Le développement des circuits courts alimentaires à l'épreuve de l'analyse des réseaux sociaux

Autor(en): **Chiffoleau, Yuna / Degenne, Alain**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **68 (2010)**

Heft 4: **Fractures et enjeux de la mondialisation ; Alimentation et lien social**

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-283596

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

LE DÉVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES À L'ÉPREUVE DE L'ANALYSE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Yuna Chiffoleau, Alain Degenne
Directeur de recherche au CNRS honoraire

> Les circuits courts alimentaires renouvellent les relations entre producteurs et favoriser le développement durable des systèmes alimentaires locaux à travers le «découplage» (White, 1992) de la dimension politique des liens dans des objets, des règles et des dispositifs, et la construction d'un encastrement technique et cognitif à la coopération économique. L'analyse des réseaux sociaux permet d'approfondir la dynamique des relations en jeu dans le développement de ces circuits, en particulier au niveau des relations entre producteurs, qui restent peu observées. Cet article ouvre la boîte noire complexe du «lien social» et tente de dépasser un encastrement considéré a priori.

Les circuits courts alimentaires, rapprochant producteurs agricoles et consommateurs, suscitent aujourd'hui en France un engouement sans précédent. Leur analyse reste toutefois peu développée et souvent limitée par une exagération du «lien social», producteur-consommateur en particulier, qui est supposé s'y créer ou s'y renouveler. Nous voulons ici, à partir de nos travaux associant analyse et accompagnement de circuits courts en France, dépasser ces limites: nous proposons de mobiliser l'analyse des réseaux sociaux pour approfondir la dynamique des relations en jeu dans le développement de ces circuits, en particulier au niveau des relations entre producteurs, qui restent peu observées. Notre contribution s'inscrit dans la lignée de la «nouvelle sociologie économique» développée à la fin des années 80, sur la base du concept d'»embeddedness» proposé par Polanyi dès 1944 pour rendre compte d'activités économiques «encastrées» dans le social (Granovetter, 1985).
Nous voulons montrer ici que les circuits courts alimentaires peuvent renouveler les relations entre producteurs et favoriser le développement durable des systèmes alimentaires locaux à travers le «découplage» (White, 1992) de la dimension politique des liens dans des objets, des règles et des dispositifs, et la construction d'un encastrement technique et cognitif à la coopération économique. C'est à partir d'une analyse comparée et longitudinale des relations entre producteurs à l'échelle de différents circuits courts en Languedoc-Roussillon (Sud de la France) que nous fondons notre propos; nous en détaillons deux exemples ici.
Dans un premier temps, nous positionnons notre travail et ses enjeux à partir d'une hypothèse: les circuits courts de commercialisation réencastrent le lien producteur-consommateur mais ceci peut potentiellement se faire au détriment des liens entre producteurs.

Nous présentons ensuite les principes et notions de l'analyse des réseaux sociaux et les appliquons à travers une analyse longitudinale des réseaux entre producteurs dans le cas de deux systèmes de vente directe, marché de producteurs et vente par paniers. Au delà de montrer l'intérêt de l'analyse des réseaux sociaux, cette communication donne des résultats utiles pour accompagner les circuits courts dans une perspective de développement durable des filières et des territoires (Renting et al., 2003). Nous ouvrons d'ailleurs la discussion en faisant référence aux relations qui se nouent actuellement entre acteurs agricoles et ruraux dans le cadre du Réseau rural français.

L'ENJEU D'UN RÉENCASTREMENT DES LIENS ENTRE PRODUCTEURS

Le secteur agricole et agroalimentaire, en France comme dans la plupart des pays industrialisés, témoigne d'un long et profond mouvement d'industrialisation qui s'est traduit par la généralisation d'une production de masse distribuée dans des circuits longs. Ce modèle a montré ses limites dans les années 90, à travers les crises sanitaires et environnementales qui ont entamé la confiance des consommateurs (Joly, Paradeise, 2003) et renforcé leur distance avec les producteurs. Toutefois, la crise a également motivé un mouvement inverse, chez producteurs comme chez consommateurs: des circuits de commercialisation «alternatifs» à la grande distribution sont devenus l'une des réactions de «survie» ou de «sursaut» face à la standardisation des produits et à la banalisation du métier de producteur. Au delà d'une meilleure valorisation économique, il s'agit de «redonner du sens» au métier ou aux achats (Codron et al., 2006). Beaucoup de travaux insistent alors sur l'»encastrement» du lien producteur-consommateur dans une relation fondée sur la loyauté et la confiance (Sage, 2003), la défense de valeurs et d'utopies autour des notions de qualité, de localité et de nature ou bien encore des enjeux de justice, d'équité et de démocratie (Hassanein, 2003).

Ces travaux montrent toutefois des limites en supposant d'emblée ce type d'encastrement. Ceci rend peu visibles la diversité et la dynamique des relations sociales au cœur des circuits courts. Ces travaux portent par ailleurs sur des circuits fondés sur un projet «politique» davantage qu'économique, combinant civisme et écologie (Lyson, 2005), tels que les Community-supported agriculture aux Etats-Unis ou les AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) en France. Par ailleurs, ces travaux tendent à montrer, parfois en creux, que les circuits courts de commercialisation diminuent ou peuvent diminuer les relations «horizontales» entre producteurs, en les projetant dans des marchés où le lien avec le consommateur est privilégié, voire exclusif, et où l'autonomie des producteurs est promue, ce qui peut passer par la rupture non seulement avec les metteurs en marché, mais aussi avec les formes de coopération entre pairs. Il ne s'agit toutefois là que d'une hypothèse et nous proposons de la tester à travers une analyse longitudinale des réseaux sociaux dont nous allons tout d'abord exposer les principes et notions.

PRINCIPES ET NOTIONS DE L'ANALYSE DES RÉSEAUX SOCIAUX

En sociologie, pour analyser les phénomènes, trois clés d'entrée peuvent être mobilisées:

> les structures et institutions (position structuro-fonctionnaliste),
> les acteurs (théorie de l'acteur rationnel, proche de l'économie),
> les interactions entre les acteurs (interactionnisme structural): nous choisissons cette

posture, qui s'inscrit dans le courant de l'interactionnisme structural (White, 1992) et constitue le champ intellectuel et technique de l'analyse des réseaux sociaux (Degenne, Forsé, 1994).

Deux types d'approches peuvent être développés: l'analyse d'un réseau complet, constitué d'acteurs et d'interactions de divers types entre ces acteurs (par exemple à travers l'observation des collaborations entre les exploitations agricoles d'un même territoire), et l'analyse des réseaux personnels, constitués par toutes les relations qu'un individu entretient avec son entourage (famille, collègues, amis, voisins). Nous allons nous intéresser ici aux réseaux complets.
Trois thèmes centraux constituent l'essentiel de l'analyse des réseaux sociaux complets:

> *cohésion et lien social*: dans quelle mesure les individus sont-ils liés entre eux? Est-ce fréquent ou plutôt exceptionnel? Est-ce que tout le monde se connaît, comme dans les collectivités rurales traditionnelles ou bien est-ce qu'on observe plutôt le résultat d'un processus de choix, de sélection? On dispose de plusieurs indices pour apprécier le degré de cohésion du groupe. Le principal est la densité (qui est le rapport entre le nombre de liens existants et le nombre de liens possibles). On peut aussi apprécier si le réseau est divisé en «cliques», liées ou pas entre elles, ou si les liens sont tels que «les amis des amis sont aussi des amis». Tous ces éléments sont utiles pour caractériser le groupe dans son ensemble.

> *Centralités, pouvoir et influence*: y a t-il des leaders, des individus centraux et d'autres marginaux? Répondre à cette question est l'objet des études de centralité. Très simplement on peut dire que si un individu A est lié à plus d'individus du groupe qu'un individu B, alors il est plus populaire que B et, éventuellement il a plus d'influence. Toutefois, si B est moins populaire que A, mais que les personnes auxquelles il est lié sont plus populaires que celles de A, alors on peut considérer que c'est B qui a le plus d'influence, à travers ses relations (prestige). On définit aussi une centralité d'intermédiarité qui permet de voir dans quelle mesure un individu est un point de passage obligé entre les autres, ce qui lui confère un pouvoir de contrôle.

> *Equivalence et rôles sociaux*: on dit que deux individus occupent des positions équivalentes dans un réseau s'ils sont liés de manière semblable aux autres membres du réseau. Les groupes en situation d'équivalence définissent des rôles sociaux. On connaît bien le cas des professeurs et des élèves. Les professeurs enseignent aux élèves mais pas aux autres professeurs. Cela forme donc deux blocs disjoints. C'est la même chose pour les médecins avec leurs patients. Ils constituent des rôles complémentaires. Dans ce cas, ce sont des rôles institués, mais on peut chercher à repérer, dans un groupe coopératif ou dans une organisation, s'il existe ainsi des rôles, en dehors des rôles institués, qui résultent par exemple des liens de coopération, de fréquentation, de conseil. La mise en évidence de telles équivalences apporte une information très importante sur la structuration du groupe.

DEUX CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES À L'ÉPREUVE D'UNE ANALYSE LONGITUDINALE DES RÉSEAUX

Nous proposons d'appliquer les principes et notions exposés ci-dessus à deux types de systèmes de vente directe en agriculture, ayant fait l'objet de travaux et publications sur l'aspect producteur-consommateur, mais peu analysés sous l'angle des liens entre producteurs: un marché de producteurs et un système de vente par paniers. L'analyse repose sur des entretiens auprès de nombreux producteurs insérés dans ces systèmes et sur le suivi dans la durée ou l'analyse rétrospective de plusieurs cas en Languedoc-Roussillon, incluant l'analyse qualitative et quantitative des relations des producteurs «avant» et «après» leur implication dans le système.

Plusieurs types de liens ont été définis au départ, sur la base de travaux antérieurs ayant montré leur pertinence au regard d'enjeux d'innovation et d'apprentissage en agriculture (Chiffoleau, 2005): dialogue professionnel, échange de conseil, collaboration de travail, lien politique, relation amicale. Deux périmètres d'extension des réseaux ont été considérés a priori: le collectif de producteurs associé au système de vente et le territoire d'habitation du producteur; pour la vente par paniers, le «collectif» référait alors aux réseaux qui visent à fédérer ce type d'initiatives. Sur la base de listes nominatives de producteurs constituées après enquêtes, le principe est de demander à chaque enquêté de préciser avec qui il est (ou était) en lien et selon quelle intensité. Les listes peuvent être complétées et le sens des liens est respecté de façon à rendre compte des dissymétries. Nous allons montrer comment ces liens ont évolué, se sont superposés ou séparés à travers l'implication des producteurs dans le système.

Reconnaissance et coopération relocalisée: l'exemple du marché de producteurs

C'est l'exemple d'un marché de producteurs formé au début des années 90 en Languedoc-Roussillon par un groupe de producteurs habitant dans la même zone: le marché est basé sur une charte qui exclut les revendeurs et interdit la revente. La formation du marché se fait par cooptation d'amis ou de voisins, mais les fondateurs cherchent aussi à augmenter l'offre pour renforcer et fidéliser la demande. Cela force l'ouverture vers des producteurs qu'ils connaissent peu ou pas mais qui vendent déjà sur d'autres marchés et dont ils ont entendu parler pour leurs produits de qualité. La «qualité» est en effet une notion qui réunit, même si elle reste non définie a priori puisqu'aucun label n'est exigé. Il s'agit toutefois d'être «dans l'esprit de l'agriculture paysanne» (respect de la nature, maintien de la biodiversité...), concept défendu notamment par la Confédération Paysanne, syndicat agricole auquel les fondateurs sont presque tous liés. Pour ouvrir le marché, ils ne conditionnent toutefois pas son accès à l'appartenance à ce syndicat.

Le marché réunit finalement des producteurs qui n'avaient que des liens ponctuels, faibles ou très ciblés, en interne et avec les autres au départ. L'insertion dans le marché efface rapidement les origines géographiques et permet le développement de nouveaux liens (cf. figures 1a et 1b). La catégorisation choisie au départ pour les relations a dû être revue de façon à mieux en rendre compte: c'est l'intérêt d'une analyse quantitative de réseaux, qui suppose de préciser ce que les interviewés entendent par relation et évite des conclusions hâtives sur le «lien social».

Les «liens politiques», par exemple, n'ont pu être quantifiés et représentés, alors que nous

les supposions à l'origine, voire constitutifs de la coopération entre les acteurs des «circuits alternatifs». Les interviewés reconnaissent qu'avant, entre certains, «ça discutait fort», davantage d'ailleurs pour la défense du métier de producteur que contre la grande distribution. Mais «pour éviter les conflits», la charte du marché a interdit les discussions «politiques»: «maintenant que l'objectif est posé dans la charte, on n'en parle plus».
Les liens de dialogue, par contre, ont beaucoup évolué et révèlent deux individus centraux qui occupent des rôles clés: l'un fait le tour de tout le monde les jours de marché, il a introduit l'idée de petits déjeuners, ce qui permet de discuter des problèmes, du coup les autres acceptent qu'ils fassent un peu de revente, en échange de son rôle de médiateur; l'autre, ancien ingénieur agronome reconverti sur le tard, central dans le réseau des liens faibles et non des liens forts, est «capable d'apaiser les tensions parce que pas trop impliqué». Le réseau des relations amicales se distingue nettement de celui des relations de dialogue (cf. figures 1 et 2): des relations fortes soudent les acteurs au centre topographique du marché et distinguent une «clique» composée au départ des fondateurs et dépassant les territoires d'origine. Cette clique entretient ses liens à travers les petits déjeuners évoqués précédemment, ainsi que des repas communs hors du marché, qui permettent à chacun de goûter les produits des autres, de comparer avec les siens mais aussi de contrôler ce que les uns et les autres font. L'entretien du réseau amical est donc à la fois vecteur d'apprentissages et forme de contrôle souple. Cette clique intègre volontiers les nouveaux et leurs idées mais l'intégration n'est pas spontanée, d'où le rôle clé des individus centraux dans les relations de dialogue cités ci-dessus.
Enfin, le réseau formé par les relations de coopération est lui aussi très différent des deux autres. Les interviewés eux-mêmes ont distingué deux types de coopération: la première forme, associée aux liens classés «faibles», correspond à une entente sur les prix et à l'échange de produits le jour du marché, la deuxième, révélée par les liens forts (figure 3), correspond à de la coopération hors marché: le marché a permis la «reconnaissance», au delà de l'identification, en révélant les pratiques, mais aussi les valeurs, les stratégies et les réseaux des uns et des autres, ce qui, aux dires des acteurs eux-mêmes, a permis de créer la confiance, et non forcément l'amitié, nécessaire à la coopération. Certains s'échangent des conseils ou des produits spécifiques; d'autres, du même territoire mais qui ne se connaissaient pas bien, s'organisent pour livrer la cantine de leur zone, c'est grâce aux médiateurs et à l'épreuve du marché qu'ils ont appris à se connaître.

Construction de statuts techniques et (ré)insertion locale: le cas des producteurs en paniers

La vente par paniers forme l'une des initiatives de vente directe la plus innovante en France et est en pleine expansion: un producteur livre régulièrement des fruits et légumes, de la viande ou du fromage produits sans pesticides de synthèse à un réseau de consommateurs, qui la plupart des cas, s'engagent à l'avance. Le système le plus connu est l'AMAP (Lamine, 2008). Nos analyses en Languedoc-Roussillon nous amènent à dégager un profil spécifique pour les pionniers de l'»innovation paniers» (Rogers, 1962). La plupart sont des nouveaux venus, non issus du milieu agricole et installés dans les années 70-80 dans les zones reculées. Inventeurs, expérimentateurs de nouvelles pratiques, bricoleurs d'outils, ils cherchent à toujours plus s'inscrire dans une agriculture écologique, mais aussi à améliorer leur qualité de vie. Avant le système des paniers, leurs relations avec les producteurs voisins étaient de type bonjour-bonsoir, quand elles n'étaient plus tendues, ils avaient par contre des liens forts

de type syndical mais peu de coopération. Ils ont découvert les AMAP et leurs principes par Internet, le réseau syndical, des chercheurs travaillant sur des sujets «alternatifs» qu'ils ont contactés pour des conseils ou des touristes rencontrés sur les marchés ruraux saisonniers qu'ils fréquentent depuis le début. En se lançant dans ce système, ils disent avoir trouvé un réseau de «gens comme eux», avec lesquels ils échangent des conseils mais aussi construisent un «statut technique», selon eux plus durable que celui qu'ils peuvent acquérir à travers le réseau syndical. Ils se sont en effet rapprochés des réseaux associatifs de producteurs «innovants» et certains se sont insérés dans les réseaux et rencontres organisés par Urgenci, qui cherche à fédérer les systèmes de «partenariats locaux solidaires entre producteurs et consommateurs» au niveau international. C'est l'occasion de «réaffirmer les valeurs qu'on partage», mais c'est souvent moins l'enjeu de défendre un «projet politique» qui les pousse à participer à ces rencontres que l'opportunité de «discuter techniques avec des collègues». C'est d'ailleurs surtout hors de ces rencontres que, maintenant qu'ils se sont repérés, ils entretiennent leurs liens, qui dépassent largement les territoires. «Certains sont devenus des copains», mais rien à voir, selon eux, avec le «côté fusionnel» de leurs relations syndicales. Le système paniers/AMAP a donc permis la formation de «communautés de pratiques» (Wenger, 1998) pour des producteurs souvent trop innovants pour les services classiques d'appui à l'agriculture et en quête d'espaces techniques «dé-politisés» où faire valoir leurs compétences spécifiques, que dans leur cas, n'avaient ouverts ni le réseau syndical ni les marchés. Acquérir un statut technique auprès des pairs tend d'ailleurs à rebondir sur leurs liens locaux, car d'après eux, elle leur a donné la confiance en soi nécessaire à une implication dans la vie de leur territoire et à la coopération avec d'autres, «plus conventionnels» qu'eux. Le partenariat avec les consommateurs peut alors devenir problématique, parce la dimension politique est «trop présente», ce qui fait par exemple, qu'»on ne peut pas discuter de problèmes techniques et encore moins de prix». Cela contribue à expliquer pourquoi en France certains n'adhèrent pas complètement au système AMAP mais profitent du réseau de pairs associé.

DISCUSSION ET CONCLUSION

L'analyse de deux types de circuits courts alimentaires en Languedoc-Roussillon nous amène à deux types de conclusions. D'une part, les circuits courts semblent renouveler les liens entre producteurs, champ encore peu exploré dans les travaux sur ces circuits. D'autre part, l'encastrement des liens au sein de ces circuits évolue: relâchement des liens politiques forts au départ, renforcement des échanges de conseil et développement de nouvelles coopérations à caractère technique, création de liens amicaux modérés et distincts a priori des autres liens. Cet encastrement et sa dynamique ne se comprennent toutefois pas sans une analyse du «désencastrement» ou «découplage» des liens, à travers des règles, des objets et des dispositifs. Pour les acteurs eux-mêmes, c'est à cette condition que d'une part, les «valeurs» spécifiques des circuits courts sont garanties au delà des dérives favorisées par des ego trop forts et/ou la recherche de pouvoir dans les liens syndicaux, et que d'autre part le système de vente peut se développer et intégrer de nouveaux acteurs. Dans l'exemple du marché, la charte interdisant les revendeurs matérialise la dimension «politique» du système et les relations d'échange entre producteurs devraient aussi se «découpler» dans une plate-forme territorialisée et à dimension humaine, contrôlée par les producteurs, donc toujours «alter-

native» aux circuits longs. Par ailleurs, les circuits courts sont aussi une façon de révéler et de mettre en lien des domaines d'expertise différents, dont l'échange est activé par les acteurs pour maîtriser des innovations toujours plus nombreuses dans un contexte d'incertitude accrue, tandis que les structures collectives et les institutions reconnaissent encore peu la diversité des compétences et concentrent toujours leurs efforts sur les thèmes dominants. Les nouveaux collectifs créés sont importants pour les producteurs parce qu'ils leur permettent d'être reconnus en tant qu'acteurs et sujets tout en restant autonomes, principe promu dans les circuits alternatifs mais aussi au cœur de l'hypermodernité (Dubet, 2001).

L'approche systématique des réseaux a permis finalement d'ouvrir la boîte noire complexe du «lien social» et de dépasser un encastrement considéré a priori. L'analyse donne des bases concrètes pour accompagner le développement des circuits courts, en montrant l'enjeu d'appuyer les groupes à traduire leurs valeurs en règles de fonctionnement d'une part, en encourageant les mouvements citoyens à intégrer des temps et des espaces techniques dans leur programme d'autre part.

De nombreux travaux restent toutefois à mener pour approfondir les dynamiques relationnelles liées au développement des circuits courts alimentaires. Nous appliquons ainsi aujourd'hui l'analyse des réseaux sociaux dans le cadre de la mise en œuvre du Réseau rural français, dispositif communautaire appliqué en France depuis 2008 pour fédérer les acteurs du monde agricole et rural: l'objectif de ce réseau est de permettre la capitalisation des «bonnes pratiques» en matière de développement rural en vue de faciliter le transfert d'expériences et d'innovations. Les circuits courts alimentaires ont été retenus comme l'un des thèmes prioritaires de cette capitalisation, témoignant de l'intérêt grandissant des politiques publiques pour ces formes de «valorisation économique territoriale des ressources locales». Notre analyse du dispositif à travers l'approche longitudinale des relations qu'il noue ou recompose entre acteurs du monde agricole et rural pourra fournit déjà quelques arguments supplémentaires en faveur des circuits courts comme vecteurs de nouvelles coopérations.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Allen, P, FitzSimmons, M, Goodman, M. and Warner, K. (2003) Shifting Plates in the Agrifood Landscape: TheTectonics of Alternative Agrifood Initiatives in California *Journal of Rural Studies* 19 (1) pp.61-75

Chiffoleau, Y. (2005). Learning about innovation through networks: the development of environment-friendly viticulture. *Technovation* 25, pp. 1193–1204

Codron, J.M., Sirieix L, Reardon, T., 2006. Social and Environmental Attributes of Food Products in an Emerging Mass Market: Challenges of Signaling and Consumer Perception, With European Illustrations. Agriculture and Human Values, Summer, vol. 23, n° 3, pp. 283-297

Degenne, A., Forsé, M. (1994) *L'analyse des réseaux sociaux* (Paris: Armand Colin)

Granovetter, M. (1985) Economic action and social structure: the problem of embeddedness *American Journal of Sociology* 91 (3) pp. 481-510

Hassanein, N. (2003) Practicing food democracy: A pragmatic politics of transformation *Journal of Rural Studies* 19 (1) pp.77-86

Grossetti, M. and Bès M.P. (2001) Encastrements et découplages dans les relations science – industrie, *Revue Française de Sociologie* 42 (2) pp.327-355

Joly, P.B. and Paradeise, C. (2003) Agriculture et alimentation: nouveaux problèmes, nouvelles questions *Sociologie du travail* 45 pp.1-8

Lamine, C. (2008) Les AMAP: un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs (Paris: Yves Michel)

Lyson, T. (2005) Civic agriculture and community-solving problems *Culture and agriculture* 27 (2) pp. 92-98

Polanyi, K. (1944) The great transformation (Boston: Beacon Press)

Renting, H., Marsden, T.K. and Banks, J. (2003) Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development *Environment and Plannin*, A (35) pp.393-411

Rogers, E. (1962) Diffusion of innovations (New York: Free Press)
Sage, C. (2003) Social Embeddedness and Relations of Regard: Alternative "Good Food" Networks in South-west Ireland *Journal of Rural Studies* 19 (1) pp.47-60

Wenger, E. (1998) Communities of practice. *Learning, meaning and identity* (New York: Cambridge University Press)

White, H.C (1992) Identity and Control: *A Structural Theory of Social Action* (Princeton: Princeton University Press)

Winter, M. (2003) Embeddedness, the new food economy and defensive localism *Journal of Rural Studies* 19(1) pp. 23-32