



LA LOGISTIQUE ET LE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT A LA CROISEE DES CHEMINS



## COMMENT DÉVELOPPER L'ACCEPTABILITÉ SOCIALE DES CIRCUITS DE PROXIMITÉ AGROALIMENTAIRES ?

Mohamed Charhbili <sup>1</sup>, Marie-Laure Baron <sup>2</sup>, Sophie Cros <sup>3</sup>

<sup>1</sup> : Nimec – ISEL, Université Le Havre Normandie, Le Havre, France univ havre

<sup>2</sup> : Nimec – ISEL, Université Le Havre Normandie, Le Havre, France -univ havre 25 rue Philippe Lebon - BP 1123 - 76063 Le Havre Cedex France - France

<sup>3</sup> : Nimec – ISEL, Université Le Havre Normandie, Le Havre, France univ havre

**Résumé.** La mondialisation des chaînes d'approvisionnement et la crise sanitaire du COVID-19, ont montré la nécessité de revoir nos modes de consommation. Consommateurs et producteurs se mobilisent à nouveau autour de circuits de proximité. Cependant ce mode de consommation pose des problèmes logistiques aux producteurs. Ce papier étudie l'acceptabilité sociale des consommateurs en circuits de proximité dans le secteur agro-alimentaire, pour mieux comprendre leurs attentes et permettre aux producteurs d'adapter leurs logistiques pour fidéliser et développer leurs clientèles.

**Mots-clefs :** circuits de proximité ; acceptabilité sociale ; agroalimentaire

## INTRODUCTION

À partir de la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> siècle, le système agroalimentaire a été fortement affecté par le phénomène de la mondialisation. Les systèmes d'approvisionnement multi-acteurs complexes, comprenant une multitude d'intermédiaires, ont gagné du terrain au profit des relations directes entre consommateurs et producteurs (Dunne et al., 2010). La concurrence intense générée par les grandes chaînes de distribution a créé des barrières à l'entrée au marché pour les petites exploitations et les petits producteurs (Renting et al. 2003 ; Maye and Kirwan 2010). Malgré l'avantage de ces chaînes, le système mondialisé se révèle avoir plusieurs inconvénients comme le manque de traçabilité des produits, le manque de confiance quant à la qualité des produits, ou encore la distance sociale et relationnelle. Ces facteurs remettent en cause le modèle des circuits longs et de la grande distribution (Qaim 2017 ; Pulker et al. 2018). C'est dans ce contexte que se développe un nouveau mode de consommation reposant sur deux caractéristiques : le nombre limité des intermédiaires, fixé à un, ou aucun, intermédiaire, et la proximité avec toutes ses dimensions : géographique qui renvoie à la séparation dans l'espace et l'espace génomique, cognitive qui porte sur le partage d'une base de connaissance commune, organisationnelle représente le partage d'une même structure organisationnelle, sociale basée sur la confiance entre acteurs et institutionnelle reliant les agents au niveau des valeurs, normes et cultures (Pecqueur and Zimmerman 2004 ; Torret and Rallet 2005 ; Boschma 2005 ; Bouba-Olga and Grossetti 2008 ; Talbot 2009 ; Capo and Chanut 2013 ; Charhbili et al. 2021). Ce nouveau mode de distribution est qualifié de circuit court ou de circuit de proximité. Il illustre un modèle innovant d'organisation des chaînes d'approvisionnement qui se développe en particulier dans le domaine de l'agroalimentaire. Il essaie de reconnecter le producteur et le consommateur en relocalisant la production et la consommation à un niveau local (Kneafsey et al. 2013). Des efforts ont été déployés dans des pays de l'Union Européenne pour structurer ces circuits sur les plans politique et juridique, et proposer des mesures incitant à soutenir ce mode de consommation. À titre d'exemple, le ministère de l'agriculture du gouvernement français a proposé, sur son site, une définition de la notion de circuits de proximité dans le cadre d'action 2009, afin de les promouvoir. De même, le gouvernement italien a mis en place des décrets législatifs pour réglementer ces

marchés. Malgré les efforts déployés, ces circuits font face à un ensemble d'enjeux économiques, environnementaux et sociaux. Plus précisément, les circuits courts/ de proximité représentent des points faibles au profit de leurs concurrents sur le marché, les chaînes longues ou circuits longs. Différentes analyses ont montré que les circuits longs offrent une plus grande opportunité de rationalisation (Schlich and Fleissner 2003, 2005 ; Schlich et al. 2006). Ces études démontrent que les effets de concentration de la taille et de la masse tout au long de la chaîne, de la production à la distribution en passant par le transport dans les circuits longs, avantage les circuits longs en termes d'efficacité et de coût (Maréchal, Plateau and Holzemer 2019). Le problème d'échelle est l'un des enjeux majeurs des circuits courts/de proximité, avec celui de la durabilité (Maréchal, Plateau, and Holzemer 2019), et celui de la viabilité pour les agriculteurs (Aubry 2012). Une plus grande acceptabilité sociale de ces circuits en densifiant la demande en circuits courts/de proximité, contribuerait à résoudre ces problèmes d'échelle.

Les circuits courts et circuits de proximité sont deux termes mobilisés pour qualifier la logistique de proximité. Cette section permet de clarifier ces notions et d'en déterminer les points communs et différences pour mieux cadrer le contexte.

Les recherches sur les circuits courts/ de proximité se sont multipliées au cours des dernières années. Elles ont pour objectif de mieux en comprendre les enjeux et d'en évaluer la performance à la fois environnementale, sociale et économique. Nous allons dans ce panorama exposer les principaux travaux académiques et les résultats d'études menées et publiées en France et à l'étranger. Ces derniers mettent en lumière des résultats parfois contrastés en matière de durabilité et de performance. Les travaux pionniers de Marsden et al. (2000), et Renting et al. (2003) sont les premiers à évoquer le principe des circuits courts. Marsden et al. (2003), ont développé des travaux qui explorent le rôle des circuits courts en contribuant aux débats sur la théorie généralisée du développement rural. Pour mieux comprendre le rôle des circuits courts, et leur potentiel, il faut dépasser les simples descriptions de flux de produits et examiner comment les chaînes d'approvisionnement sont construites, façonnées et reproduites dans le temps et l'espace. Renting et al. (2003) sont partis de l'exploration du développement et de l'incidence des réseaux alimentaires alternatifs (Alternatif Food Network : AFN) dans un contexte européen. Ils s'intéressent à la fois à la morphologie

et à la dynamique des circuits courts, en examinant les preuves empiriques de leur impact sur le développement rural.

La question de la logistique des circuits courts/de proximité est apparue très tôt dans les recherches académiques (Chaffotte et Chiffolleau 2007). Des difficultés logistiques apparaissent, à deux niveaux, pour les producteurs : l'accroissement du temps de travail dû aux fonctions de distribution et de livraison des commandes et la relation avec les clients, et l'incidence directe de la vente via ces circuits sur l'organisation de la production (Blanquart et al. 2015). Des études suggèrent des pistes d'intégration, de mobilisation et d'amélioration parmi lesquelles la logistique semble tenir une place non négligeable (Raton et al. 2016). Les circuits courts sont aussi souvent analysés en termes de réseaux locaux d'échange servant d'alternative à l'échange marchand standard. Ils induisent un nouveau mode d'organisation des territoires et des filières (Amemiya et al. 2008 ; Selfa and Qazi 2005). Ces réseaux locaux définissent des espaces d'échanges socio-économiques en réponse à la globalisation du capitalisme et au caractère anonyme des échanges que cette globalisation induit (Pacione 1997). L'acheminement des produits et la relation clients occupent donc une place centrale dans la logistique de ces circuits de proximité. L'objectif cette étude est donc d'identifier les déterminants de l'acceptabilité sociale des consommateurs en circuits de proximité, pour apporter une aide à la décision aux producteurs afin d'optimiser la mise en place de leur logistique, en fonction des attentes de leur clientèle pour la fidéliser et la développer.

Cet article propose, dans un premier temps, un cadrage entre circuits courts et circuits de proximité pour présenter le contexte, pour mieux mettre en lumière l'importance de l'acceptabilité sociale de ces circuits, puis identifie ses principaux déterminants. Ces derniers seront alors analysés pour valoriser ceux susceptibles de contribuer à la dynamique de consommation en circuits de proximité.

## **REVUE DE LITTÉRATURE**

### **Circuits courts et circuits de proximité**

La définition des circuits courts apparaît pour la première fois dans l'article de Marsden et al. (2000), qui stipule que les circuits courts ont la capacité de « *re-*

*socialiser* » ou de « *re-spatialiser* » les aliments, permettant ainsi aux consommateurs de porter un jugement de valeur sur les aliments. D'une façon générale, les aliments concernés sont définis par la localité ou même par la ferme spécifique où ils sont produits. Les auteurs précisent clairement que « *ce n'est pas le nombre de fois qu'un produit a été manipulé, même la distance sur laquelle il a été finalement transporté qui rentre nécessairement dans la critique, mais le fait que le produit atteigne le consommateur avec des informations sur les conditions d'exploitation* ». Ce qu'ils entendent par « *incorporer* » des informations, est par exemple imprimé sur l'emballage ou communiqué aux consommateurs sur les lieux de vente. Le rôle de ces informations est dans un premier temps d'établir en toute confiance des liens, des associations avec le lieu, l'espace de production, et potentiellement avec les valeurs des personnes impliquées et les méthodes de production employées. Ce mode de commercialisation des produits permet, en théorie, une vente avec un prix plus élevé, si les informations fournies aux consommateurs sont considérées comme valables. L'étude des différentes définitions des circuits courts montre que si formellement la dimension privilégiée est celle du nombre d'intermédiaires, cette caractérisation s'accompagne de dimensions relatives à la revitalisation de la relation entre producteur et consommateur ainsi qu'à la qualité, l'authentification des produits ou au caractère plus durable de ces circuits (social, environnemental, économique, cf. Tableau 1).

Tableau 1. Les différentes définitions des circuits courts issues de l'état de l'art.

<b>Nombre d'intermédiaires</b>	François M. et al. (2000)	« <i>C'est un système de vente mobilisant <b>au plus un intermédiaire</b> entre producteurs et consommateurs</i> »
	Aubry and Chiffolleau (2020)	« <i>Les circuits courts comme des formes de commercialisation où intervient <b>au maximum un intermédiaire</b></i> » (coopérative agricole où des salariés vendent en direct ou un supermarché s'approvisionnant directement)
	Santini and Gomez y Paloma (2013)	« <i>Une chaîne d'approvisionnement constituée <b>d'un nombre limité d'agents économiques</b></i> »,
	Delhomme (2009)	« <i>Les circuits courts impliquent <b>au maximum un intermédiaire</b>, exception faite de la restauration collective, qui peut compter quelques intermédiaires supplémentaires et être toujours considérée « en circuit court », du fait de son impact sur l'agriculture du territoire qu'elle dessert.</i> »
	Ministère de l'agriculture Plan Barnier (2009) Novel (2019)	« <i>Un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par <b>la vente directe</b> du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'<b>un seul intermédiaire</b></i> »
<b>Circuits alternatifs aux</b>	Marsden, Banks, and Bristow (2000)	« <i>Les circuits courts visent à <b>redéfinir la relation producteur-consommateur</b>. Ils sont également</i>

<b>circuits conventionnels, avec redéfinition des relations</b>		<i>l'expression de tentatives (ou de luttes) des producteurs et des consommateurs pour faire correspondre de <b>nouveaux types d'offre et de demande</b> »</i>
<b>entre producteurs et consommateurs</b>	Renting et al. (2003)	<i>« Couvre l'ensemble des <b>réseaux émergents</b> de producteurs, de consommateurs et d'autres acteurs s'engageant dans des <b>alternatives au modèle conventionnel</b> (industriel, concentré et standardisé) d'approvisionnement alimentaire »          Concerne « <b>(l'interrelation entre) les acteurs directement impliqués</b> dans la production, transformation, distribution et la consommation »</i>
<b>Authenticité des produits, qualité des produits, mode de développement plus « vert »</b>	Soil., U.K.Association, (2001)	<i>« Un système de production, de transformation et de commercialisation, principalement de <b>formes durables et biologiques de production alimentaire</b>, dans lequel l'activité physique et économique est en grande partie contenue et <b>contrôlée dans la localité ou la région où elle a été produite</b>, ce qui offre des <b>conditions sanitaires, économiques, environnementales et sociales avantageuses pour les communautés de ces zones</b> »</i>
<b>Production locale</b>	Santini, and Gomez y Paloma, (2013)	<i>Acteur « <b>engagé pour la coopération, le développement économique local et relations socio-économiques entre producteurs et consommateurs dans une zone géographique proche</b> »</i>

En France, il semble y avoir un consensus sur le fait que le critère clé fait référence au nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur et que ce nombre, pour une chaîne d'approvisionnement courte, devrait être d'un au maximum (Maréchal 2008 ; Aubry and Chiffolleau 2009). Ce critère est plus adapté avec le terme « *court* », qui traite ici l'aspect dimensionnel de la longueur par le nombre d'intermédiaires entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Alors que le deuxième terme, « *proximité* », met davantage en évidence

l'aspect proximité et ses dimensions entre le consommateur et le producteur. Par conséquent, nous adopterons le terme des circuits de proximité tout au long de l'article car nous nous intéresserons aux produits locaux agroalimentaires, quel que soit le nombre d'intermédiaires, le mode de distribution ou la distance spécifique. Nous souhaitons étudier l'acceptabilité sociale des consommateurs pour des produits qu'ils considèrent issus de productions locales.

### **L'acceptabilité sociale**

En questionnant l'acceptabilité de leurs choix, les attitudes du consommateur, de l'utilisateur, du militant ou du citoyen sont susceptibles d'affecter les organisations. Bien que l'opposition en elle-même ne soit pas nouvelle, les raisons qui la motivent diffèrent d'un cas à l'autre, reflétant un mélange complexe de préoccupations liées à la morale, la religion, aux idéologies politiques, au pouvoir, à l'économie, à la sécurité physique et au bien-être psychologique (Otway and Von Winterfeldt 1982). C'est dans cette perspective que la notion de l'acceptabilité sociale apparaît et commence à gagner du terrain dans les débats publics ou les travaux de recherches. La notion d'acceptabilité sociale est appliquée dans la littérature dans divers domaines tels que la gestion des risques (Douglas 1986 ; Otway and Von Winterfeldt 1982), la gestion des déchets (Séguin 2005), la gestion des ressources forestières (Shindler, Brunson, and Cheek 2004), le captage et le stockage du carbone (Campos, Ha-Duong, and Merad 2010), la gestion des déchets nucléaires (Barthe 2003) ou l'énergie éolienne (Fournis and Fortin 2015). L'acceptabilité sociale dépend d'un large éventail de facteurs dont certains sont liés à la sécurité et à l'économie et d'autres sont d'ordre culturel, social ou psychologique. Pour comprendre l'origine, le succès et l'usage progressif actuel de la notion d'acceptabilité sociale, il est nécessaire de remonter aux travaux des psychologues étasuniens entre les années 1960 et 1980 sur l'acceptabilité des risques. Toutefois, la notion d'acceptabilité sociale est souvent confondue avec la notion d'acceptation et manque à la fois d'une définition cadre. La littérature ne propose pas une définition claire de ces concepts (Wustenhagen et al. 2017). L'acceptabilité et l'acceptation ne sont jamais vraiment distinguées ou alors seulement confusément. Certains auteurs parlent d'acceptabilité sociale (Szarka 2007a), d'autres d'acceptation publique, et d'acceptation sociale (Wustenhages, Wolsinf, and Burer 2007 ; Wolsink 2012a) ou d'acceptation sociétale (Heiskanen et al. 2008). D'autres auteurs enfin ont fait le choix de parler de manière interchangeable d'acceptabilité sociale, et d'acceptation (Warren et al. 2012).



Tableau 2. Les principales caractéristiques de l'acceptabilité et l'acceptation.

<b>Caractéristiques</b>	<b>Acceptabilité</b>	<b>Acceptation</b>
Temporalité de l'expérience « mise en œuvre au cours du processus »	Avant / pendant "a priori"	Après "a postériori"
Type de l'expérience	Individuelle	Collective
Type d'utilisation de l'innovation	Privé/ usage perçu	Publique/usage réel
Relation entre l'innovation et l'interacteur	Un-à-un « interaction entre un adoptant unique et une innovation »	Un à un groupe d'individus, ou une communauté
Niveau d'intuition	Non connu	Positif
La position dans le processus	Action, élément d'un processus, facteur, propriété d'un objet à accepter	Résultat influencé par plusieurs facteurs dont l'acceptabilité
Type d'accord	Accord volontaire/soutien/au choix	Accord contraint / subi / accord par défaut
Accepté comme	A simple non-opposition	Un accompagnement du projet, de l'innovation
Principaux domaines d'intervention	Ressources naturelles et énergie, technologie, urbanisme	Parcs-réserves naturelles, aménagement du territoire, domaine médical
Dominance par langue	Domination en français	Domination en anglais

La réflexion associée à l'analyse de la littérature a permis d'extraire les caractéristiques de l'acceptabilité et de l'acceptation (Tableau 3). En termes de temporalité, l'acceptabilité se mesure avant la mise en œuvre d'une nouveauté tandis que l'acceptation est la résultante d'un processus d'information, de communication, de compensation, etc. L'acceptabilité se mesure au niveau individuel tandis que l'acceptation, à l'issue du processus d'acceptabilité, est le fait d'un ensemble d'individus. C'est dans le cours du processus d'acceptabilité, avec la possibilité pour les individus d'agir et de résister éventuellement à l'émergence d'une nouvelle offre, que sont localisés les enjeux. L'incertitude est ainsi plus forte dans une étude d'acceptabilité : les bornes de l'acceptabilité sont mal connues, tandis qu'au moment de l'acceptation, les variables qui conditionnent l'acceptation sont maîtrisées. Enfin, l'acceptation (acceptance) est principalement utilisée en langue anglaise et les études relatives à des traitements médicaux sont prédominantes. Ainsi, la notion d'acceptabilité rend mieux compte des conditions d'acceptation d'une nouveauté et des leviers à mettre en œuvre pour favoriser l'acceptation que l'étude de l'acceptation dont les réponses apportées sont plus limitées.

L'acceptabilité par le consommateur est considérée comme un élément du processus de validation de sa décision, et prend la forme d'un accord volontaire non forcé ou incité. Pour cela, nous optons tout au long de ce papier pour la notion d'acceptabilité sociale puisque toutes les caractéristiques de l'acceptabilité se réalisent en la consommation des produits des circuits de proximité agroalimentaires.

### **Les spécificités du domaine de l'agroalimentaire**

Depuis l'apparition du concept des systèmes d'approvisionnement alimentaire de proximité avec Marsden et al. (2000), et Renting et al. (2003) plusieurs termes ont été attribués à ce nouveau mode de consommation. Dans le travail de Marsden et al. (2003), les auteurs ont utilisé l'expression anglaise de « food supply chain. Renting et al. (2003) utilisent l'expression de réseau alternatif alimentaire (alternative food network). Pour comprendre le réseau de consommateurs et de producteurs dans l'organisation alimentaire locale dans l'État de Washington, Selfa and Qazi (2005), dans leur travail sur le réseau de consommateurs et producteurs pour l'organisation de l'alimentation locale dans l'État de Washington, parlent de système alimentaire local. Au-delà de l'aspect alimentation comme précédemment, s'ajoute l'aspect spatial avec

des chaînes d'approvisionnement alimentaire qui s'organisent dans une région ou sur un niveau local.

La consommation alimentaire est un acte quotidien de la vie économique, c'est aussi un acte politique, qui peut exprimer un choix citoyen, culturel ou encore religieux. L'expression d'un « *retour à la terre* », la recherche d'un contact humain plus riche ou des considérations écologiques motivent certains producteurs et consommateurs à se rapprocher en limitant les intermédiaires et les kilomètres qui les séparent, c'est-à-dire à fonctionner en circuit de proximité (Bouillot 2020).

L'intérêt des consommateurs pour les produits dits de proximité représente désormais un phénomène social de grande ampleur qui s'observe tant à l'échelle nationale avec l'effet Made in, que régionale e.g. locavorisme, ou encore sur des zones géographiques plus restreintes avec les produits de terroir (Lenglet and Müller 2016). Dans un contexte de globalisation, la proximité permet de compenser la perte ressentie de repère, et représente un moyen de répondre au besoin de réassurance, notamment en améliorant la confiance du consommateur (Hérault-Fournier, Merle, and Prigent-Simonin 2014).

Au sens propre, la proximité se définit en termes de faible distance spatiale entre des entités (objets, individus, lieux, etc.). Au sens figuré, elle correspond à une affinité, une ressemblance, une parenté, des relations étroites entre ces entités. Cette section propose une brève revue de littérature de la proximité.

Les chercheurs ont repris et parfois réinventé ou prolongé l'approche multidimensionnelle de la proximité (Rallet 2002 ; Torre and Rallet 2005 ; Rallet and Torre 2007 ; Lenglet and Müller 2015), au-delà de la seule proximité géographique. La proximité a été explorée dans le domaine de la relation client par Bergadaà and Del Bucchia (2009) comme un construit qui peut remplacer la confiance. Les auteurs ont mené une étude qualitative qui met en évidence l'importance de la relation du chaland avec son enseigne de magasin favorite. Cinq dimensions définissent la proximité : proximité d'accès (distance, temps, commodité d'accès), proximité fonctionnelle (efficacité de l'activité de shopping), proximité relationnelle (accueil, écoute, disponibilité du vendeur, bases de la confiance), proximité identitaire (adhésion aux valeurs de l'entreprise, base de la fidélité) et proximité de processus (adhésion au fonctionnement interne du magasin).

Une grille de lecture des positionnements voulus des distributeurs français a été proposée lors d'une étude menée par Capo and Chanut (2013), basée sur la proximité

comme source de différenciation. Dans cette étude, sept dimensions de la proximité sont proposées : proximité spatiale, fonctionnelle, relationnelle, identitaire, de processus, inter-organisationnelle et prix.

Malgré les efforts déployés depuis l'apparition des circuits de proximité agroalimentaires sur le marché, ceux-ci font toujours face à un ensemble d'enjeux économiques (structurer et fidéliser les clients), sociaux (renforcer les liens entre producteur et consommateur) et gouvernementaux (initiative des citoyens de construire un modèle alternatif au modèle agro- industriel dominant) (Chiffolleau et al. 2018). En raison de leur apparition récente, les circuits de proximité agroalimentaires connaissent des difficultés sur le plan logistique au regard de leurs concurrents des circuits longs et des chaînes d'approvisionnement conventionnelles reposant sur une base logistique solide (Blanquart et al. 2015 ; Holzemer et al. 2016 ; Raton et al. 2020). La recherche de solutions efficaces pour relever les différents défis qui font obstacle à ce mode de consommation suggère que le consommateur représente un facteur clé dans le développement des circuits de proximité et pour la pérennisation de la production locale (Beaudoin and Sugier 2017). Cela nous incite à interroger les acteurs de ces circuits et particulièrement du point de vue de la consommation.

Mieux comprendre le comportement des consommateurs permettra aux producteurs locaux de mieux comprendre la nature de la demande qui s'adresse à eux, s'il s'agit d'une très forte demande, ou d'une demande faible. Cette idée contribue à une meilleure compréhension de la fonction de production à adapter par les parties concernées, et à une meilleure gestion des stocks, en particulier pour les produits à forte sensibilité de dégradation et qui nécessitent des conditions spéciales pour être livrés. L'un des enjeux majeurs aussi des circuits de proximité, est la mise en place des différents hubs pour la distribution (Berti and Mulligan 2016). Il s'agit d'étudier l'acceptabilité de la communauté locale quant à un ensemble des pratiques associées à l'organisation de la logistique des circuits de proximité, et qui peuvent être une source des différents effets indésirables pour les riverains. Toutes les réactions positives ou négatives qui résultent de la communauté en question, peuvent être anticipées par le biais de l'étude des différentes variables déterminantes de l'acceptabilité sociale dans le contexte de la consommation en circuits de proximité. L'étude de la littérature sur l'acceptabilité sociale fait ressortir quatre variables qui sont : 1) l'adéquation du projet ou objet porté avec les besoins et les attentes de la

communauté locale ; 2) les retombées positives ou négatives sur les riverains ; 3) le sentiment de justice par la communauté locale par l'implication de cette dernière dans le processus de décision ; 4) le risque perçu à travers l'utilisation d'une nouveauté et la familiarité avec toutes les incertitudes associées.

La notion de l'acceptabilité sociale présente un potentiel pour résoudre un ensemble de défis rencontrés en logistique de circuits de proximité. Les variables évoquées ci-dessus, présentent les dimensions facilitatrices pour évaluer la notion de l'acceptabilité sociale dans notre domaine d'application.

## **LES DÉTERMINANTS DE L'ACCEPTABILITÉ SOCIALE**

Les enjeux portent sur l'adéquation entre le projet et la communauté locale. Ce facteur traite, dans les projets étudiés, des aspects techniques, esthétiques et visuels des projets et de leurs impacts sur le territoire et le paysage (géospatial, économique, socio démographique). À ce niveau, les études plus récentes portent une grande attention au milieu de réception du projet avec une compréhension plus fine du territoire paysage, mais aussi d'autres dimensions ont été prises en compte telles que la dimension culturelle, politique et sociale. Ainsi, l'appartenance au territoire, les représentations qu'ont les individus de leur territoire et les valeurs portées par les individus, doivent être prises en compte pour favoriser l'acceptabilité. Toutes ces dimensions résonnent bien avec la problématique des circuits de proximité dont on comprend qu'un individu attaché à son territoire et s'identifiant à son territoire et ayant des valeurs compatibles avec les circuits courts devrait être plus favorable à la consommation dans ces circuits. Cette dimension s'apparente à la proximité identitaire proposée par Bergadaà and Del Bucchia (2009) dans l'étude de la proximité et on a donc ici une convergence des champs qui conforte l'importance de ces variables pour notre étude.

Nous pouvons donc intégrer ces variables dans notre modèle conceptuel relatif à l'acceptabilité sociale des circuits de proximité :

- **L'appartenance au territoire.** L'identité que les consommateurs considèrent pour définir leur appartenance au territoire (Van Ittersum 2001 ; DeBenedetti, Oppewal, and Arsel 2014 ; Dion, Remy, and Sitz 2009). L'acceptabilité des circuits de proximité pourrait être favorisée par le sentiment d'appartenance au territoire de production. L'acceptabilité s'appuierait alors sur le degré de

sentiment régional ou national.

- **Les représentations.** Selon Gauld (2019), elles sont un ensemble de croyances, connaissances et d'opinions afin d'interpréter la réalité en lui conférant certaines significations. Jodelet (2004), a écrit que ces représentations sont « *Images qui condensent un ensemble de significations ; système de références qui nous permettent d'interpréter ce qui nous arrive, les phénomènes, les individus auxquels nous avons affaire ; théories qui permettent de statuer sur eux* ». Elles peuvent être également présentées « *comme des réalités préformées, des cadres d'interprétation du réel, de repérage pour l'action, des systèmes d'accueil des réalités nouvelles* ». En effet, les représentations structurent le savoir en organisant les significations relatives à l'objet concerné (Moscovici 1984) et ont une fonction socio-cognitive dans l'intégration de la nouveauté, l'orientation des communications et des conduites. Les représentations qu'ont les consommateurs de leur territoire, de la production locale et des circuits de proximité peuvent affecter l'acceptabilité des produits en circuits courts. Par exemple, des consommateurs qui se représentent leur territoire comme très industriel, ou de "grandes cultures" (blé) peuvent être plus méfiants à l'égard des circuits de proximité ce qui limiterait la capacité de développement de ce mode de consommation.
- **Les valeurs.** Les valeurs désignent des idéaux ou principes régulateurs susceptibles d'avoir la priorité sur toute autre considération. C'est la puissance de certains idéaux qui assure leur prévalence<sup>1</sup>. Contrairement aux normes qui ont un caractère obligatoire, les valeurs exercent une attraction positive sur les individus (Stankey and Chaidler 2006 ; Filser and Vernet 2010 ; Capo and Chanut 2013). Il reste à définir précisément ces valeurs, mais dans le cas des circuits de proximité, des consommateurs qui cherchent à défendre des valeurs associées à une organisation productive plus équitable à l'égard des producteurs ou des produits plus frais, plus locaux, moins impactant pour l'environnement pourraient être plus favorables à la consommation en circuits de proximité. Les valeurs individuelles ne sont toutefois pas directement observables ce qui peut poser des problèmes de mesure. Enfin, les valeurs des individus interagissent avec la société si bien qu'il n'est pas toujours facile de

distinguer une valeur d'une norme de comportement promue par la société.

### **L'arbitrage coûts-bénéfices**

L'acceptabilité dépend d'un arbitrage coûts-bénéfices opéré par les individus. Les retombées ou les impacts de l'objet/projet sur la communauté locale constituent donc un facteur déterminant et influençant l'acceptabilité du public. Ce facteur étant mis en évidence, il peut être affecté par les stratégies de compensation développées, les bénéfices associés à l'objet/projet au profit des riverains par rapport aux externalités potentielles. Dans les circuits de proximité, on peut penser à l'arbitrage réalisé entre le fait de payer un peu plus cher pour maintenir des exploitations à taille humaine et soutenir le développement local. L'échelle de prix doit alors se situer dans une fourchette raisonnable au regard des bénéfices perçus. Les individus ne percevant aucun avantage relatif aux circuits de proximité ne seront alors pas prêts à payer un éventuel supplément. Les variations de prix peuvent alors compenser les défauts de la chaîne. La vente en grande distribution serait par exemple moins chère qu'en circuits de proximité, parce qu'elle offre moins de bénéfices. Cette dimension rejoint, tout en étant assez différente toutefois, la dimension du prix relevée par Capo and Chanut (2013) sur la proximité dans la distribution. Nous retenons donc ici deux variables qui devront être associées dans l'analyse :

- Les retombées de l'objet/projet sur les riverains et les communautés locales (Skitka et al. 2003 ; Besley 2010 ; Visschers and Siegrist 2012) ;
- La propension à payer (au regard des retombées perçues).

### **Le sentiment de justice**

Le concept d'acceptabilité sociale considère le processus de décision et la justice procédurale comme susceptible d'affecter les intentions individuelles. Ce facteur traite de l'influence d'un processus de décision pré projet tout en incluant les parties prenantes notamment les communautés concernées dans la prise de décision. L'implication, et la participation des citoyens dans la réponse publique renforce le caractère juste du processus, surtout lorsqu'il s'agit des phases d'information, de consultation et de délibération collectives. Ce processus est souvent mis en avant comme facteur prépondérant les réponses publiques vis-à-vis d'un objet/projet. Les

arguments mis en avant pour le développement des circuits de proximité tels que la possibilité de développer une économie locale, de pérenniser les exploitations agricoles et de permettre aux agriculteurs de mieux vivre ou d'offrir des produits de meilleure qualité trouvent ici une résonance.

Les circuits de proximité constituent un mode de consommation considéré par les consommateurs comme fiable et transparent. Autrement dit, la consommation en circuits de proximité se fait dans un cadre de confiance générée par le sentiment de justice. Cette justice s'explique par le fait de la participation des citoyens au processus de prise de décision du choix de leur consommation. L'aspect proximité sociale aussi est parmi les clés des producteurs locaux pour regagner la confiance et la loyauté des consommateurs, puisque la vente se fait d'une façon directe, et que le producteur peut vendre son image de marque et convaincre le consommateur de la qualité de ses produits. Plusieurs définitions dans la revue de littérature de la confiance sont proposées. Moorman et al. (1992 ; 1993), ont défini la confiance comme « une volonté de s'appuyer sur un partenaire d'échange en qui on a confiance ». Gurviez and Korchia (2002) l'ont définie comme « une variable psychologique qui reflète un ensemble de présomptions accumulées quant à la crédibilité, l'intégrité et la bienveillance que le consommateur attribue à la marque ». S'intéresser aux déterminants de la confiance revient à se focaliser sur les facteurs explicatifs de la confiance dans le processus d'échange entre l'organisation et ses différents acteurs. Il s'agira de considérer les caractéristiques liées au producteur (taille, réputation, expérience antérieure, comportement opportuniste, dépendance, etc.), liés au consommateur (expertise, similarité, sympathie), et liés à leur relation (durée, partage d'informations, valeurs communes, etc.) (Chérif-Benmiled, 2011). Si le nombre de dimensions fait débat, nous retiendrons toutefois cette approche tridimensionnelle de la confiance. L'engagement du consommateur en faveur des circuits de proximité peut ainsi être associé à la justice perçue dans l'organisation de ces circuits, dans leur capacité à permettre à tous les producteurs d'accéder au marché, mais aussi dans la capacité des producteurs à offrir des produits de meilleure qualité et à en garantir l'origine. Des systèmes favorisant la participation de tous, plus transparents, pourraient être mieux acceptés. L'importance des produits biologiques dans les circuits de proximité et le cas des AMAP corroborent l'intérêt de cette dimension. Dans l'étude de la proximité, cette dimension pourrait s'apparenter à la proximité relationnelle (Bergadaà and Del Bucchia 2009) qui sert de base à la confiance. Le sentiment de justice est néanmoins plus facile à mesurer qu'un



ensemble de variables associées aux relations dans le réseau. Par conséquent, nous pouvons retenir deux variables :

- Le sentiment de justice (Lind and Tyler 1988; Smith and McDonough 2001; Stitka et al. 2003);
- Le sentiment d’être impliqué dans le processus de décision (Shindler et al. 2002 ; Jobert et al. 2007 ; Nadai 2007 ; Wüstenhagen et al. 2007 ; Fortin et al. 2010 ; Nadai and Labussière 2010 ; Wolsink 2012).

### **Le risque perçu**

Les domaines d’application habituels de l’acceptabilité sociale tels que les implantations nucléaires, la séquestration du carbone, le développement des éoliennes, des OGM, des nanotechnologies, le déploiement de nouvelles infrastructures, ont fait du risque perçu une dimension clé du concept qui garde toute sa signification dans le domaine alimentaire. La formulation d’un jugement sur le risque est toutefois complexe tant il existe d’expressions du risque. Cette diversité peut être appréciée à l’aune de la classification de Lowrance (1976) dont les items qui font sens dans le domaine alimentaire sont présentés dans le Tableau 3.

Tableau 3. Une variété de considérations influençant les jugements sur la prise de risque (adapté de Lowrance 1977).

Risque assumé volontairement Effet immédiat Pas d’alternative disponible	Risque supporté involontairement Effet retardé Nombreuses alternatives disponibles
Risque connu avec certitude L’exposition est essentielle Risque commun, usuel Le risque affecte tout le monde  L’objet sera utilisé comme prévu Les conséquences sont réversibles	Risque inconnu L’exposition est un luxe Risque alarmant Le risque affecte particulièrement les personnes sensibles L’objet peut être mal utilisé Les conséquences sont irréversibles

Cet ensemble d'items, explique bien la suspicion croissante à l'égard de l'industrie alimentaire. Bien que l'expérience du risque soit inhabituelle, les individus peuvent, par apprentissage, en analyser les causes, estimer la vraisemblance de leur occurrence et l'impact potentiel. Seuls les risques qui valent la peine d'être pris seront acceptés (Council for Science and Society 1977). Être capable de juger de la validité de la prise de risque suppose que chaque individu dispose d'une connaissance suffisante pour apprécier le risque. La tolérance au risque est toutefois susceptible d'affecter l'interprétation des connaissances. La tolérance varie d'un niveau intolérable à un niveau tout à fait acceptable (Marszal 2001), une acceptabilité favorisée par la présence d'une législation et de contrôles, dimensions importantes dans l'alimentation. En dépit d'un haut niveau de contrôle en Europe, l'industrialisation de la production alimentaire peut générer des doutes et certains individus être moins tolérants que d'autres au risque alimentaire. En outre, la familiarité avec un nouveau risque ou incertitude associé à un objet/projet représente deux faces. La première favorise des réponses positives du public, ou l'inverse, quand les individus se familiarisent et ont beaucoup d'informations sur l'objet/projet risque de ne pas favoriser une réponse favorable du public (Aitken 2010). Puisque plus la connaissance devient précise sur l'objet/projet, plus des enjeux sont soulevés, plus de liens et connexions sont éventuellement fait, et plus des questions émergent (Batellier 2015). Enfin, l'expérience passée de la nouveauté peut modifier les jugements relatifs au risque.

Dans l'alimentaire, les différents scandales dont les consommateurs ont pu être témoins au cours des dernières décennies, font peser des doutes croissants sur un grand nombre de composants des plats industriels. L'existence d'alternatives permet de gérer le risque (Tableau 4) et d'opter pour des produits de meilleure qualité vendus dans des circuits jugés plus sûrs (Kneafsey et al. 2013). Alors qu'habituellement (le nucléaire, les OGM, etc.) le risque perçu est un frein à l'acceptation, ici il pourrait au contraire être un vecteur de consommation en circuits de proximité. La variable garde donc tout son pouvoir explicatif, même si peut-être à contre-emploi au regard de ce que l'on trouve habituellement. En dépit de son importance potentielle, cette dimension du risque perçu est absente des analyses en termes de proximité. Les variables retenues qui déterminent et influencent le risque et découlent de ce paragraphe sont :

- Le niveau de connaissance et de l'information partagées avec les communautés locales (Brunson 1996 ; Louvert 2000 ; Bherer 2005 ; Charbonneau 2005 ;

Jouve 2005 ; Legendre 2005 ; Sauvé and Batellier 2011). Dans notre contexte, il s'agit du niveau de connaissance et d'information relatif à la qualité des produits dans les circuits courts et dans les circuits longs, y compris les croyances associées à ces deux circuits. L'analyse de ce niveau de connaissance doit être mise au regard des enjeux pour l'individu et ses proches, c'est-à-dire de sa sensibilité au risque.

- La tolérance au risque (Marszal 2001) alimentaire permettra de mieux qualifier l'intention de consommer en circuits courts. La connaissance acquise sera interprétée différemment en fonction de la sensibilité au risque alimentaire. La tolérance se mesure en demandant aux individus d'attribuer une valeur au risque.
- Le niveau de familiarité des communautés locales par rapport à la nouveauté associée d'incertitudes (Devine-Wright 2006 ; Huijts et al. 2007 ; Batellier 2015). Cette variable concerne davantage la connaissance des individus quant au processus d'achat en circuits courts relativement aux circuits longs et renvoie à la proximité d'accès et à la proximité fonctionnelle de Bergadaà and Del Bucchia (2009).

La notion de l'acceptabilité sociale est souvent mobilisée pour traiter les nouvelles problématiques qui portent sur la manifestation de l'opinion publique, d'exprimer son opinion devant les autorités pour donner son accord ou opposition vis-à-vis d'un mode de vie, comportement ou un projet qui touche l'ensemble de la communauté. Dans le cadre de notre travail, le choix de l'acceptabilité sociale a été fait pour exprimer le fait d'accepter, dans le contexte d'une région, d'une communauté, de consommer ou de ne pas consommer des produits issus des circuits de proximité agroalimentaire.

## **DISCUSSION**

Dans ce papier nous proposons des pistes de réflexion qui permettent de mieux comprendre l'intention d'achat des consommateurs en circuits de proximité. Nous démontrons que la notion d'acceptabilité sociale et ses variables en adéquation avec la communauté, l'arbitrage coûts-bénéfices, le sentiment de justice et le risque perçu sont essentiels. Le croisement de ces variables et leurs dimensions avec les circuits de proximité permet d'analyser l'application de la notion de l'acceptabilité sociale dans notre contexte, comme le résume le Tableau 4 ci- après.

Tableau 4. L'acceptabilité sociale des circuits de proximité.

Thèmes et variables de l'acceptabilité	Proximité	Commentaire
Les circuits de proximité	Proximité géographique, mesure métrique, elle est une " <i>mis en disponibilité relationnelle</i> " (Talbot 2013), Rallet (2002), tous les auteurs.	Focalisation sur la consommation locale, par exemple à l'échelle d'une région.
L'adéquation avec la communauté : 1) Sentiment d'appartenance au territoire, 2) représentations du territoire 3) valeurs des individus/circuits courts	Proximité identitaire Bergadaà and Del Bucchia (2009)	La dimension territoriale de la consommation accentue l'importance de la dimension identitaire dans le cas des circuits courts et peut expliquer des attitudes régionalistes ou nationalistes.
L'analyse coûts bénéfiques : 1) Les retombées de l'objet/projet sur les communautés locales, 2) la propension à payer (au regard des retombées perçues).	Proximité "prix" " <i>Choix d'une politique de prix adéquate. Un bon rapport qualité-prix au regard de l'offre proposée</i> " (Capo and Chanut 2013)	L'approche par l'acceptabilité sociale introduit davantage de complexité dans l'analyse et davantage de finesse avec l'analyse marginale en termes de coûts bénéfiques, les bénéfices étant sociaux et collectifs.
Le sentiment de justice avec :	Proximité relationnelle	Le sentiment de justice

1) Le sentiment que les circuits courts sont justes, 2) le sentiment d'être impliqué dans le processus de décision.	(Bergadaa and Del Bucchia 2009)	synthétise la proximité relationnelle qui sera capturée avec un petit nombre de variables.
Le risque perçu avec : 1) Le niveau de connaissance et de l'information partagées avec les communautés locales ; 2) le niveau de familiarité des communautés locales par rapport à la nouveauté associée d'incertitudes.	Dimension absente de l'analyse par la proximité	Une variable clé dans l'acceptabilité sociale susceptible de contribuer fortement à la promotion de la consommation en circuits courts.

Les dimensions de ces variables caractérisant l'acceptabilité sociale incluent toutes la dimension proximité et ses dimensions géographique, sociale, cognitive, institutionnelle et organisationnelle. En complément de notre analyse générale, une importance est accordée aussi à l'application de la notion d'acceptabilité sociale dans les circuits de proximité via l'analyse coûts bénéfiques, et la prise en compte de la sensibilité au risque mesuré pour les circuits de proximité relativement aux circuits longs. Pour mieux comprendre les intentions des consommateurs à acheter en circuits de proximité, deux modèles sont envisagés. Le premier est le modèle de la théorie du comportement planifié proposé par Ajzen (1991), et le deuxième, celui du modèle d'acceptation de la technologie proposé par Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989). Nous prendrons en compte toutes les variables précédemment identifiées pour adapter ces deux modèles au comportement d'achat des consommateurs en circuits de proximité.

## CONCLUSION

La globalisation des chaînes d'approvisionnement mondiales a introduit la caractéristique de longueur, et ainsi une crainte traduite par le comportement des consommateurs de douter de l'origine des produits et de leur qualité. Cette crainte s'incarne dans le besoin de traçabilité des produits. L'apparition d'un nouveau mode de consommation locale se présente comme une réponse des consommateurs vis-à-vis des doutes associés aux produits issus des circuits longs. Cette consommation locale, plus connue sous le vocable circuits de proximité alimentaires est

associée à un ensemble d'enjeux économiques, sociaux et environnementaux. Les variables précédemment identifiées, caractérisant l'acceptabilité sociale dans notre contexte, seront facilitatrices pour mieux comprendre les freins inhérents à ce mode de consommation en circuits de proximité. Cette demande forte des consommateurs se heurte aux problèmes logistiques de distribution et de relation clients des producteurs locaux, non formés aux exigences de la distribution. L'acceptabilité sociale se présente comme un outil qui peut nous permettre de comprendre comment résoudre ces enjeux pour améliorer la logistique des circuits de proximité et contribuer ainsi à la dynamique de ce mode de consommation en forte hausse depuis les séquences Covid.

## BIBLIOGRAPHIE

- Ajzen, I. 1991. "The theory of planned behavior". *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Amemiya, H., D.Benezech, and M. Renault.2008. "Les circuits courts: un «monde de commercialisation» interpersonnel". Maréchal G., *Les circuits courts alimentaires*, Paris, Educagri, 113-123.
- Aubry, C. 2012. "Les circuits courts sont-ils durables? Éléments issus d'approches technico-économiques". *Rencontres Terres en Villes*, 6. [www.terresenvilles.org](http://www.terresenvilles.org).
- Beaudouin, V., and L.Sugier. 2017. *L'expérience du consommateur en circuits courts alimentaires: une approche par la valeur de consommation* (No. hal-03390718).
- Ben Miled-Cherif, H. 2011. *La confiance en gestion : un regard pluridisciplinaire*, sous la direction d'A. Gratacap et A. Le Flanchec, Ed. De Boeck, pp. 148-172.
- Berti, G., and C. Mulligan. 2016. "Competitiveness of small farms and innovative food supply chains: The role of food hubs in creating sustainable regional and local food systems". *Sustainability*, 8(7), 616. <https://doi.org/10.3390/su8070616>.
- Besley, J. C. 2010. "Public engagement and the impact of fairness perceptions on decision favorability and acceptance". *Science Communication*, 32(2), 256-280.
- Blanquart, C., A. Gonçalves, G. Raton, and L. Vaillant. 2015, July. "Vecteurs et freins d'une logistique plus durable dans les circuits courts: le cas du Nord-Pas-de-Calais".

In ASRLDF.Montpellier, France

Boschma R. 2005. "Proximity and Innovation: A Critical Assessment". *Regional Studies*, 39(1), p. 61 –74. doi: 10.1080/0034340052000320887.

Bouba-Olga O. and M. Grossetti. 2008. "Socio-économie de proximité". *Revue d'Économie Régionale Urbaine*, (3), 311-328.

Capo C. and O.Chanut.2013. "Le concept de proximité comme source de différenciation: proposition d'une grille de lecture des positionnements voulus des distributeurs français". *Logistique & Management*, 21(1): 7 –18. doi: 10.1080/12507970.2013.11517005.

Chaffotte, L., and Y.Chiffolleau. 2007. "Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie". *Les cahiers de l'observatoire CROC*, 1, 1-8.

Charhbili M., H. Radhoui, S. CrosandML Baron. 2021. "De La Notion De Circuits Courts A La Notion De Circuits De Proximité : Définitions et dimensions". *International Conference on Smart Corridors and Logistics (ICoSCaL21)*, Institut pour une logistique intelligente en Vallée de Seine. University of Le Havre (France).

Chiffolleau Y., M. Bouré, and G. Akermann.2018. "Les circuits courts alimentaires à l'heure du numérique: quels enjeux? Une exploration". *Innovations Agronomiques*, INRAE, 67, 37-47.10.15454/FDWTG6. hal-02627169

Council for science and society. 1977. *The acceptability of risk: The logic and social dynamics of fair decisions and effective controls*. Editions Barry Rose Ltd and Council for Science and Society.

Debenedetti A. 2005. "Le concept d'attachement au lieu : état de l'art et voies de recherche dans le contexte du lieu de loisirs", *Management & Avenir*, 3,5, 151-160.

Dion D., E. Remy,and L. Sitz. 2009."Exploration des racines socio-culturelles de la consommation: le sentiment régional", *Actes du 25ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Londres.

Dunay, A., J. Lehota, É.Mácsai, and C.B.Illés. 2018. "Short supply chain: Goals, objectives and attitudes of producers". *ActaPolytechnicaHungarica*, 15(6), 199-217.

Dunne J.B., K.J. Chambers, K.J. Giombolini, and S.A. Schlegel. 2010. "What does 'local' mean in the grocery store? Multiplicity in food retailers' perspectives on sourcing and marketing local foods". *Renewable Agriculture and Food Systems*, 26(19), 46–59.

Fabbrizzi, S., S. Menghini, and N. Marinelli. 2014. "The short food supply chain: A concrete example of sustainability. A literature review". *RIVISTA DI STUDI SULLA SOSTENIBILITA'*. 2(2):189-206. DOI: 10.3280/RISS2014-002012.

Feldmann C., and U. Hamm. 2015. "Consumers' perceptions and preferences for local food: A review". *Food Quality and Preference*, 40, Part A, 152-164.

Filser M., and E. Vermette. 2010. "La proximité est-elle seulement une nouvelle mode du marketing ?". *Décisions Marketing*, 57, 5-6.

Fortin, M. J., A. S. Devanne, and S.L. Floch. 2010. "Le paysage politique pour territorialiser l'action publique et les projets de développement: le cas de l'éolien au Québec". *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, [En ligne], 1(2).<https://developpementdurable.revues.org/8540>

Gauld, C. 2019. *Extension théorique et pratique de la définition sociologique de représentation sociale*. (hal-02084694)

Goncalves, A., and T. Zeroual. 2014, October. "Les circuits courts alimentaires: vers une logistique plus verte? ". In *RIODD 2014* (p. 13p). hal-01073035

Gurviez, P., and M. Korchia. 2002. "Proposition d'une échelle de mesure multidimensionnelle de la confiance dans la marque". *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 17(3), 41-61.

Ha-Duong, M., and N. Chaabane. 2010. *Captage et stockage du CO2: Enjeux techniques et sociaux en France*. (p. 45-59). Editions Quae.

Herault-Fournier, C., A. Merle, and A.H. Prigent-Simonin. 2012. "Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire? ". *Management Avenir*, (3), 16-33.<https://doi.org/10.3917/mav.053.0016>

Jobert, A., P. Laborgne, and S. Mimler. 2007. "Local acceptance of wind energy: Factors of



success identified in French and German case studies”. *Energy Policy*, 35(5), 2751-2760.

Kneafsey M., L. Venn, U. Schmutz, B. Balázs, L. Trenchard, T. Eyden-Wood, E. Bos, G. Sutton, and M. Blackett. 2013. “Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics”. JRC scientific and policy reports, 123, 129. doi:10.2791/88784

Lind, E., and T. Tyler. 1988. *The Social Psychology of Procedural Justice*. Springer Science & Business Media. New York: Plenum Press.

Lowrance, W. W. 1976. *Of acceptable risk*. William Kauffmann Inc., Los Altos California.

Maréchal, K., L. Plateau, and L. Holzemer. 2019. “La durabilité des circuits courts, une question d'échelle? L'importance de court-circuiter les schémas classiques d'analyse”. *Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires*, (367), 45-60.

Marszal, M.E. 2001. “Tolerable risk guideline”. *ISA Transactions*, 40(4), 391-399.

Marsden, T., J. Banks, and G. Bristow. 2000. “Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development”, *SociologiaRuralis*, 40(4), 424-438. doi: 10.1111/1467- 9523.00158.

Maye, D., and J. Kirwan. 2010. “Alternative food networks”. *Sociopedia.isa*, DOI: 10.1177/205684601051

Moorman, C., G. Zaltman, and R. Deshpande. 1992. “Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations”. *Journal of marketing research*, 29(3), 314-328.

Moorman, C., R. Deshpande, and G. Zaltman. 1993. “Factors affecting trust in market research relationships”. *Journal of marketing*, 57(1), 81-101.

Mundler, P., and L. Rumpus. 2012. “La route des paniers: réflexions sur l'efficacité énergétique d'une forme de distribution alimentaire en circuits courts”. *Cahiers de géographie du Québec*, 56(157), 225-241.

Nadaï, A. 2007. “ “Planning”, “siting” and the local acceptance of wind power: Some lessons from the French case”. *Energy Policy*, 35, 2715–2726.

- Nadai, A. and O. Labussière. 2010. *Acceptabilité sociale et planification territoriale : éléments de réflexion à partir de l'éolien et du stockage du CO2*.
- Nelsen, J., and M. Scoble. 2006. "Social license to operate mines: Issues of situational analysis and process". Department of Mining Engineering, University of British Columbia, Vancouver.
- Paciarotti, C., and F. Torregiani. 2021. "The logistics of the short food supply chain: A literature review". *Sustainable Production and Consumption*, 26, 428-442.
- Pacione, M. 1997. "Local exchange trading systems as a response to the globalisation of capitalism". *Urban Studies*, 34(8), 1179-1199.
- Pecqueur, B., and J. B. Zimmerman. 2004. *Économie de proximité*. Paris, Hermès Sciences Publications, Lavoisier, Paris.
- Plateau, L., L. Holzemer, T. Nyssens, and K. Maréchal. 2016. « Les enjeux logistiques » in *Analyse dynamique de la durabilité vécue et mise en œuvre par les acteurs des circuits courts*, Rapport de recherche, CEESE-ULB.
- Pulker, C.E., G.S.A. Trapp, J.A. Scott, and C. M. Pollard. 2018. "Global supermarkets' corporate social responsibility commitments to public health: a content analysis". *Globalization and health*, 14(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0440-z>.
- Qaim, M. 2017. "Globalisation of agrifood systems and sustainable nutrition". *Proceedings of the Nutrition Society*, 76(1), 12-21. doi:10.1017/S0029665116000598.
- Rallet, A. 2002. "L'économie de proximités : Propos d'étape". *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, INRA Editions, 11-25, hal-01231641
- Rallet, A., and A. Torre. 2007. *Quelles proximités pour innover ? L'Harmattan*, Paris, Collection « Géographies en liberté », 221 p.
- Raton, G., A. Goncalves, L. Gaillard, and F. Wallet. 2020. *Logistique des circuits courts alimentaires de proximité: état des lieux, nouveaux enjeux et pistes d'évolution*, Rapport pour la Fondation Carasso et le RMT Alimentation Locale (Doctoral dissertation, IFSTTAR-Institut Français des Sciences et Technologies des Transports, de l'Aménagement et des Réseaux), 69p. hal-03152368

Renting, H., T.K. Marsden, and J. Banks. 2003. "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development". *Environment and planning A*, 35(3), 393-411. doi:10.1068/a3510

Rizet C., and B. Keita. 2005. *Chaînes logistiques et consommation d'énergie : cas du yaourt et du jean*. 92p. hal-00546042

Rizet, C. 2008. *Chaînes logistiques et consommation d'énergie : cas des meubles et des fruits et légumes*. Contrat INRETS/ADEME n° 05 03 C 0170.

Schlich, E. H., and U. Fleissner. 2003. "Comparison of regional energy turnover with global food". *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 8(4), 252-252. DOI: 10.1007/BF02978482

Schlich, E., and U. Fleissner. 2005. "The Ecology of Scale: Assessment of Regional Energy Turnover and Comparison with Global Food". *International Journal of Life Cycle Assessment*, 10(3), 219-223.

Selfa, T., and J. Qazi. 2005. "Place, taste, or face-to-face? Understanding producer–consumer networks in "local" food systems in Washington State". *Agriculture and human values*, 22(4), 451-464.

Shindler, B.A., M. Brunson, and G.H. Stankey. 2002. "Social acceptability of forest conditions and management practices: a problem analysis". Gen. Tech. Rep. PNW-GTR-537. Portland, OR : U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station. p. 68.

Skitka, L.J., J. Winkvist, and S. Hutchinson. 2003. "Are outcome fairness and outcome favorability distinguishable psychological constructs? A meta-analytic review". *Social Justice Research*, 16, 309–341.

Smith, P.D., and M.H. McDonough. 2001. "Beyond public participation: fairness in natural resourcedecision making". *Society and Natural Resources*, 14(3):239-249.

Stankey, G.H., and B. Shindler. 2006. "Formation of social acceptability judgments and their implications for management of rare and little-known species". *Conservation Biology*, 20(1), 28-37.

Talbot, D. 2009. “L’approche par la proximité : quelques hypothèses et éléments de définition”. Conférence de l’AIMS, Grenoble, 2009.

Torre, A. and A. Rallet. 2005. “Proximity and Localization”. *Regional Studies*, 39(1), pp. 47-60.

Torre, A. and M. Filippi. 2005. Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux. Inra Editions, Paris, Développement durable et territoires.

Van Ittersum, K., M.J. Candel, and M.T. Meulenberg. 2003. “The influence of the image of a product's region of origin on product evaluation”. *Journal of Business research*, 56(3), 215-226.

Visschers, V.H.M. and M. Siegrist. 2012. “Fair play in energy policy decisions: Procedural fairness, outcome fairness and acceptance of the decision to rebuild nuclear power plants”. *Energy Policy*, 46, 292–300.

Wolsink, M. 2012. “Wind Power: Basic challenge concerning social acceptance”. *Encyclopedia of Sustainability Science and Technology*, 17, 12218-12254.

Wüstenhagen, R., M. Wolsink, and M.J. Bürer. 2007. “Social acceptance of renewable energy innovation: An introduction to the concept”. *Energypolicy*, 35, 2683–2691.