeuvre.

2.2.1. Agribio

Agribio est une coopérative de céréales qui transforme elle-même sa production en pains, pâtes, muesli et viennoiseries en région Wallonne. L'ensemble est certifié agriculture biologique. La coopérative a été créée en 2000 dans le but d'accroître l'autonomie de ses membres. Aujourd'hui, Agribio gère elle-même l'ensemble des étapes depuis la production jusqu'à la commercialisation de ses produits. Il s'agit d'une coopérative de taille modeste. Elle comprend six coopérateurs : quatre fermiers, un conseiller commercial et un comptable. Elle emploie quatre personnes : deux boulangers, un meunier et une aide pour la distribution des produits. A peu près 20 fermiers fournissent la coopérative en céréales.

Toujours dans le but d'accroître leur autonomie, les membres d'Agribio ont construit leur propre meunerie. Dans un premier temps, nous développons les accords noués par les membres autour du choix de la meunerie. Ensuite, nous analysons ceux relatifs au système de commercialisation d'Agribio.

(i) La meunerie d'Agribio : un principe difficilement réversible

Grâce aux subsides de la Région wallonne, la coopérative s'est procuré cinq moulins de type Astrié. Ceux-ci sont centralisés chez un des producteurs et peuvent être visités par un externe à tout moment. Le moulin Astrié est moderne mais construit selon un modèle traditionnel, c'est-à-dire avec une meule en pierre naturelle non reconstituée et sans cylindre. Selon les acteurs rencontrés, au niveau qualitatif, il existe une importante différence entre les farines issues de moulins de type industriel à cylindres par rapport à celles issues de moulins traditionnels à meules de pierres naturelles non reconstituées. Les arguments avancés ont pu, le plus souvent, être vérifiés dans la littérature. Ils concernent la matière minérale, les fibres et l'importance du maintien du germe. Les farines de meules contiennent, à degré de blutage identique, des teneurs en matières minérales et en fibres plus importantes (Taupier-Létage et al. 2007). La mouture sur pierre naturelle non reconstituée ne permet pas l'extraction du germe par la suite, opération la plus souvent appliquée dans les processus industriels (Pierre Barré, producteur en région Wallonne, communication personnelle, 2012). Or, pour le blé par exemple, il s'agit du tissu à la teneur en protéines et lipides la plus élevée (Feillet 2000)). Agribio a également choisi un moulin Astrié parce qu'il est construit dans le sud de la France et non à l'autre bout du monde. La coopérative a donc opté pour ce dernier pour des raisons tant qualitatives qu'écologiques. Ce choix était audacieux. En effet, les moulins de ce type sont munis d'une meule en granit et non en silex comme on en trouvait avant la seconde guerre mondiale. Le granit, plus fragile que le silex, demande beaucoup plus d'entretien et a un rendement extrêmement faible (Pierre Barré, producteur en région Wallonne, communication personnelle, 2012). Par conséquent, Agribio a dû multiplier son nombre de moulins. Aujourd'hui, ils en ont cinq et les membres d'Agribio ne pensent pas qu'en avoir plus serait rentable. Leur choix de moulin limite donc leur profit.

Agribio a récemment réorganisé sa meunerie pour être plus rentable. Elle a automatisé l'approvisionnement en grains de ses moulins ainsi que l'ensachement et la couture des sacs de farine, auparavant faits à la main. Ces différentes étapes de la chaîne de production ont donc fait l'objet d'un travail de rationalisation et de mécanisation, alors que le type de moulin et l'utilisation de leurs propres semences (d'origine locale et sélectionnées pour leurs hautes qualités boulangères) assurent la qualité nutritionnelle et écologique désirée.

« C'est toujours les mêmes moulins qui font la même qualité de farine. Alors, par exemple, aussi, on a choisi le grain pas en fonction du rendement du grain mais de la qualité de la farine, de la qualité boulangère. C'est ça qui compte ! Que la farine soit transportée avec une vis, ou pneumatique ou bien à la main, ce n'est pas ça qui va changer quelque chose »
(producteur d'Agribio).

La meunerie d'Agribio et le mode de production des producteurs permet à ses membres de maintenir une certaine *autonomie* dans l'ensemble des étapes de la production et de la transformation des céréales en farine par rapport aux firmes agroalimentaires et aux marchés. La meunerie leur permet de maintenir un prix stable, moins dépendant du cours des céréales. Les membres d'Agribio ont fait le choix de la construire bien que cela engendre certains inconvénients tels que la limitation de leur profit.

L'achat des cinq moulins représente un investissement lourd pour la coopérative. De la sorte, le principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* que les membres de la coopérative défendent, et qui est réalisé dans la construction de leur propre meunerie, en ressort plus robuste.

(ii) Multiples voies de commercialisation

Les membres d'Agribio ont décidé de vendre leurs produits via de multiples voies de commercialisation : magasins de proximité (essentiellement), Groupements d'Achats Communs (GAC), vente directe à la ferme, restaurations, collectivités et, très marginalement, un supermarché. Ce choix leur assure une indépendance par rapport à leurs clients. Néanmoins, avoir autant de clients différents multiplie les trajets et complique la logistique. Aussi, ils passent essentiellement par des magasins de proximité et très peu par des GAC qu'ils trouvent très contraignants au niveau organisationnel.

« [En parlant des GAC] Et alors, c'est d'un compliqué parce que c'est Marianne qui fait les factures, Joséphine qui envoie la facture (...). Et c'est d'un compliqué (...) et ça tombe jamais juste ! Et on n'oublie toujours leur commande parce que c'est trois pains ! (...) Le principe, c'est quelque chose à mettre en route, à organiser convenablement » (producteur d'Agribio).

« (...) pour Agribio le lien avec le consommateur il est proche mais il n'est pas nécessairement local. Donc, on ne se considère pas comme une filière courte mais une filière de proximité. On vend à des magasins bio, à des gens qui ne nous connaissent pas ou peu, on vend à des grandes surfaces. On vend nos farines dans certaines grandes surfaces et là, il nous semble que le label bio est le mieux à même de montrer nos valeurs. (...) Donc on est certifié bio bien sûr et on a deux labels, c'est le label « Biogarantie » et le label de « Nature et Progrès », et qui montre bien notre double visage. On est à la fois avec des clients qui ne connaissent pas nécessairement le secteur qui connaissent juste le bio. Donc Biogarantie indique bien (...) que c'est un bio local. Et puis Nature et Progrès, eux, on est plus alors vers les groupements d'achats, vers des filières très courtes, vers le consommateur presque directement quoi » (producteur d'Agribio).

Les membres d'Agribio mettent en oeuvre le principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* en choisissant de passer par de multiples voies de commercialisation. A nouveau, l'application de ce principe n'est pas sans conséquence. Ils ont du, autant que possible, limiter les voies trop compliquées au niveau logistique, favoriser celles de proximités, tout en maintenant un nombre de voies important pour préserver leur autonomie.

2.2.2. Les Grosses Légumes

Les Grosses Légumes sont un réseau de 13 producteurs, 300 ménages et membres de l'ASBL Solidairement. Cette dernière ne compte que quelques personnes. Elle est à l'origine du réseau créé en 2009. Solidairement et le réseau bénéficient d'importants subsides de la Région wallonne. Les Grosses Légumes sont basés à Meix-devant-Virton, un village du sud de la Belgique qui connaît un taux de chômage très important. Outre les 13 producteurs du réseau, dix autres producteurs fournissent de temps à autre les Grosses Légumes quand le besoin s'en fait sentir mais ils ne sont pas liés par un contrat en ce sens.

L'ASBL Solidairement a été créée dans le but de faire de la sensibilisation sur divers sujets liés à la consommation. Pour remplir cet objectif, Solidairement a développé, entre autres choses, une coopérative à finalité sociale qui a repris l'unique épicerie du village afin de fournir des légumes biologiques et locaux aux familles de la région. Meix-devant-Virton et, plus généralement, la province du Luxembourg et le sud-est de la Belgique forment une région dédiée pratiquement exclusivement à l'élevage bovin. Un approvisionnement conséquent en légumes locaux y était donc très difficile.

C'est dans ce contexte que Solidairement a développé le réseau des Grosses Légumes⁴, pour essayer de pousser des producteurs de la région à cultiver des légumes, diversifier leurs systèmes de production et se mettre en contact avec des consommateurs.

Les producteurs signent une charte écrite par Solidairement. Celle-ci défend implicitement une approche agroécologique (valorisation de l'agro-biodiversité, minimisation des pertes des ressources en eau et en sol, etc.)⁵. Les producteurs s'engagent à cultiver une certaine quantité de légumes. En contrepartie, des familles de consommateurs s'engagent à prendre chaque semaine un panier de ces légumes pendant un an. Ils s'engagent également à payer le panier en avance. L'ensemble de ce système, y compris le système de prix, est proche de celui des Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) (Lamine 2008).

Dans le réseau des Grosses Légumes la solidarité entre membres est fondamentale. Le système de commercialisation qu'ils ont développé en est un bon exemple. C'est par ce système qu'ils ont cherché à mettre en oeuvre un principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés*.

(i) Système de fixation du prix des légumes et de prépaiement aux producteurs

A la fin de chaque saison, les producteurs s'engagent à produire une certaine quantité de légumes. Ils sont payés à l'avance chaque trimestre, et non pas chaque année pour éviter de créer d'importantes dettes dans le cas où ils ne pourraient respecter leurs engagements. Tous les fermiers sont payés le même prix à l'unité pour chaque légume spécifique.

« (...) avec comme principe que s'il y a des carottes qui sont produites et qu'elles sont produites par trois producteurs, ces producteurs seront payés le même prix » (membre de Solidairement).

La première année, le prix était fixé au niveau du prix grossiste. Les années suivantes, les Grosses Légumes ont décidé de laisser les producteurs discuter collectivement du prix de chaque légume. Ils fixent le prix en fonction des conditions de travail, chaque année en fin de saison. Régulièrement, le prix est diminué ou augmenté.

« (...) le prix du légume est discuté collectivement (...). Donc on ne sait pas du tout ce qui va venir en termes de récolte, on évalue le travail simplement, ce qui permet d'avoir un prix de base pour le légume. Qui peut être modifié éventuellement les années suivantes si on se rend compte qu'il y a plus de difficultés, moins de difficultés, est-ce que c'est de l'arrachage manuel ou est-ce que c'est de l'arrachage avec une petite machine... » (membre de Solidairement).

Les ménages payent leur panier à l'avance et s'abonnent aux Grosses Légumes pour une année. Ils peuvent choisir de payer le panier parmi trois prix en fonction de leur revenu et de leurs charges. Ce système a été mis en place après une enquête conduite par Solidairement auprès des abonnés.

Pour réaliser leur volonté *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés*, les Grosses Légumes ont choisi de contourner les marchés classiques. Pour ce faire, ils ont du repenser les modalités de fixation des prix qu'ils ont voulu solidaires envers les producteurs et les consommateurs. Grâce au prépaiement, producteurs et consommateurs bénéficient d'une liberté financière importante par rapport aux marchés agricoles traditionnels. Tandis que le prix fixé en fonction de la pénibilité du travail

⁴ Les Grosses Légumes n'ont pas de statut juridique officiel. Ils sont toutefois actuellement occupés à construire une coopérative les Grosses Légumes.

⁵ La charte peut être consultée à la référence suivante : Les Grosses Légumes, *La charte des Grosses Légumes*, <http://grosses.legumes.over-blog.com/page-2581566.html>, Avril 2014.

permet à des producteurs – qui étaient uniquement éleveurs et la plupart du temps en conventionnel – de diversifier leur système, passer en agriculture biologique et, petit à petit, développer un système agroécologique.

2.2.3. La Faircoop

La Faircoop est une coopérative de producteurs laitiers belges qui commercialise essentiellement du lait demi-écrémé UHT et du lait entier chocolaté. Ces derniers sont mis en boîte par une laiterie luxembourgeoise, Luxlait, et sont ensuite vendus dans les grandes surfaces belges. Les coopérateurs qui font de la vente directe à la ferme ainsi que différents commerces de proximité belges vendent également ces produits. Les producteurs-coopérateurs sont plus de 500, répartis dans les différentes communautés belges : germanophone, francophone et flamande. La coopérative est ouverte à tous coopérateurs, il n’y a pas de limite de nombre, ni de limite de type de producteur accepté. On retrouve des producteurs en conventionnel, labellisés biologique, installés sur des exploitations aux tailles variées, dans des situations financières différentes, etc.

La coopérative est née en 2009 au sommet de la crise laitière. Pour lancer cette dernière, Erwin Schöpges avec sept autres producteurs laitiers s’inscrivent dans un projet de l’EMB (*European Milk Board*) : *Le lait équitable*. L’EMB est un lobby européen qui réclame principalement un prix du lait qui recouvre les coûts de production dans les 14 pays où il compte un organisme membre⁶. A l’époque, le projet *Le lait équitable* existait déjà dans différents pays membres (Erwin Schöpges, président de la Faircoop, communication personnelle, 2013). Il est caractérisé par la vente du lait à un prix dit équitable, c’est-à-dire d’à peu près 10 centimes en plus que le lait classique (EMB 2012). Néanmoins, la future Faircoop décide de se différencier de l’EMB en créant sa propre marque : Fairebel, « Fair » pour équitable et « bel » pour Belgique⁷. Par ailleurs, les huit créateurs de la Faircoop souhaitaient également que les futurs coopérateurs s’occupent eux-mêmes de la promotion de leur produit en se présentant dans les grandes surfaces.

En 2010, la première brique de lait demi-écrémé UHT est mise sur le marché. Dix cents par litre de lait vendu sont répartis entre les coopérateurs. Tous les coopérateurs sont membres de l’EMB (*European Milk Board*). Pour les 25 premières parts détenues, chaque agriculteur doit prêter quatre heures par cinq parts dans les supermarchés afin de faire la promotion des produits Fairebel et ceci sous peine d’exclusion.

Ainsi, pour avoir un *accès aux marchés et maintenir une autonomie par rapport à ces derniers*, la Faircoop a choisi de passer par une laiterie classique et de commercialiser ses produits essentiellement en grandes surfaces. Ceci ne s’est pas fait sans embuche, nous revenons sur deux dilemmes qui ont été posés à ses membres.

(i) Une laiterie luxembourgeoise

Pour bien comprendre les choix posés *in fine* par la Faircoop, il importe de comprendre le fonctionnement des laiteries belges. En Belgique, tout producteur laitier qui ne transforme pas entièrement lui-même la totalité de son lait est lié à une laiterie. Il en existe de nombreuses. Toutefois, certains coins de la Belgique sont moins bien desservis que d’autres. Le producteur est libre de choisir sa laiterie mais bien sûr celle-ci n’accepte pas de se rendre à n’importe quel endroit. Parmi ces laiteries, on retrouve des laiteries privées qui fonctionnent comme des entreprises et des laiteries coopératives. Dans ces

⁶ En Belgique, il y a deux organismes membres de l’EMB : le MIG en wallonie (Milk Producers Interest Group) et le FMB (Flemish Milk Board) en Flandre.

⁷ Le mot « Fairebel » avait aussi été pensé pour le jeu de mot suivant : « je FAIs le REBEL ».

dernières, le directeur n'est pas un producteur. Par contre, tous les membres du Comité d'Administration et de l'Assemblée Générale sont des laitiers. Les producteurs de la Faircoop sont tous liés à une laiterie quelconque en Belgique.

Lorsque la Faircoop a démarré son projet, il était impensable financièrement de construire une laiterie qui leur aurait été propre. Ils ont donc cherché à se lier à une laiterie belge. A leur grande surprise, elles ont toutes refusé leur projet. Ils ont alors décidé de s'adresser à l'étranger. C'est avec Luxlait, une laiterie luxembourgeoise près de la frontière belge, qu'ils signent un contrat⁸.

Depuis 2013, la Faircoop achète du lait à des laiteries belges. On retrouve donc dans ce lait, du lait de coopérateurs de la Faircoop mais aussi du lait d'autres producteurs. Ce lait, la Faircoop le revend à Luxlait, la laiterie luxembourgeoise. Une fois mis en boîte, elle le rachète à Luxlait et le vend dans les différents points de ventes. Auparavant, Luxlait mettait en boîte du lait de ses propres coopérateurs pour la Faircoop. Pour les producteurs de la Faircoop, cela signifie que, d'une part, ils reçoivent le même prix que n'importe quel producteur belge par litre de lait vendu à leur laiterie et, d'autre part, ils reçoivent une partie des 10 cents rétribués aux coopérateurs de la Faircoop par litre de lait Fairebel vendu. Ce système un peu particulier est dû au fait que la Faircoop n'a pas pu construire sa propre laiterie.

De nombreux coopérateurs aimeraient qu'un jour leur propre laiterie soit construite. Bien qu'ils soient répartis dans toute la Belgique, beaucoup estiment, par exemple, que la Faircoop pourrait construire une laiterie dans une région qui risque d'être délaissée par les laiteries dans les années à venir. Erwin Schöpges partageait également ce point de vue avant la création de la coopérative. Entre-temps, il est revenu sur son opinion. En effet, collecter le lait des coopérateurs demanderait aussi de devoir l'écouler. Si la collecte représente un trop gros volume par rapport à la quantité demandée, les prix sont voués à chuter et payer les agriculteurs à un prix équitable serait impossible. Pour ne pas tomber dans ce travers, actuellement la Faircoop achète aux laiteries et traders belges la quantité de lait qu'ils peuvent vendre sur les marchés. Très régulièrement, le calcul est réévalué pour suivre le cours de la demande. Construire une laiterie les mènerait à devoir travailler de la même manière que les autres laiteries belges: répondre aux appels d'offre des grandes surfaces et proposer des prix au plus bas pour remporter l'offre. Autrement dit, tant qu'il n'y aura pas de changement politique quant à la suppression des quotas (qui a eu lieu au premier avril 2015), cela n'aurait pas de sens pour la Faircoop de construire sa propre laiterie. Par ailleurs, plusieurs membres, dont Erwin Schöpges, ne voient pas l'intérêt de construire une laiterie alors qu'il existe déjà de nombreuses infrastructures. D'après lui, il s'agit avant tout de changer le rapport entre les laiteries et les producteurs.

« On a toujours dit Fairebel ce n'est pas la solution, ce n'est pas ça qui va régler l'affaire. Le problème c'est que tous les producteurs doivent savoir qu'aussi longtemps qu'il y a trop de lait (...) ou s'il n'y a pas une maîtrise du marché tout simplement et si on donne tout à l'industriel (...) nous on est mort » (producteur, coopérateur de la Faircoop)

« la solution globale, c'est pour ça que l'EMB est là, et la MIG, pour faire le changement de système politique, (...) Ici, le but de Fairebel, de la Faircoop, c'est aussi de vendre l'entièreté du volume des agriculteurs (...) mais ça peut encore durer 10, 15, 20 ans, ça on ne sait pas » (Erwin Schöpges, président de la Faircoop)

⁸ Depuis sa naissance, la Faircoop a été l'objet de nombreuses controverses, en particulier liées au fait que la laiterie par laquelle passe la Faircoop est luxembourgeoise. Nous ne développerons pas ici ces controverses, pour plus d'informations sur ce sujet veuillez-vous référer à Dumont (2013).

(ii) Le choix des grandes et moyennes surfaces

Le plus gros volume de lait vendu en Belgique est le lait demi-écrémé UHT en grandes surfaces. Dans le contexte financier très difficile que connaissent la plupart des producteurs laitiers, c'était une nécessité de passer par les grandes surfaces pour, d'une part, toucher un maximum de consommateurs, et, d'autre part, arriver à sensibiliser de nouvelles personnes à la problématique.

La vente des produits dans des commerces de proximité et par les coopérateurs en vente directe leur apparaît insuffisante. Les coopérateurs de la Faircoop considèrent que la vente directe n'est pas une solution pour tous les producteurs. Certains sont trop isolés d'un village, d'autres n'ont pas la fibre commerciale et ne supportent pas d'être interrompus en permanence dans leur travail. Par ailleurs, et c'est le frein principal, cela demande un surcroît de main d'œuvre. Or le prix des produits en vente directe reste influencé par les prix en grandes surfaces. Autrement dit, le prix de la vente directe reste relativement bas, en particulier dans certaines régions comme dans le Hainaut où les producteurs n'arrivent à vendre leurs produits que si le prix qu'ils proposent est à peu près identique à celui des grandes surfaces ; un prix qui ne permet pas de recourir à l'engagement d'un employé supplémentaire. La rentabilité de la vente directe est souvent liée au travail non rémunéré d'un membre de leur famille. Un système basé uniquement sur la vente directe n'est pas possible actuellement et le maintien d'une commercialisation via des laiteries reste essentiel pour les membres de la Faircoop.

Les membres de la Faircoop sont conscients de la dangerosité de leur choix de passer essentiellement par les grandes surfaces. Si ces dernières ont accepté de vendre du lait Fairebel dans leur commerce, c'est en grande partie grâce à la pression que les producteurs ont posée sur elles lors de la crise du lait, en faisant violemment entendre leurs voix et en bloquant certaines centrales d'achats. Aujourd'hui, les produits Fairebel permettent aux grandes surfaces de montrer à leurs clients qu'elles participent à un projet équitable et soutiennent la cause des agriculteurs. En outre, les membres de la Faircoop jouent principalement sur deux stratégies pour maintenir un rapport de force qui leur est favorable : (1) elle permet à la grande distribution d'avoir sa marge habituelle sur les produits Fairebel et (2) elle continue la promotion de ses produits en magasin pour maintenir un nombre de ventes assez important.

3. Discussion

Lors d'une étude de terrain, les principes portés par les acteurs rencontrés peuvent facilement être décelés dans les propos qu'ils tiennent. Mais c'est bien leur ancrage dans les pratiques et réalisations concrètes qui nous intéressent. L'approche développée – inspirée par la théorie de la justification de Boltanski et Thévenot qui demande d'analyser les individus en situation concrète, lorsqu'ils sont face à des dilemmes socio-économiques et qu'ils doivent se justifier pour tenter de trouver des accords – nous permet d'étudier cet ancrage. Elle pousse également à étudier les objets qui matérialisent les accords passés entre individus pour surmonter les dilemmes rencontrés, tels que les cinq moulins d'Agribio. C'est l'étude de ces dilemmes, accords et objets qui nous a permis de dépasser l'étude de « grands discours », d'analyser la réalisation du principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* dans les actions quotidiennes et la capacité des acteurs rencontrés à mettre en œuvre ce principe lorsqu'il est mis à l'épreuve.

L'analyse de la manière dont les trois organisations étudiées appliquent le principe *d'accès et d'autonomie par rapport aux marchés* illustre les différences parfois importantes qui séparent les principes très généraux identifiés dans la littérature de leur concrétisation. Ces différences sont perceptibles à deux niveaux. Au sein d'une même organisation, d'abord. Ainsi, *Agribio* a construit sa propre meunerie pour s'appropriier l'ensemble des étapes de production et transformation des céréales. Par contre, la coopérative a choisi de passer par de multiples voies de commercialisation pour ne pas dépendre d'un unique client. Ainsi, un même principe peut prendre des formes différentes au sein d'une organisation, selon l'objet d'étude considéré.

Deuxièmement, la mise en œuvre différenciée d'un même principe théorique s'observe entre organisations différentes, relativement à un même objet d'étude. Prenons par exemple le système de commercialisation des trois organisations. Bien que toutes considèrent qu'il faut avoir différents clients pour écouler un maximum de produits et maintenir son autonomie, leurs trajectoires respectives les ont menées à poser des choix concrets distincts. *Agribio* recourt, comme nous venons de le mentionner, à de multiples voies de commercialisation. La *Faircoop*, qui n'arriverait pas à vivre de la diversité des clients d'*Agribio*, vend aux grandes surfaces, avec lesquelles elle entretient un rapport de force important. Enfin, pour *Les Grosses légumes*, l'autonomie passe par la création d'un nouveau marché qui contourne les marchés classiques.

L'étude des objets matérialisant les accords, quant à elle, permet d'insister sur l'analyse de la durabilité des principes. L'autonomie qu'*Agribio* a acquise grâce à l'appropriation des différentes étapes de transformation est matérialisée dans l'achat des moulins Astrié. Cet achat représente un lourd investissement ; le principe d'autonomie pourra donc difficilement être mis à mal sur le long terme.

4. Conclusion

La présente étude aide à rendre compte de la complexité des principes, qui ne peuvent être réduits à de simples normes lorsqu'on évalue leur mise en application :

- un même principe général, correspondant à un thème identifié dans la littérature, peut prendre des formes diverses, au sein d'une même organisation de producteurs ou entre différentes organisations;
- ces formes diverses font preuve d'une robustesse variable selon le degré d'investissement et de matérialisation dont elles ont fait l'objet ;
- la mise en œuvre d'une même norme est justifiée différemment par chaque organisation.

De la sorte, cette étude amène à renouveler le débat sur l'habituelle tension entre la construction de principes larges ou restrictifs. Les premiers favorisent la diversité des trajectoires, c'est à dire des chemins qui mènent aux systèmes agroécologiques, tandis que les seconds, moins flexibles, peuvent être plus facilement utilisés et mobilisés dans la sélection de projets dits agroécologiques, par exemple. Notre analyse pousse à regarder la cohérence d'un système, à analyser sa trajectoire et à évaluer l'horizon qu'il se donne, plutôt que d'évaluer des principes, pris isolément de manière non contextualisée.

Enfin, comme cela a été démontré par Goodman, Dupuis, K. Goodmand (2011) et Thompson (1996), un consensus sur la définition d'un courant, tel que celui de l'agroécologie, ne peut aboutir que lorsque les justifications et connaissances sous-jacentes aux principes et définitions de ce dernier apparaissent clairement. Notre analyse inspirée de la théorie des justifications rend, *précisément*, compte des justifications des acteurs. Cette théorie semblerait donc être une voie possible pour se rapprocher d'un consensus sur des principes socio-économiques de l'agroécologie.

Remerciements

Les auteurs remercient très vivement Etienne Verhaegen pour sa relecture attentive de l'article et nos longs échanges, ainsi que Daniel Jamar pour la relecture d'une partie du cas d'Agribio, Matthieu de Nanteuil et Benjamin Huybrechts pour leurs précieux conseils au cours de la recherche. L'analyse et les résultats exprimés ici relèvent toutefois de l'unique responsabilité des auteurs.

Bibliographie

- Altieri, Miguel A. 1995. *Agroecology: The Science of Sustainable Agriculture*. 2nd ed. Boulder (USA): Westview press.
- Bio Partenaire. 2011. “Référentiel Bio Solidaire.” <http://www.biopartenaire.com/doc/2/raw.html>.
- Blanchet, Alain, and Anne Gotman. 2007. *L'entretien : L'enquête et Ses Méthodes*. 2nd ed. Sociologie 128. Armand Colin.
- Boltanski, Luc, and Laurent Thévenot. 1991. *De La Justification : Les Économies de La Grandeur*. Nrf Essais. France: Gallimard.
- Centre d'Economie Sociale Université de Liège. 2010. “EMES.” http://www.ces.ulg.ac.be/fr_FR/emes-2.
- Dumont, Antoinette. 2013. “Contribution À La Réflexion Sur L'étude Des Principes Socio-Économiques de L'agroécologie Par Une Étude de Trois Initiatives de Systèmes Alimentaires. Mémoire de Diplôme de Bioingénieur.” Belgique: Université Catholique de Louvain-la-Neuve.
- EMB. 2012. “The Fair Milk.” <http://www.fairmilk.org/fr/fairmilk/pourquoi-le-lait-equitable.html>.
- EMES. 2011. “Les Entreprises Sociales D'insertion Dans l'Union Européenne. Un Aperçu Général.” http://w.emes.net/fileadmin/emes/PDF_files/PERSE/PERSE_WP_03-11_Trans-FR.pdf.
- Ethiquable. 2011. “Charte Paysans D'ici.” <http://equimax.free.fr/Textes/La%20Charte%20Paysans%20d%27ici.pdf>.
- Eymard-Duvernay, François. 2006. *L'économie Des Conventions. Méthodes et Résultats*. Vol. Tome I et II. Recherches. France: La découverte.
- FADEAR. 2012. “La Charte de L'agriculture Paysanne.” <http://www.agriculturepaysanne.org/la-charte-de-l-agriculture-paysanne>.
- Francis, C., G. Lieblein, S. Gliessman, T.A. Breland, N. Creamer, R. Harwood, L. Salomonsson, et al. 2003. “Agroecology: The Ecology of Food Systems.” *Journal of Sustainable Agriculture* 22 (3).
- Geels, Frank W., and Johan Schot. 2007. “Typology of Sociotechnical Transition Pathways.” *Research Policy* 36 (3): 399–417.
- Gliessman, Stephan R. 2006. *Agroecology of Sustainable Food Systems*. 2nd ed. USA: CRC Press Taylor & Francis Group.
- Gonzalez de Molina, Manuel. 2013. “Agroecology and Politics. How to Get Sustainability? About the Necessity for a Political Agroecology.” *Agroecology and Sustainable Food Systems* 37 (1): 45–59.
- Goodman, David, E. Melanie DuPuis, and Michael K. Goodman. 2011. *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. USA: Routledge.
- Holt-Giménez, Eric, and Miguel A. Altieri. 2012. “Agroecology, Food Sovereignty, and the New Green Revolution.” *Agroecology and Sustainable Food Systems*, no. 37: 90–102.
- IFOAM. 2009. “The Principles of Organic Agriculture.” http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html.
- Koohafkan, Parviz, Miguel A. Altieri, and Eric Holt Giménez. 2011. “Green

Agriculture: Foundations Biodiverse, Resilient and Productive Agricultural Systems.” *International Journal of Agricultural Sustainability* 10: 61–75.

Lamine, Claire. 2008. *Les AMAP: Un Nouveau Pacte Entre Producteurs et Consommateurs ?*. Société Civile. France (GAP): Editions Yves Michel.

Laville, Jean-Louis. 2006. “Economie Solidaire.” In *Dictionnaire de L'autre Économie*, Gallimard, 303–12. Paris.

Le Foll, Stéphane. 2013. Une vraie ambition pour l'agroécologie Interview dans Revue Projet. <http://www.revue-projet.com/articles/les-clivages-seront-leves/>.

Nature & Progrès Belgique. 2013. “Charte Nature & Progrès.” Accessed July 12. <http://www.natpro.be/alimentation/producteursnp/chartenp/000000a1ca09d3a21.html>.

Olivier de Sardan, Jean-Pierre. 2008. *La Rigueur Du Qualitatif. Les Contraintes Empiriques de L'interprétation Socio-Anthropologique*. Anthropologie Prospective 3. Belgique: Academia Brylant.

Stassart, Pierre M., Philippe V. Baret, Jean-Claude Grégoire, Thierry Hance, Marc Mormont, Dirk Reheul, Didier Stilmant, Gaëtan Vanloqueren, and Marjolein Vissser. 2012. “L'agroécologie: Trajectoire et Potentiel. Pour Une Transition Vers Des Systèmes Alimentaires Durables.” In *Agroécologie, Entre Pratiques et Sciences Sociales*, 27–51. Références. France (Dijon): Educagri.

Thompson, Paul B. 1996. “Sustainability as a Norm.” *Society for Philosophy and Technology* 2 (2).

Tichit, M., S. Bellon, M. Deconchat, C. Agreil, S. Aviron, J.-M. Barbier, T. Bonneau, et al. 2010. *L'agroécologie En Action*. Assemblée Générale (2010). Cap Esterel: INRA (Département sciences pour l'action).

Tripp, R. 2008. “Agriculture Change and Low-Input Technology.” In *Agricultural Systems, Agroecology and Rural Innovatio for Development.*, 129–60. USA: Sieglinde snapp barry pound.

Vanloqueren, Gaëtan, and Philippe V. Baret. 2009. “How Agricultural Research Systems Shape a Technological Regime That Develops Genetic Engineering but Locks out Agroecological Innovations.” *Research Policy* 38 (2009): 971–83.

Warner, Keith Douglass. 2007. *Agroecology in Action. Extending Alternative Agriculture through Social Networks*. USA: Massachusetts Institute of Technology.

World Fair Trade Organization. 2009. “Charter of Fair Trade Principles.” January. http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1082&Itemid=334.