

Le concept de proximité, une solution aux problèmes de définition d'un produit alimentaire local ?

Marilyne Chicoine, Francine Rodier et Fabien Durif



Problématique

Un produit alimentaire local semble avoir des significations différentes selon les personnes et les contextes entraînant des difficultés pour les parties prenantes à adopter un langage commun, et crée de la confusion autour de l'achat des aliments locaux.

Proposition

Certaines caractéristiques récurrentes d'un produit alimentaire local peuvent être liées à la notion de proximité et sont souvent encadrées en termes relationnels ou qualitatifs.

Objectif de la recherche

Améliorer la compréhension d'un produit alimentaire local par l'analyse des proximités telles que perçues par les diverses parties prenantes du secteur et proposer un nouveau cadre d'analyse.

La proximité se rapporte à « être près de quelque chose mesuré sur une certaine dimension »

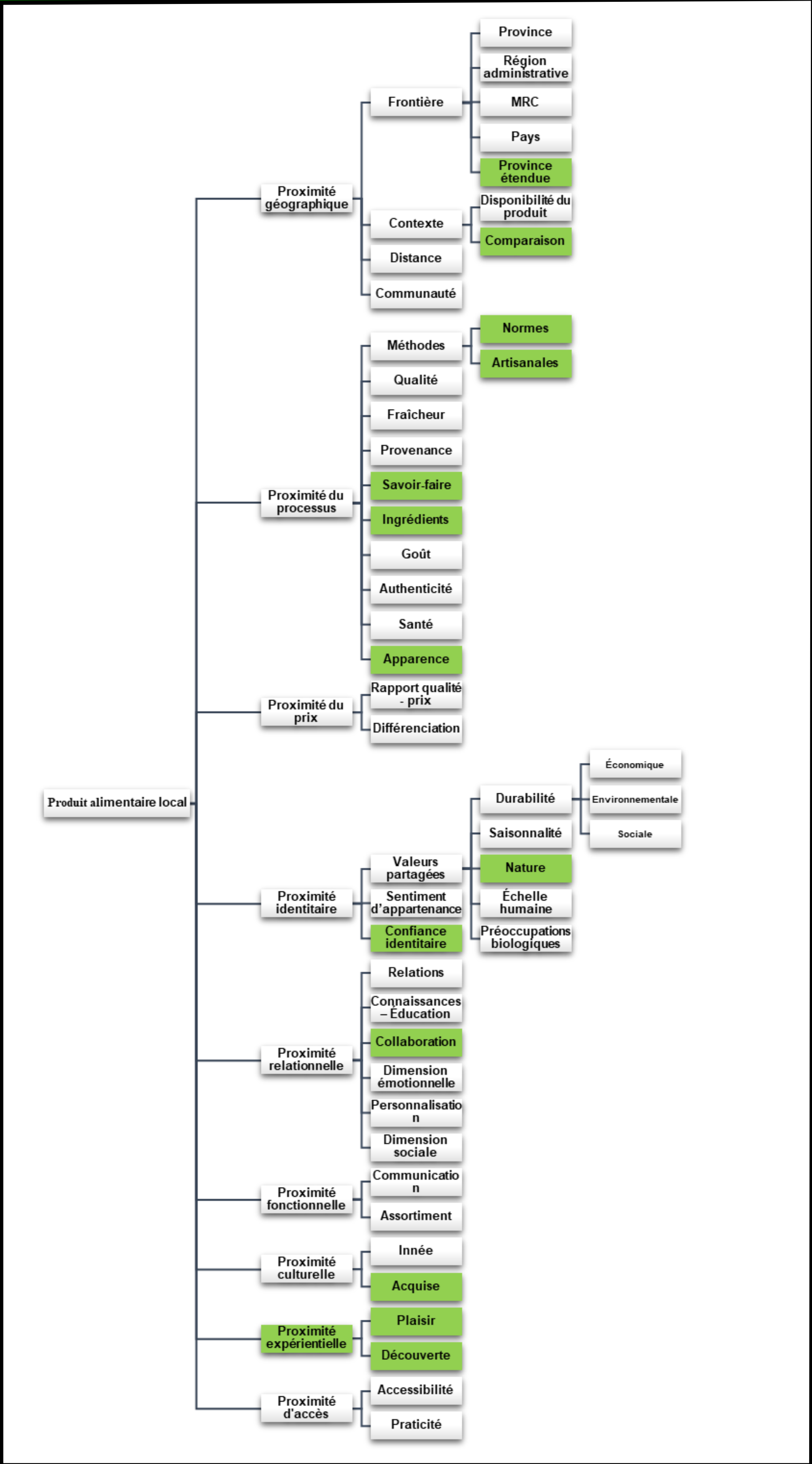
Questions de recherche

- Est-ce que les produits alimentaires locaux peuvent se définir par le concept de proximité ?
- Si oui, quelles dimensions de la proximité peuvent être utilisées pour définir ce concept ?

Méthodologie

Méthode : Qualitative et exploratoire
Approche : Analyse thématique itérative
Terrain : Industrie agroalimentaire québécoise
Échantillon : 7 consommateurs, 7 producteurs, 4 transformateurs, 4 détaillants, 5 restaurateurs et 5 experts de l'industrie
Collecte de données: Entrevues semi-dirigées
Analyse de données: NVivo Pro 11

Modèle proposé pour définir un produit alimentaire local



Verbatims clés

- « Un produit local se trouve au plus près de chez moi jusqu'à la limite du Québec. » (consommateur 6)
- « Ce n'est pas fait de façon industrielle, ça reste artisanal pour moi un produit local. C'est fait à petite échelle. » (détaillant 3)
- « Ce n'est pas anonyme, ça a une saveur différente, c'est authentique. » (consommateur 6)
- « C'est un produit d'ici qui fait travailler les gens d'ici. » (détaillant 1)
- « Pour moi un produit local est fait avec la main de quelqu'un. Ça raconte quelque chose. » (transformateur 3)
- « En ce qui concerne l'agriculture et ce qui est local, c'est de le considérer comme un lien entre les personnes. » (détaillant 2)
- « Un produit local, c'est distribué avec une âme, il y a un côté artiste là-dedans je pense. » (restaurateur 1)
- « C'est des choses qui nous remplissent de joie quand on les voit. C'est ce que j'aime, quand c'est local. Quand je vais à l'épicerie et que je vois du Kraft Diner, ça ne me remplit pas de joie. » (détaillant 2)

Contributions

- Nouveau cadre pour analyse les produits alimentaires locaux
- Éléments non-répertoriés dans la littérature sur les produits locaux ou sur la proximité : province étendue, comparaison, méthodes, savoir-faire, ingrédients, apparence, nature, confiance identitaire, collaboration
- Nouvelle forme de proximité : proximité expérientielle cadrée en termes de découverte et de plaisir
- Difficulté au niveau de la proximité d'accès
- Écart de perception entre les différents acteurs de l'industrie
- Écart de perception selon le circuit de distribution des produits

Références
Bergadaà, M., et Del Bucchia, C. (2009). La recherche de proximité par le client dans le secteur de la grande consommation alimentaire. *Management & Avenir*, 21 (1), 121-135. doi: 10.3917/mav.021.0121.
Bouba-Olga, O., et Grossetti, M. (2008). Socio-économie de proximité. *Revue d'économie régionale & urbaine*, octobre (3), 311-328. doi: 10.3917/revu.083.0311.
Capo, C., et Chanut, O. (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.
Darby, K., Batte, M. T., Ernst, S. et Roe, B. (2008). Decomposing Local: A Conjoint Analysis of Locally Produced Foods. *American Journal of Agricultural Economics*, 90 (2), 476-486. doi: 10.1111/j.1467-8276.2007.01111.x.
Eriksen, S. N. (2013). Defining local food: constructing a new taxonomy – three domains of proximity. *Acta Agriculturae Scandinavica: Section B, Soil & Plant Science*, 63 (1), 47-55. doi: 10.1080/09064710.2013.789123.
Hérault-Fournier, C., Merle, A. et Prigent-Simonin, A.-H. (2012). Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire ? *Management & Avenir*, 63 (3), 16-33. doi: 10.3917/mav.053.0016.
Lang, M., Stanton, J. et Qu, Y. (2014). Consumers' evolving definition and expectations for local foods. *British Food Journal*, 116 (11), 1808-1820. doi: 10.1108/BFJ-03-2014-0117.