

« Quelle stratégie d'activation de la proximité géographique par les selfs des lycées ?¹ »

Delphine Gallaud (CESAER, UMR 1041 INRA-Agrosup Dijon).
26 bd du Docteur Petitjean
Les Longelles
BP 87999, 21079 Dijon Cedex, France
Tél : + 33.(0)3.80.77.25.35.
Delphine.Gallaud @dijon.inra.fr.

Résumé :

Suite aux différentes crises sanitaires ainsi qu'à la progression de la consommation engagée, les consommateurs expriment une demande plus importante pour les produits de proximité. Cette demande s'exprime aussi pour les repas pris hors domicile, qui représentent une part croissante du total des repas, (France agrimer, 2012). Toutefois, cette demande est encore minoritaire et les circuits d'approvisionnements de la restauration collective demeurent principalement des circuits mobilisant peu la proximité géographique (Le Velly et al, 2010, Praly et al, 2009)

Notre objectif dans cet article sera alors d'analyser les stratégies d'activation de la proximité géographique par les personnels des lycées et de comprendre les facteurs de freins à cette activation. Nous traiterons cette question dans le cadre de l'économie de la proximité (Gilly & Torre, 2000, Torre, 2010, Bouba-Olga & Grossetti, 2008) qui permet d'analyser les choix d'activation de la proximité

Nous avons utilisé une méthode d'enquêtes par entretiens auprès des personnels de 9 lycées de Bourgogne. La plus grande variété de choix offerte dans

¹ Ce travail a été réalisé dans le cadre du programme ANR « Légitimes » : Construction et évaluation de scénarios territoriaux d'insertion de légumineuses dans les systèmes de culture pour répondre aux changements globaux.

les lycées par rapport aux cantines primaires influe sur les quantités de produits fournis par des fournisseurs locaux, ce qui justifie l'intérêt de travailler sur les lycées, d'autant que pour le moment il n'existe que peu de travaux concernant les restaurants collectifs des lycées.

Les résultats nous permettent d'aboutir à une typologie des proximités ainsi qu' à la mise en évidence de l'activation de la proximité géographique par les personnels ou au contraire, à la mise en oeuvre des freins à cette proximité.

La proximité géographique est faiblement recherchée par les personnels des lycées. Au niveau de la proximité inter établissements dans le groupement d'achat, les personnels ne cherchent pas à activer cette proximité. Au niveau des lycées, les personnels connaissent peu les produits issus de la proximité géographique. Le nombre de références effectives est de fait, peu nombreux. Enfin, quand la proximité géographique, avec des artisans ou des Pme, existe, elle est largement sous estimée par les personnels du fait d'une relation d'achat médiatisée par les grossistes qui sont les fournisseurs directs. Par rapport aux producteurs agricoles, les personnels des lycées ne cherchent pas à activer la proximité géographique, mais attendent que ce soit les agriculteurs qui le fassent.

Introduction :

Suite aux différentes crises sanitaires ainsi qu'à la progression de la consommation engagée, les consommateurs expriment une demande plus importante pour les produits de proximité. Cette demande s'exprime aussi pour les repas pris hors domicile, qui représentent une part croissante du total des repas (15 % actuellement contre 5 % dans les années 1960, France agrimer, 2012). La demande de produits de proximité s'exprime aussi dans ce cadre comme le montrent les nombreuses expériences d'approvisionnement local des cantines primaires. Toutefois, cette demande est encore minoritaire et les circuits d'approvisionnements de la restauration collective demeurent principalement des circuits mobilisant peu la proximité géographique (Le Velly et al, 2010, Praly et al, 2014) et ce, en dépit des politiques publiques incitatives sur les circuits courts (Ministère de l'agriculture, 2009) ou les politiques relatives à la hausse de l'introduction des produits bio dans la restauration collective d'Etat (Ambition bio 2017).

Cette demande de proximité géographique ne semble ainsi que peut correspondre aux choix stratégiques effectués par les restaurants collectifs. Notre objectif dans cet article sera alors d'analyser les stratégies d'activation de la proximité géographique par les personnels des lycées et de comprendre les facteurs de freins à cette activation. Nous traiterons cette question dans le cadre de l'économie de la proximité (Gilly & Torre, 2000, Torre, 2010, Bouba-Olga & al, 2008) qui permet d'analyser les choix d'activation de la proximité.

Nous avons utilisé une méthode d'enquêtes par entretiens auprès des personnels de lycées de Bourgogne. La restauration scolaire représente la part la plus importante de la restauration collective avec 38 % du total des repas servis (Gira food service). La plus grande variété de choix offerte dans les lycées par rapport aux cantines primaires influe sur les quantités de produits fournis par des fournisseurs locaux, ce qui justifie l'intérêt de travailler sur les lycées, d'autant que pour le moment il n'existe que peu de travaux concernant les restaurants collectifs des lycées.

La première partie présente la littérature sur l'économie des proximités et les stratégies d'activation des proximités, la seconde partie présente la grille d'entretiens et les indicateurs de proximité utilisée. Enfin, la troisième partie présente les résultats : la construction d'une typologie des proximités.

Les résultats nous permettent d'aboutir à une typologie des proximités et à la mise en évidence de l'activation de la proximité géographique par les personnels ou au contraire à la mise en œuvre des freins à cette proximité.

La proximité géographique est faiblement recherchée par les personnels des lycées. Au niveau de la proximité inter établissements dans le groupement d'achat, les personnels ne cherchent pas à activer cette proximité. Au niveau des lycées, les personnels connaissent peu les produits issus de la proximité géographique. Le nombre de références effectives est de fait, peu nombreux. Enfin, quand la proximité géographique, avec des artisans ou des Pme, existe, elle est largement sous estimée par les personnels du fait d'une relation d'achat médiatisée par les grossistes qui sont les fournisseurs directs. Par rapport aux producteurs agricoles, les personnels des lycées ne cherchent pas à activer la proximité géographique, mais attendent que ce soit les agriculteurs qui le fassent.

1. Proximités et typologie des proximités.

1.1. Proximités géographiques et organisées.

L'école de l'économie de la proximité se développe à partir de 1993², en s'appuyant sur le renouveau de la science régionale et (travaux sur les districts italiens (Beccatini, 1979) et les milieux innovateurs (Aydalot, 1986)). Ce courant a comme objectif de renouveler la manière de penser la coordination des acteurs, en particulier, leur coordination dans l'espace à travers la création du concept de proximités. L'espace n'est ainsi plus pensé comme un réceptacle de ressources, mais comme un construit résultant de l'action des acteurs. Mais L'école de la proximité renouvelle également l'analyse de la coordination, autre que spatiale.

Les concepts de proximités ont été définis dans les ouvrages fondateurs de Gilly & Torre, 2000, et Pecqueur & Zimmermann (2004), puis renouvelés dans les numéros « points d'étapes » de revues comme celui sur « La proximité 15 ans déjà » publié par la RERU en 2008 (Bouba-Olga et al, 2008). En parallèle, de nombreux travaux ont mobilisé ce cadre d'analyse sur des applications empiriques. Plus récemment, cette école s'est internationalisée (Boshma 2005, Maskell et al (2006)).

Les auteurs du courant de la proximité se divisent en deux courants principaux : un courant interactionniste qui définit deux proximités principales : la proximité organisée et la proximité géographique (Gilly & Torre, 2000) et un courant institutionnaliste qui ajoute une proximité institutionnelle (Talbot, 2008). Mais, Bouba-Olga & Grossetti (2008) ont également proposé un découpage alternatif des proximités.

La proximité organisée « concerne la manière que les acteurs ont d'être proches en dehors de la relation géographique » (Torre, 2010). La proximité organisée est ainsi une ressemblance entre acteurs autre que géographique. Cette ressemblance résulte, soit des interactions, soit du partage par les acteurs de caractéristiques communes (langue ou diplôme) qui favorisent les interactions (Bouba-Olga & Grossetti, 2008). Cette proximité organisée se décline selon deux logiques : appartenance et similitude. Le fait d'appartenir à une même organisation rend plus probable que les interactions existent et soient plus fréquentes entre les membres de l'organisation qu'entre les membres et des acteurs extérieurs. La logique de similitude correspond à l'adhésion à des catégories mentales communes

² Numéro spécial de la revue d'économie régionale et urbaine

(représentations valeurs, normes, culture), proche d'une forme de proximité cognitive entre les acteurs (Boshma, 2005).

La proximité géographique correspond à la distance (kilométrique) séparant deux acteurs (Torre, 2009). « Cette distance est relative premièrement du fait de l'accessibilité existant entre des acteurs. L'accessibilité facilite les interactions potentielles entre les acteurs. Si deux acteurs sont séparés par un relief important (montagne par exemple) alors que deux autres séparés par la même distance que les premiers, sont reliés par un moyen de transport rapide, les seconds ont une accessibilité plus importante et donc, une capacité d'interactions plus importante que les premiers. L'accessibilité est elle-même pondérée par les ressources temporelles et financières des acteurs ». Elle est ainsi variable au cours du temps. L'achat de titres de transport rapides peut être très consommateur de ressources financières et réduire ainsi la capacité effective des acteurs à interagir en face à face. Enfin, la distance entre deux acteurs est également perçue de manière subjective donc différenciée par les acteurs. La proximité géographique est ainsi sujette à une estimation de la part des acteurs qui peut également être variable au cours du temps. Un acteur situé à deux heures d'un autre peut paraître relativement proche si le trajet nécessaire pour interagir est ponctuel et être perçu comme lointain, si les interactions nécessaires sont fréquentes.

Enfin, la proximité géographique peut être permanente ou temporaire (Gallaud & Torre, 2005). Elle est permanente quand deux acteurs se co-localisent à proximité l'un de l'autre et temporaire quand, sans être co-localisés, ils peuvent interagir en face à face en recourant à des déplacements ponctuels d'une durée plus ou moins longue. De nombreux projets d'innovation collaboratifs se déroulent ainsi. Par contre le cas des plateaux de conception d'innovation créés par les entreprises pour la durée d'un projet qui sont qualifiés par Maskell et al (2006) de clusters temporaires, correspondent en fait à un cas de recréation d'une proximité permanente, les acteurs peuvent interagir quotidiennement, même si cette proximité est limitée à la durée d'un projet d'innovation.

1.2 Activation des proximités et proximité recherchée vs subie.

Les deux types de proximités ne constituent que des potentiels, « elles doivent être activées par les acteurs pour devenir effectives et produire une utilité pour les acteurs » (Torre 2009). C'est le sens que les acteurs donnent à la proximité qui va déclencher leur action et les faire rechercher la proximité ou au contraire la considérer comme subie. Des acteurs peuvent être co-localisés à

proximité les uns des autres, mais, s'ils ne se coordonnent pas volontairement, ils seront dans une situation d'agglomération simple et de fait, ils n'utiliseront pas le potentiel permis par la proximité géographique. De la même manière, la proximité organisée n'est qu'un potentiel, elle doit être activée volontairement par les acteurs.

Si les proximités sont recherchées, les acteurs vont chercher volontairement à se coordonner. Dans le cas de la proximité géographique, cela peut les conduire à se co-localiser de manière à bénéficier mutuellement de la faible distance entre eux. C'est le cas par exemple d'entreprises qui vont se localiser à proximité d'entreprises du même secteur d'activité dans un cluster par exemple, ou à proximité d'un centre de recherche. Cette décision de localisation a été fréquente dans les biotechnologies. Deux entreprises qui mettent en place un accord de coopération pour innover vont rechercher la proximité, mais organisée cette fois. Elles vont créer un nouvel espace facilitant potentiellement les interactions entre les membres pendant le projet de coopération. Cet espace n'a pas besoin d'être formalisé par la création d'une structure formelle de coopération de type joint venture.

« Au contraire, la proximité peut être subie par les acteurs, qui sont en proximité avec d'autres acteurs, des lieux ou des objets techniques qui induisent une perte d'utilité pour eux mais sans qu'ils puissent changer de localisation » (Torre, 2009). Pour la proximité géographique les exemples les plus connus sont ceux qui concernent les externalités négatives de pollution ou les spillovers géographiques dans le cadre de l'innovation qui conduisent à une imitation trop rapide d'une innovation par les concurrents d'une entreprise, ce qui ne lui permet pas de valoriser son innovation. (Vicente & Suire, 2008)

La proximité organisée peut être considérée comme subie par les acteurs dans le cas d'une entreprise indépendante rachetée par un groupe qui devient ainsi obligée de se coordonner avec les autres établissements du groupe. Mais, ce peut être également un des effets des politiques publiques. Les politiques d'innovation menées dans les pôles de compétitivité ou les clusters qui obligent les acteurs à coopérer localement pour bénéficier des subventions publiques pour financer leurs projets peuvent ainsi être considérées par les entreprises comme des formes de proximité organisée subie qui les empêcherait de développer certaines coopérations.

1.3 Typologie et articulation des proximités.

L'école de la proximité est intéressée par l'étude des situations de proximité combinant proximité organisée et proximité géographique. Elle a alors construit la typologie de l'articulation des proximités (Torre (2010), tableau 1).

	Proximité géographique faible	Proximité géographique forte
Proximité organisée faible	///////// /////	1 agglomération (case 2)
Proximité organisée forte	2 Réseaux + interactions médiatisées (proximité temporaire) (case 3)	3 clusters + réseaux locaux (case 4)

Tableau 1 : typologie des proximités.

La case //////////////// correspond à un cas où aucune des proximités n'est activée par les acteurs. Ce cas n'intéresse pas les analyses de proximité qui traitent des questions de coordination des acteurs, puisque dans ce cas, aucune forme de coordination n'existe.

L'articulation des proximités se décline en 3 grands types de situation possible. Le cas où la proximité organisée est faible et la proximité géographique a été activée et est forte (case 1 dans le tableau) correspond à des situations d'agglomération des acteurs. Les acteurs sont co-localisés mais n'entretiennent pas d'interactions particulières, ils sont simplement dans une situation de voisinage.

Case 2 : Les acteurs ont activé la proximité organisée, qui est forte mais, la proximité géographique est faible. Ce cas correspond à des acteurs qui interagissent de manière fréquente, sans être co-localisés, donc sans mobilisation d'une proximité géographique permanente. Ce cas correspond à la situation de coordination existant dans les communautés de pratiques, comme celles du logiciel libre (Coris & Lung, 2005). Les développeurs se rencontrent très rarement physiquement, mais, les interactions via internet et les forums de discussion sont très denses. Cette case correspond également à toutes les situations dans

lesquelles des entreprises qui ne sont pas co-localisées coopèrent entre elles à distance, que ce soit pour innover ou sur d'autres fonctions de l'entreprise. La majeure partie des relations de coopération se font effectivement entre entreprises qui ne sont pas co localisées dans des clusters et qui coopèrent avec des entreprises d'autres régions (Gallaud et al, 2012). Les acteurs utilisent des interactions médiatisées par les TIC et ou de la proximité géographique temporaire, rendue possible par la mobilité des acteurs et l'accessibilité des acteurs avec lesquels ils interagissent (ibidem ; Rychen & Zimmermann, 2008).

Case 3 ; Les acteurs ont activé de manière importante les deux types de proximité simultanément.

Ce cas mobilise les 2 types de proximité à un niveau élevé, il s'agit du cas des clusters , districts et autres systèmes productifs locaux, dans lesquels les acteurs sont co-localisés sur un espace géographique peu étendu, qui facilite les interactions de face à face fréquentes et une dynamique d'organisation des interactions qui repose sur une culture commune au système de production forte et partagée par les entreprises qui s'y localisent, qui contribuent par leurs interactions à la renforcer. Toutefois, cette représentation des clusters a été progressivement modifiée, aujourd'hui la plupart des chercheurs considèrent que les clusters qui fonctionnent mobilisent à la fois des relations de proximité géographique forte entre acteurs du cluster combinées à des relations avec des acteurs situés à l'extérieur du cluster (Waxell & Malmberg 2007), donc avec des relations de proximité temporaire (Rychen & Zimmermann 2008).

1.4 Proximités et restauration collective scolaire.

La place de la restauration hors domicile a fortement augmenté depuis 1959, elle représente 15 % des repas annuels des français (Gira food services, 2010)). Vilaine (2009) estimait le nombre de repas pris en RHD en 2009 à 119 repas par habitant, dont 61 en restauration commerciale et 58 en restauration collective.

La restauration collective recouvre les prestations de préparation et de livraison de repas des personnes en collectivités (Fassel, 2008). Il s'agit d'un ensemble hétérogène qui regroupe le secteur scolaire (école, lycées, universités) le social, la santé (hôpitaux) mais, également les restaurants d'entreprises privées ainsi que la restauration des administrations publiques. Dans cet ensemble, les restaurants scolaires servent la part la plus importante du total des repas avec 38 % contre 27 % pour le secteur social (France agrimer, 2012).

La restauration collective apparaît comme un débouché potentiel pour les agriculteurs qui pérennisent leur activité, en plus une offre de proximité permet

de limiter la distance parcourue par les produits alimentaires. Le rapport Paxton (1994) a souligné qu'elle était très importante, pour les USA 2400 km en moyenne et 6770 si on prend en compte une analyse en terme de cycle de vie incluant le recyclage des emballages.

Toutefois, l'offre ne peut pas être complètement locale du fait du manque de disponibilité en produits dans certains territoires, ce qui limiterait l'accès à une offre alimentaire variée, alors que la variété des produits est un comportement de consommation bien ancré et de la disponibilité des terres agricoles, ainsi que des aléas climatiques potentiels sont susceptibles de modifier l'offre.

Les politiques publiques doivent donc trouver un compromis entre l'incitation à privilégier au maximum les produits de proximité et le fait de ne pas rendre les consommateurs trop dépendants des ressources, potentiellement limitées des territoires.

Face à ces enjeux, la restauration collective apparait comme un levier pour contribuer à renforcer la proximité géographique dans les circuits d'approvisionnement alimentaires. Or pour le moment ses circuits d'approvisionnement ne mobilisent que très peu la proximité géographique car les restaurants se fournissent auprès de grossistes s'approvisionnant sur les marchés internationaux de manière à proposer une offre alimentaire variée (Le Velly et al, 2010).

Activation de la proximité géographique dans la restauration collective scolaire.

Il existe trois niveaux auxquels la proximité géographique peut être activée dans la restauration scolaire : au niveau des groupements de commande, au niveau interne des établissements dans la relation avec les fournisseurs.

En Bourgogne, l'ensemble des restaurants est en gestion directe, il n'y a pas de sociétés de restauration. Quand elles sont présentes, l'activation des proximités résulte d'un compromis entre la stratégie des restaurants et celle des sociétés de restauration.

- proximité inter établissements dans le groupement de commandes.

Le code des marchés publics autorise les acheteurs à créer des groupements de commande, de manière à augmenter le volume de leurs achats et à faire baisser leurs prix. Ce type de structure encadre fortement l'offre alimentaire à laquelle les lycées ont accès en référencant les produits qui sont ensuite ouverts à la commande.

Le groupement constitue une structure de coordination potentielle des acteurs où peut s'élaborer la proximité organisée inter établissements. Cette structure joue à la fois un rôle de contrainte, elle limite la liste des produits référencés mais, est également une opportunité d'introduction de produits fournis par des fournisseurs de proximité, en fonction des critères de sélection des fournisseurs qui sont élaborés par les acteurs. Les acheteurs ont la libre décision de la pondération qu'ils accordent à différents critères (critères techniques de délais de livraison, de fréquence, qualité organoleptique des produits...) l'élaboration de ces critères contribue à construire la proximité organisée entre les personnels. Le code des marchés n'autorise pas à indiquer une préférence pour un fournisseur local, ce qui serait une pratique anti concurrentielle. Par contre, il autorise à indiquer des délais de livraison courts, une préférence accordée au fournisseur garantissant la saisonnalité ou la fraîcheur des produits, ce qui permet de sélectionner des fournisseurs proches. De plus, il autorise explicitement à favoriser certaines structures : coopératives et groupement de producteurs agricoles, artisans et structure d'insertion par le travail (Article 53) Or, toutes ces structures sont très présentes dans les filières agro alimentaires. Le code des marchés permet donc aux acteurs d'activer la proximité géographique dans les choix d'approvisionnement.

Trente établissements, dont tous les lycées dijonnais, ont créé un groupement de commandes. Il existe donc une proximité organisée, de type appartenance, entre les établissements participant à ce groupement.

Plusieurs types d'acteurs sont décisionnaires par rapport à l'introduction des produits élaborés par des fournisseurs locaux, les proviseurs, les enseignants menant des actions de formation à la qualité nutritionnelle de l'alimentation, les parents d'élèves, les élèves s'ils participent à l'élaboration des menus et surtout le binôme gestionnaire / cuisinier (Fassel, 2008). L'introduction de ces produits est donc la résultante des décisions et des influences d'un grand nombre d'acteurs au sein des lycées.

Notre hypothèse est que l' introduction effective des produits de proximité est fortement influencée par la ressemblance entre ces acteurs donc par leur degré de proximité

Si les acteurs se ressemblent, leur proximité organisée est forte, mais si leurs représentations par rapport à la question de la proximité géographique aux fournisseurs sont défavorables à cette proximité, celle-ci ne sera pas activée par les restaurants. Au contraire, si les représentations sont favorables à une proximité géographique aux fournisseurs, on devrait constater une reconfiguration des circuits d'approvisionnement et une mobilisation plus forte des circuits de proximité.

- Proximité géographique faible par rapport aux fournisseurs :

Actuellement, le circuit d'approvisionnement majoritaire ne mobilise pas la proximité géographique, la case 3 du tableau 2 (ci-dessous) est dominante. La proximité géographique avec les grossistes est faible, mais, la proximité organisée est forte car les restaurants et les grossistes partagent un certain nombre de représentations communes sur la coordination des approvisionnements en matière de volumes, régularité délais de livraison, respect des normes sanitaires. Au contraire, ces éléments de proximité organisée ne sont pas communs avec les producteurs agricoles dont les difficultés à approvisionner la restauration en amenant des volumes suffisants, avec une régularité suffisante et en respectant les normes sanitaires de la restauration ont déjà été soulignés (Béraud-Sudreau, 2009).

Notre objectif est d'analyser la manière dont les personnels de la restauration en région Bourgogne ont cherché à activer la proximité géographique pour mettre en place des circuits de proximité pour gérer leurs approvisionnements en produits alimentaires. Nous cherchons à mettre en évidence les freins qui empêcheraient de reconfigurer les circuits d'approvisionnement. Notre objectif est double faire une description de l'état des proximités. Nous nous attendons à ce que la situation soit celle de la case 2 et ensuite analyser quelles sont les stratégies éventuelles d'activation de la proximité géographique permettant de passer de la case 3 à la case 4 du tableau.

	Proximité géographique faible	Proximité géographique forte
Proximité organisée faible	////////	Agglomération
Proximité organisée forte	Approvisionnement par les grossistes (case 3)	Circuits de proximité : approvisionnement par les agriculteurs (Case 4)

Tableau : Typologies actuelles des proximités dans les circuits d'approvisionnement de la restauration collective.

2. Méthode :

Nous présentons dans un premier temps la méthode utilisée puis dans un second temps les indicateurs de proximité utilisés.

2.1 Réalisation d'entretiens auprès des personnels de la restauration dans les lycées de Bourgogne.

Nous avons utilisé une méthode d'enquêtes par entretiens auprès des personnels des lycées. Les lycées intègrent généralement un choix possible dans le menu (entre 3 ou 4 entrées, 2 plats principaux). La consommation réelle de produits fournis par des fournisseurs locaux peut ainsi être inférieure à la consommation potentielle (qui correspond à l'effectif de demi pensionnaires des lycées)³. D'autre part, les lycéens ont la possibilité de sortir du lycée et de consommer à l'extérieur leur repas, ce qui est un second facteur de limitation de la consommation potentielle de ces produits. Il y aurait ainsi plus de facteurs de freins au développement des circuits de proximité dans les lycées que dans les cantines scolaires, qui ont, de plus, déjà faits l'objet de travaux (Le velly et al, 2010 par exemple).

Nous avons effectué un entretien avec le responsable des lycées au conseil régional, qui a permis de sélectionner de sept lycées à enquêter sur la base de la

³ C'est le cas par exemple quand le lycée est doté d'un bar à salades proposant le choix entre une salade verte locale et une salade de tomates non locales.

diversité de leurs caractéristiques, lycée général et technologique, lycée professionnel, agricole. Cinq lycées sont situés à Dijon et deux en Bourgogne. Six sont des lycées publics, un lycée privé a également été inclus car il affichait sur son site internet une communication sur les circuits de proximité.

Le chef cuisinier élabore les menus et indique au magasinier les quantités physiques de produits à commander pour élaborer les recettes. Les menus et les commandes prévisionnels sont ensuite transmis au gestionnaire qui valide les commandes d'un point de vue comptable. Il peut également exister un responsable restauration chargé de la passation des marchés publics. Il détermine le type de produits auxquels les cuisiniers auront accès pour élaborer les recettes et dans lequel les magasiniers pourront passer les commandes en fonction des fournisseurs auxquels les marchés auront été attribués.

, Nous avons effectué des entretiens auprès des gestionnaires, responsables restauration, cuisinier et magasinier, Ils se sont déroulés entre mai et début juillet 2014. Ils ont duré de 1 à 2H 30 selon la disponibilité des personnels.

L'entretien abordait les thématiques suivantes : organisation générale du travail dans le lycée répartition des tâches gestionnaire/ cuisinier, organisation des menus, réalisation de menus thématiques, couts des repas, et interaction entre les différents personnels, le fonctionnement du groupement d'achat et la place des fournisseurs locaux au sein de ce groupement, ainsi que les relations avec les fournisseurs, leur proximité géographique, éventuelle introduction des produits élaborés par des fournisseurs locaux, les relations avec la politique publique dans l'introduction des produits locaux, à travers l'opération « bien dans mon assiette, les terroirs de Bourgogne font école⁴ ».

2.2 *Les indicateurs de proximité utilisés :*

Nous nous sommes intéressés à l'activation de la proximité géographique. Or cette activation dépend des représentations des acteurs sur l'intérêt de cette proximité à leur degré de proximité organisée. Nous avons limité la proximité géographique à la co localisation entre le restaurant et son fournisseur, car nous étions partis de l'hypothèse d'une faible utilisation des circuits

⁴ La région a mis en place cette démarche volontaire depuis 2006 pour inciter les restaurants à servir plus de menus sur des recettes régionales élaborées à partir de produits locaux.

d'approvisionnement de proximité et nous cherchions à mettre en évidence les freins à la reconfiguration de circuits à distance en circuits de proximité. Nous avons donc mis en place des indicateurs de l'activation de la proximité géographique et non de la proximité géographique en tant que telle.

Pour l'ensemble des acteurs, la proximité géographique a été mesurée par le fait que l'acteur soit localisé ou non dans la région⁵. Nous avons mesuré l'activation de la proximité aux trois niveaux identifiés dans le point 1.

L'activation de la proximité organisée correspond à la construction de représentations communes aux acteurs participant au groupement d'achat. Nous avons utilisé comme indicateur de cette élaboration des représentations le type de critères de sélection des fournisseurs. Pour mesurer la proximité interne aux établissements, nous avons utilisé un indicateur du degré de ressemblance ou de divergence des représentations des différents personnels,

Enfin, nous avons utilisé un indicateur permettant de mesurer l'activation des circuits de proximité, via l'intérêt exprimé par les acteurs par rapport au fait d'avoir des fournisseurs de proximité. Notre grille d'entretien cherchait également à évaluer la perception que les personnels pouvaient avoir de cette proximité. En effet, pour de nombreux produits l'origine géographique n'est pas indiquée de manière plus fine que le niveau national. C'est le cas par exemple pour les fruits et légumes, les produits d'épicerie, parfois la viande.

3 Quelle activation de la proximité géographique dans l'approvisionnement de la restauration scolaire ?

Nous avons réalisé des entretiens dans 7 lycées soit 23 entretiens, 5 lycées sont situés à Dijon dont un en zone périurbaine, les deux autres en zone rurale.

3.1 *Une activation faible de la proximité géographique dans le groupement d'achats et en interne aux établissements.*

Le code des marchés publics interdit aux restaurants de spécifier une préférence pour des fournisseurs de proximité ce qui constituerait une pratique anti concurrentielle. Mais il autorise à spécifier des critères de fraîcheur ou de saisonnalité des produits qui permettent de renforcer le recours à la proximité. De

⁵ Dans la suite du travail nous allons inclure dans les indicateurs de proximité les questions d'accessibilité entre acteurs et de perception de la proximité, mais la proximité organisée était première pour nous c'est pourquoi dans un premier temps nous avons centré l'analyse sur la construction de cette proximité.

plus, le code des marchés permet d'accorder une préférence aux artisans, coopératives Pme et structure d'insertion par le travail, ce qui permet également potentiellement de renforcer la proximité géographique avec ses fournisseurs.

Mais les acteurs ne saisissent pas les possibilités offertes par le code des marchés pour activer la proximité géographique.

Les lycées participant au groupement de commande organisent deux réunions annuelles pour définir les critères de sélection de leurs futurs fournisseurs. Ces réunions sont le lieu d'élaboration de la proximité organisée entre les acteurs. Les choix des critères de pondération pour la sélection révèlent que les personnels ne valorisent que peu la proximité géographique. Les critères retenus par les personnels dans le groupement sont, en premier, la qualité organoleptique⁶ des produits (pondérée à 50 %), le prix (30 %) et enfin divers critères techniques (pour 20 %) : délais de livraison, les fréquences de livraison, le respect des normes sanitaires, la reprise des emballages. Le personnel semblait ainsi plus sensible aux éléments environnementaux de reprise des emballages qu'aux éléments de proximité géographique avec les fournisseurs. Le fait que les fournisseurs soient situés à proximité des lycées n'a jamais été cité par les responsables restauration enquêtés comme des points à privilégier particulièrement. Cette faible attention à la proximité se traduit par le fait que peu de fournisseurs de proximité sont référencés et proposent des produits commandables par les lycées.

Même quand ces produits existent, ils sont peu connus des personnels. Un seul enquêté a indiqué que des produits locaux pouvaient être commandés dans le groupement : du fromage, du pain et des produits d'épicerie (pâtes, sauces) (un magasinier). Deux cuisiniers ont cité au cours de l'entretien le fromage (époisses) et le pain mais n'ont pas fait le lien spontanément avec des produits fournis par des fournisseurs de proximité.

De fait, les produits locaux sont peu valorisés par les personnels « J'achèterais un produit d'abord parce qu'il est bon. S'il est local en plus pourquoi pas, mais il doit être d'une qualité très supérieure au produit standard pour compenser le surcoût » (un cuisinier). Le seul cas où un produit local a été valorisé est celui de yaourts mais dans ce cas aussi, en premier pour leurs caractéristiques organoleptiques et non pour le fait d'être produits à proximité du lycée : « Ce sont des yaourts fermiers, c'est les meilleurs yaourts que j'ai jamais mangé. Oui ils sont plus chers, mais on va s'arranger je voudrais essayer d'en commander au moins une fois par mois pour un service complet ». (Cuisinier et magasinier). A contrario, des légumes vendus par des maraichers situés à proximité de Dijon ont été fournis aux

⁶ Les qualités organoleptiques des produits sont testées en aveugle deux fois dans l'année par les personnels. Les produits n'ayant pas une qualité suffisante ne sont plus référencés dans l'appel d'offre suivant.

restaurants, qui ont été critiqués pour leurs caractéristiques de présentation et organoleptique « c'étaient des vrais branches ces poireaux, pas nettoyés ».

Le seul argument favorable pour les fournisseurs de proximité est le fait que » cela permet de préserver l'emploi local en particulier celui des agriculteurs. Mais, au final c'est nos emplois qui sont conservés [si les restaurants achètent des produits locaux] parce que nos achats permettent à des gens du coin de vivre et d'envoyer leurs enfants à l'école ici. Donc, oui ça serait important d'acheter local » (un cuisinier). Toutefois, cet enquêté n'achetait pas plus de produits élaborés par des fournisseurs locaux que les autres enquêtés.⁷

Il existe ensuite des freins internes aux établissements à l'activation de la proximité géographique. Ces facteurs sont de l'ordre de la difficulté à construire une proximité organisée entre les personnels, proximité qui permettra ensuite d'activer éventuellement la proximité géographique en remettant en place des circuits d'approvisionnement avec des fournisseurs locaux. Plusieurs personnels sont décisionnaires dans les commandes, les gestionnaires et responsables de restauration, les personnels de cuisine. Le degré de proximité de leurs représentations par rapport aux fournisseurs de proximité se traduit dans un degré effectif d'introduction de leurs produits. Si tous les personnels sont défavorables aux fournisseurs de proximité l'introduction de leurs produits est nulle, si tous sont favorables, elle est positive mais souvent limitée, si une partie seulement est favorable, en général, l'introduction effective reste égale à 0, par contre, certains des personnels conservent des projets d'introduction de ces produits.

Nos entretiens ont très peu indiqué d'incitations des proviseurs à développer les achats auprès des fournisseurs de proximité. Très peu ont fait de la question des approvisionnements une problématique environnementale du projet d'établissement par exemple, alors que certains lycées ont mis en place des projets environnementaux (éco délégués, recyclage, compost par exemple). La reprise des emballages a d'ailleurs été plus souvent citée spontanément comme problématique environnementale que les approvisionnements.

La division du travail interne aux établissements entre personnel administratif et personnel de cuisine est renforcée par une appartenance organisée différente. Les personnels administratifs relèvent de l'éducation nationale et les personnels de cuisine de la fonction publique territoriale. Cette organisation est un frein à la construction de représentations communes et donc à

⁷ Cet enquêté activait même moins que d'autres la proximité géographique dans les achats hors marché. Le lycée n'effectuait aucun achat auprès de producteurs agricoles.

l'activation d'une proximité organisée. Par contre, ce facteur peut être limité si les gestionnaires interagissent fréquemment avec les personnels de cuisine (élaboration en commun des menus, passage réguliers dans les cuisines ou au self pendant le service). Ces interactions concourent à construire la représentation des personnels sur le fait de former une équipe de travail participant au fonctionnement général de l'établissement.

Enfin, la durée des contrats conclus entre les restaurants et les fournisseurs est un facteur de frein important. En effet, il s'agit de contrat d'un an maximum avec changement en cours d'année scolaire des fournisseurs, car le code des marchés publics impose une remise en concurrence périodique des fournisseurs pour des raisons d'égalité d'accès à a commande publique. Ces durées courtes ne favorisent pas la construction de la proximité organisée entre les restaurants et les grossistes.

Or le manque de proximité organisée entre les personnels conduit à un manque d'activation de la proximité géographique. Dans tous les lycées où il existait des différences de proximité organisée, les personnels ont mis en avant la difficulté de mettre en place les circuits de proximité, en insistant sur les difficultés pour contacter les producteurs agricoles via la plate forme mise en place par le conseil régional « mes codes d'accès ne fonctionnent pas » (cuisinier, magasinière), « la plate forme inclut trop de fournisseurs certains ne sont pas utilisables en restauration collective » (les mêmes)).

En conclusion, dans le groupement d'achat les lycées ont mis en place une proximité géographique temporaire qui leur permet de définir leurs relations avec les fournisseurs.

3.2 Activation faible de la proximité géographique avec les fournisseurs.

- Activation d'une proximité géographique temporaire avec les grossistes.

Nous avons réutilisé la typologie des proximités développées dans Torre (2010). La typologie est construite en référence à la perception de la proximité par les personnels des lycées uniquement. Pour les 3 situations principales de croisement des proximités, nous avons obtenu les résultats suivants.

	Proximité géographique faible	Proximité géographique forte
Proximité organisée faible	////////////////////	Producteurs agricoles

Proximité organisée forte	Grossistes.	Proximité avec des artisans, coopératives et des Pme locales sous estimées
---------------------------	-------------	--

Tableau 2 : relations de proximité avec les fournisseurs approvisionnant les restaurants des lycées.

(case 3). La plupart des grossistes approvisionnant les restaurants sont localisés hors région, ils ne sont donc pas dans une situation de proximité géographique permanente avec les restaurants. Toutefois, la plupart envoient régulièrement des commerciaux dans les restaurants afin de vérifier le degré de satisfaction des restaurants vis-à-vis des prestations fournis. Cette stratégie de proximité géographique temporaire permet d'activer la proximité organisée, mais c'est une stratégie mise en place par les grossistes. Les grossistes qui ne le font pas sont perçus de manière critique (cas d'un nouveau grossiste localisé hors région) et les personnels ont un faible degré de proximité organisée vis-à-vis d'eux.

La proximité organisée s'élabore au cours des interactions. Elle est plus forte avec les grossistes qui ont été sélectionnés plusieurs fois à l'appel d'offre « on travaille régulièrement avec eux, ils connaissent nos besoins » (cuisiniers, magasiniers). Par contre, elle n'est pas immédiate avec les nouveaux entrants dans l'appel d'offre « C'est un nouveau grossiste, mais il ne fait pas attention à nos demandes », La proximité organisée n'est donc pas systématique avec ces acteurs, elle dépend du déroulement des interactions, même si elle est globalement plus facile à construire qu'avec les agriculteurs du fait que ces acteurs partagent un certain nombre de représentations sur l'organisation industrielle des approvisionnements (délais/ fréquences, réactivité) qui ne sont pas partagés par les agriculteurs.

Une proximité géographique non perçue par les restaurants quand la relation est médiatisée par le grossiste.

Il existe dans la case 4 des circuits d'approvisionnement de proximité, en faible volume pour un fromage, des pâtes et une sauce tomate. Il existe même un circuit représentant des volumes importants pour le pain, mais qui n'est pas identifié spontanément par les acteurs. Toutefois, l'existence de ces circuits ne

résulte pas d'une stratégie délibérée d'approvisionnement de proximité de la part des acteurs. En effet, dans la plupart des cas ces circuits conduisent à une proximité géographique non perçue par les acteurs, qui ne résulte donc pas d'une stratégie de proximité recherchée et activée par les acteurs.

Le fait de sous estimer la proximité peut être du au fait que les produits fournis par les Pme, artisans locaux sont en fait vendus d'abord aux grossistes. Les restaurants n'ont pas de contacts directs avec les producteurs de ces produits. Une coopérative souhaitait vendre des produits laitiers à la restauration, elle a été incitée à faire référencer ses produits par un grossiste et à ne pas vendre en direct. L'avantage pour les fournisseurs est le fait de pouvoir atteindre ainsi un débouché important en volumes et en régularité, le marché représente 80 % des volumes totaux d'achat. De plus, plusieurs enquêtés ont fait mention de la difficulté d'identifier l'origine de nombreux produits de manière fine. Les fruits et légumes, la viande et une partie des produits d'épicerie ne portent que la mention « origine France ». Ceci peut conduire à une sous estimation de la proximité géographique qui n'est corrigée que quand les personnels ont une connaissance directe des produits ou des producteurs. « On a eu des poireaux dont l'origine n'était pas précisée, mais qui venaient d'Auxonne (commune proche de Dijon).

Par contre, quand le fournisseur de proximité fait référencer ses produits par un grossiste et ne vend pas directement aux restaurants, il est nettement moins identifié par les restaurants.

Cette organisation de la chaîne d'approvisionnement contribue à limiter la construction des proximités à un seul acteur et ne semble pas favoriser cette construction avec le reste de la chaîne.

Les personnels semblent avoir assimilé les messages de politique publique sur les circuits courts. Or ces messages assimilent la proximité géographique aux relations avec les producteurs agricoles. Dans la région, ces relations sont pour le moment inexistantes ou trop ponctuelles pour que la proximité organisée se construise. Cet échec dans la mise en place des relations de proximité semble induire des tensions cognitives conflictuelles pour les personnels qui en même temps, soulignent leur bonne volonté pour essayer de les mettre en place mais également, les difficultés concrètes rencontrées.

Enfin, l'exemple de la coopérative fournissant les yaourts est intéressant, il s'agira bien de la construction d'une proximité géographique. Un enquêté a qualifié les yaourts fournis de « fermiers », ce qui indique que la proximité géographique n'est associée, de manière positive, qu'avec les producteurs agricoles. Le qualificatif de fermier permettant de renvoyer à une structure de type exploitation agricole individuelle, alors qu'il s'agit en fait d'une unité de

transformation, plus proche de la Pme industrielle de transformation alimentaire. La proximité géographique semble ainsi faiblement associée avec les acteurs industriels ou les intermédiaires comme les grossistes. Les enquêtés semblent ainsi devoir faire des efforts pour construire une proximité de type cognitif (Boshma, 2004) leur permettant d'associer « proximité géographique » à certains acteurs positionnés sur l'aval des filières.

En conclusion, la proximité organisée est forte avec les grossistes, elle est ancienne et les procédures de coordination sont bien connues. Ce qui peut s'accompagner d'une proximité géographique temporaire mise en place à l'initiative des grossistes. La proximité organisée est faible avec les autres acteurs de proximité, les relations sont à construire souvent de manière individuelle entre un restaurant et un fournisseur, cette faible proximité organisée limite l'activation de la proximité géographique.

- *Non activation de la proximité avec les producteurs agricoles.*

Avec les agriculteurs la proximité géographique n'est pas activée car les facteurs de frein sont trop nombreux (case 2). Du point de vue des achats hors marché, les lycées ont essayé de contacter les producteurs agricoles, via l'annuaire en ligne mis à disposition par la région. Pour de nombreux personnels il était déjà impossible de se connecter à la plate forme. Ensuite, dans la plupart des cas, les contacts n'ont pas abouti. Or les personnels ont peu de temps à consacrer à ces prises de contacts, ce qu'il souligne dans leur appréciation vis-à-vis des grossistes, car ce sont les grossistes qui démarchent la restauration. Ils ont en plus souvent l'impression que la prise de contacts avec les producteurs n'est pas suivie d'une transaction car les producteurs ne sont pas intéressés par le débouché en restauration collective. Du coup ce démarchage prend beaucoup de temps au personnel, qui l'effectue parfois en dehors de son temps de travail. « Je suis allé pendant un week end sur l'exploitation pour voir si on pouvait acheter de la viande, mais bon ce n'est pas facile. Il faut prévoir très en avance » (un cuisinier).

Il existe pour le moment un seul exemple d'agriculteur approvisionnant trois des lycées enquêtés en salades locales et biologiques. L'approvisionnement est régulier, chaque semaine mais limité par la saisonnalité de mars à septembre (hors

vacances scolaires). Les circuits de proximité avec les agriculteurs locaux sont donc très peu nombreux.

3.3 Les freins liés à la définition de la politique publique à l'activation de la proximité géographique.

Nous avons pu identifier trois types de freins à l'activation de la proximité géographique dans les circuits d'approvisionnement de la restauration. Le premier est lié à un effet de proximité géographique subie, le second au fait que les acteurs ne valorisent que peu la proximité géographique par rapport à leurs fournisseurs, enfin ils sous estiment la proximité géographique dans le cas où elle est construite avec des acteurs non agricoles : artisans, Pme transformatrice des IAA.

- *Une proximité géographique subie liée aux effets de la politique publique régionale.*

Les représentations associées à l'opération « Bien dans mon assiette » impulsée par la région sont négatives, liées au surcout des repas incluant des produits locaux et au temps de travail. Le thème des produits locaux n'intéresse pas en soi les personnels alors que les menus à thème sont introduits dans tous les lycées, en dépit de leurs effets négatifs « oui, les menus à thèmes coutent presque 50 % plus cher que le menu normal et on a plus de travail. Mais les élèves apprécient, et ça nous change alors on le fait » (plusieurs cuisiniers). Les menus à thème sont appréciés par les personnels pour leur aspect de rupture par rapport à la routine de la préparation des recettes. Les thèmes choisis renvoient à des menus issus de traditions culinaires étrangères, leur aspect « exotique » par rapport à la cuisine française est mis en avant « On a fait un menu brésilien pendant la coupe du monde (un responsable restauration), « on a fait des menus en lien avec la semaine de l'Europe. Un menu italien, un grec, un espagnol. Pour le menu italien on a pas fait simplement les spaghettis bolognaises, ça j'en fais souvent. Ça a été un peu plus dur pour le menu espagnol j'ai été obligé de chercher une recette, je ne connaissais pas bien d'autre chose que la paella » (un cuisinier« On a fait

aussi des menus en fonction des voyages scolaires. On a accueilli des lycéens hongrois donc on a fait un menu hongrois. », « Pour la semaine du goût on a fait un menu à thème « couleur », on a fait le orange, l'ensemble des composantes du repas devait intégrer cette couleur. C'est important aussi la présentation des plats. Si on veut leur faire manger des aliments plus diversifiés il faut aussi faire attention à la présentation » (une gestionnaire).

Inversement le caractère routinier, peu créatif des menus proposant des recettes du terroir bourguignon est souligné par les personnels « Bon dans « BDMA » ça (les recettes) se répètent un peu vous voyez. Un élève qui fait toute sa scolarité ici, il aura trois fois les escargots à Noël, le bœuf bourguignon... On a vite fait le tour... » (Un cuisinier). « On essaye de leur [aux élèves] faire plaisir aussi, de faire ce qu'ils aiment manger, le menu américain [nuggets, frites et glace] c'est celui qui a eu le plus de succès. Les élèves ne nous parlent pas du menu quand on fait BDMA, par contre sur les menus à thème, oui on a des retours (un cuisinier).

De plus, pour les personnels les lycéens connaissent bien les recettes de la région et sont moins attirés par ce type de cuisine que par les menus étrangers. Ils soulignent également que les recettes des autres régions françaises sont aussi connues, c'est bien le caractère étranger des menus qui les intéressent.

Pour les contacts dans le cadre de l'opération « bien dans mon assiette », les conditions des producteurs étaient souvent inadaptées. Les volumes proposés étaient généralement trop faibles d'autant plus que Les lycées de Dijon ont un effectif d'élèves important, supérieur à la moyenne nationale. Les conditions de livraison contraignantes, les producteurs ne pouvaient pas livrer et les lycées étaient contraints de venir chercher les produits en dehors du temps de travail des personnels qui prenaient sur leur temps personnel pour faire la livraison. Enfin, tous les lycées ont commandé en même temps (pour un achat de poulets de Bresse, soumettant les producteurs à une demande excessive sur un temps trop court pour leur permettre de livrer les produits. Ces expériences par rapport aux producteurs ont conduit la plupart des personnels à ne pas renouveler les contacts. Pour les achats hors marché, la proximité géographique n'est donc plus recherchée, du fait des échecs de coordination lors de la construction de la proximité organisée. Les interactions qui ont abouti ont été très ponctuelles et sont associées à des représentations négatives des acteurs « Les producteurs sont impossibles à joindre. » Il faut commander deux mois en avance, on ne fait les menus qu'un mois à 20 jours en avance, et on a plus de possibilité de s'adapter en cas de problème » (un cuisinier).

- *Une proximité géographique sous estimée. Les différences de proximité cognitive entre politique publique et acteurs.*

Nous avons indiqué ci-dessus que la politique publique qui assimile les circuits de proximité aux relations avec les agriculteurs semble induire des formes de tensions cognitives chez les personnels puisque les lycées pour le moment n'ont effectué que très peu d'achats auprès des producteurs.

De plus, l'opération « Bien dans mon assiette » induit une obligation de renforcer les filières sous siqo. La proximité géographique ne serait construite que sur certaines filières (fromage et viande par exemple) alors qu'en fait les circuits de proximité existent déjà pour le pain et sont plus faciles à mettre en œuvre, alors que les filières pain sont rarement sous siqo. Ce centrage de la politique publique régionale, de mise en place de circuits de proximité favorisant les filières sous siqo induit une représentation « limitée » des circuits de proximité et ne contribue pas à leur lisibilité pour les acteurs ni à leur mobilisation pour accentuer le dispositif.

Conclusion :

La question principale de l'article concerne les stratégies d'activation de la proximité géographique par les restaurants et les facteurs de frein à cette activation.

Nous avons effectué des entretiens auprès des personnels des lycées afin de comprendre leur stratégie d'activation de la proximité géographique et les facteurs de freins à cette activation. Nos résultats montrent une non activation de la proximité géographique.

Au niveau de la proximité inter établissements dans le groupement d'achat, les personnels ne cherchent pas à activer cette proximité. Ils ne mobilisent que peu les marges de manœuvre permises par le code des marchés envers le droit de préférence accordé aux groupements de producteurs et aux artisans. Les effets environnementaux négatifs potentiels des achats de produits alimentaires les mobilisent plus que les questions de proximité géographique par rapport aux fournisseurs.

Ces représentations internes au groupement de commande se répercutent ensuite au niveau des approvisionnements dans les lycées, les personnels

connaissent peu les produits issus de la proximité géographique. Le nombre de références effectives est de fait, peu nombreux.

Enfin, quand la proximité géographique, avec des artisans ou des Pme, existe, elle est largement sous estimée par les personnels du fait d'une relation d'achat médiatisée par les grossistes qui sont les fournisseurs directs. Par rapport aux producteurs agricoles, les personnels des lycées ne cherchent pas à activer la proximité géographique mais attendent que ce soit les agriculteurs qui le fassent.

Toutefois, nous avons enquêté principalement des lycées situés à Dijon, ie pas dans une zone ayant mis en place des démarches actives de construction de la proximité dans la poursuite de ce travail nous allons effectuer des entretiens auprès d'acteurs ayant mis en place une démarche de circuits de proximité.

Références bibliographiques.

Aydalet, P., (1986), « Trajectoires technologiques et milieux innovateurs », in *Milieux innovateurs en Europe*, paris GREMI, p 347-361.

Beccatini, G., (1979) « Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unita di indagine dell'economia industriale. *Rivista di economia e politica industriale*, vol 5, p 7-21.

Boshma, R., (2005), « Proximity and innovation a critical assessment », *Regional studies*, 39, 1, 61-74.

Bereaud-Sudreau A., (2009) « Promotion de l'approvisionnement local et ou biologique de la restauration collective en Rhone Alpes », [on line], www.draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr.

Bouba-Olga, O., & Grossetti, M., (2008), « Socio-économie de proximité », *Revue d'économie régionale et urbaine*, 3, 311-328.

Bouba-Olga, O., Carrincazeaux, C., Coris, M., (2008), « La proximité 15 ans déjà », introduction numéro spécial, *Revue d'économie régionale et urbaine*, 3, 279-287.

Coris, M. Lung, Y ;, (2005) « Les communautés virtuelles : la coordination sans proximité ? le cas de la coopération au sein des communautés du logiciel libre » *Revue d'économie régionale et urbaine*,

Codes des marchés publics (2015), [on line] www.Legifrance.fr.

Fassel (2008), « Les ventes la restauration collective, consommer local et biologique, 77-93. in Marechal G (coord), " Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires », Educagri éditions,

Gallaud, D., & Torre, A., (2005), "Geographical proximity and circulation of knowledge through inter firms co operation", *Scienze regionali*, 2-21-35.

Gallaud D., Martin, M., Reboud S., Tanguy, C., (2012), « Proximités organisées et géographiques dans les relations de coopération : une application au secteur agro alimentaire », *Géographie Economie société*, 3, 14, 261-285.

Gilly, JP., & Torre, A., (2000), " Dynamiques de proximité », L'harmattan.

Jones (2009) « Les chiffres clefs de la restauration hors foyer », *Gira food services*, [on line] www.girafoodservices.com.

Le Velly, R., Bottois, V., Brechet, JP., Chazoule, C., Cornée, M., Emin, S., Praly, C., Schieb-Bienfait, N., (2010) « Comment se fait la rencontre entre offres et demandes locales pour la restauration collective publique ? premiers enseignements », in JB Traversac (coord), « Circuits courts : Contribution au développement régional », Educagri éditions, p 187-195.

Maskell, P., Bathelt, H., Malmberg, A., (2006), " Building global knowledge pipelines, the role of temporary clusters", *European planning studies*, 14,8, 997-1013.

Ministère de l'agriculture (2009) "Rapport du groupe de travail sur les circuits courts de commercialisation" [on line], [www. Agriculture.gouv.fr](http://www.Agriculture.gouv.fr).

Paxton, A., (1994), « The food miles report : the dangers of long distance food transport", Safe alliance, London.

Pecqueur, B., Zimmermann, JB., (2004), "Economie de proximités", Hermès, Lavoisier, 264p.

Praly, C. , Chazoule, C., Delfosse, C., Mundler P. , (2014) « Les circuits de proximité cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires », *Géographie, économie Société*, 4, 16 -455-478.

Revue d'économie régionale et urbaine (1993), « Economie de proximité » numéro spécial, 3.

Revue d'économie régionale et urbaine (2008), « La proximité, 15 ans déjà » numéro spécial, 3.

Rychen, F., Zimmermann JB., (2008), « Clusters in the global knowledge based-economy : knowledge gatekeepers and temporary proximity », *regional studies*, 42, 6, introduction o the special issue, 767-776.

Talbot, D., (2008), « Les institutions créatrices de proximité », *Revue d'économie régionale et urbaine*, 3, 289-310.

Torre, A., (2009) « Retour sur la notion de proximité géographique », *Géographie économie et société*, 11, 1, 63-73.

Torre, A., (2010), « Jalons pour une analyse des dynamiques de proximité », *Revue d'économie régionale et urbaine*, 3, 409-437.

Vicente, J. & Suire, R., (2008) "Théorie économique des clusters et management des entreprises innovantes", *Revue française de gestion*, 4, 184, 119-136.

Waxell, A., Malmberg A., (2007), « What is global and what is local in knowledge generating interaction? the case of the biotech cluster in Uppsala sweden », *Entrepreneurship and regional development*, 19, 2, 137-159.