

<p style="text-align: center;"><b>Appel à candidature :</b> <b>Allocataire de recherche - doctorat en sociologie</b></p>
--

L'UMR Innovation recherche un(e) candidat(e) pour un doctorat en sociologie de trois ans, à partir d'octobre 2016 sur le thème suivant :

**Les pratiques marchandes des agriculteurs biologiques à l'épreuve de l'institutionnalisation de l'agroécologie**

**Contexte et justification du sujet**

Alors que l'agroécologie a longtemps été le mot d'ordre d'un mouvement contestataire, fortement critique envers les différentes composantes de l'agriculture conventionnelle et promoteur de systèmes agricoles et alimentaires alternatifs, le terme est depuis une dizaine d'années sorti des cercles militants jusqu'à être mobilisé par une large frange d'acteurs publics ou privés (Goulet *et al.*, 2012). En ce sens l'agroécologie, entendue ici comme un ensemble de pratiques visant à développer une production agricole respectueuse des équilibres environnementaux et sociaux, est entrée dans une phase d'institutionnalisation. Cette évolution, comme d'autres évolutions comparables (Le Velly, 2006 ; Demazière *et al.*, 2013), suscite des réserves et des tensions. Les pionniers de l'agroécologie accusent ses nouveaux promoteurs de récupération et expriment des craintes quant aux pressions que pourraient occasionner l'entrée des acteurs conventionnels de l'agrofourmiture, de la production agricole, de l'agroalimentaire et de la distribution. Ils affirment aussi que cet engouement récent masque des réalités extrêmement différentes et que nombre d'actions menées en faveur de l'agroécologie ne ciblent prioritairement que les formes les moins transformatrices.

La question des marchés constitue un versant crucial de ces débats. L'agroécologie a en effet émergé en critiquant une mainmise des marchés sur l'activité agricole, imposant une perte d'autonomie des producteurs et une réduction de la diversité des produits (Wezel *et al.*, 2009). Pourtant, cette volonté d'émancipation se trouve questionnée par des tendances affectant aussi bien l'amont que l'aval de la production agricole. En amont, les entreprises d'agrofourmiture sont de plus en plus nombreuses à proposer des intrants agroécologiques (fertilisants, produits de traitements, alimentation animale, etc.) (Goulet et Le Velly, 2013). En aval, de grandes entreprises ou coopératives agricoles développent des gammes de produits se revendiquant de l'agroécologie et des chaînes de grande distribution leur accordent une place accrue, renvoyant au passage à des définitions et des modes de commercialisation très hétérogènes. De telles dynamiques sont importantes à saisir parce qu'elles affectent aussi bien la nature des objets techniques engagés dans la pratique agricole, que les coûts, les prix ou le partage de la valeur dans les filières.

**Questions de recherche et terrain d'étude**

Cette recherche vise à analyser les modalités par lesquelles ces dynamiques d'institutionnalisation de l'agroécologie se traduisent par une évolution des pratiques marchandes des agriculteurs, aussi bien en amont qu'en aval de la production. Comment les producteurs, individuellement et collectivement, prennent part aux dynamiques marchandes associées à cette institutionnalisation ? Comment élaborent-ils, en interaction avec les opérateurs d'amont et d'aval, des relations marchandes innovantes ? Quelles sont les

performances économiques, sociales et environnementales des formes de productions agroécologiques que cela génère ?

Pour aborder ces questions, le secteur de l'agriculture biologique français constitue un terrain d'étude privilégié. Les dynamiques d'institutionnalisation y sont en effet particulièrement fortes. L'agriculture biologique est de plus en plus présentée comme un modèle à même de répondre aux crises du secteur agricole, y compris dans les discours d'acteurs jusqu'à récemment beaucoup plus critiques à son égard. La production a connu une croissance très rapide, de l'ordre de 10 à 15 % par an depuis 10 ans. En amont, les gammes d'intrants spécifiques sont en pleine expansion. En aval, une croissance commerciale soutenue se manifeste à travers l'augmentation de la consommation, mais aussi le développement de gammes de produits biologiques par les grandes entreprises de l'agroalimentaire, de la restauration et de la distribution. Face à cet essor, les militants craignent le développement d'un « bio-business » éloigné de l'« esprit de la bio », la création de dépendances aux fournisseurs d'intrants, l'apparition de pressions sur les prix de vente comparables à celles observées dans les filières conventionnelles, ou encore une dérive des pratiques de production vers le modèle industriel. Le risque, déjà évoqué au début des années 2000, d'une « conventionnalisation » de l'agriculture biologique (Guthman, 2004), est donc dénoncé avec une force renouvelée.

En étudiant les pratiques marchandes d'organisations économiques de producteurs biologiques, et les relations qu'elles tissent avec des opérateurs d'amont et d'aval, le travail de recherche analysera les façons par lesquelles les acteurs pèsent sur les dynamiques marchandes, et se protègent des risques dénoncés de l'institutionnalisation des alternatives. Si des travaux scientifiques sur de telles démarches commencent (Anzalone, 2014 ; Touret, 2014), cette thèse de doctorat a pour objectif d'approfondir les réflexions amorcées en multipliant les points d'observation.

### **Méthodologie et cadres d'analyse**

Le travail de recherche prendra la forme d'une série d'enquêtes de terrain, couplant analyse documentaire, observation directe et conduite d'entretiens semi-directifs. Ces enquêtes auront lieu au sein d'organisations de producteurs, biologiques ou mixtes, ainsi qu'auprès d'entreprises d'agrofouritures, de transformation agroalimentaire et de réseaux de distribution.

En termes de positionnement académique, cette recherche fera écho aux questionnements impulsés par les recherches sur les « systèmes alimentaires alternatifs » (Goodman *et al.*, 2012) et s'ancrera dans le champ de la sociologie des marchés. Dans la continuité des travaux menés depuis une vingtaine d'années dans ce domaine (Le Velly, 2012), il s'agira de rendre compte des modalités d'organisation des marchés : des règles formelles, dispositifs matériels, réseaux de relations, routines et conventions venant constituer et régler les marchés des intrants et productions biologiques. Cette recherche amènera aussi à travailler sur les processus d'innovation dans les marchés, de progresser dans la compréhension de ce que l'on peut nommer les « marchés innovants » ou l'« innovation marchande » (Kjellberg *et al.*, 2015). Des références à des cadres d'analyse croisant la sociologie du marché et la sociologie de l'innovation (Callon *et al.*, 2013 ; Cochoy *et al.*, 2016) ou la sociologie du marché et la sociologie de l'action organisée (Friedberg, 1993 ; Le Velly et Bréchet, 2011) pourront constituer des entrées privilégiées pour cela.

### **Ancrage institutionnel et direction de la thèse**

CDD INRA, 1450 € nets mensuels sur trois ans. Frais de fonctionnement et déplacements pris en charge.

La bourse de thèse est financée pour moitié par le département Sciences pour l'Action et le Développement de l'INRA et pour moitié par l'ANR dans le cadre du projet IDAE (Institutionnalisation des agroécologies). Les frais sont également financés dans le cadre de ce projet de recherche.

Le chercheur sera intégré dans le collectif ALISTAR de l'UMR Innovation (<http://umr-innovation.cirad.fr/>). Son poste sera basé à Montpellier, mais de nombreuses semaines d'enquêtes de terrain dans plusieurs régions françaises sont à prévoir.

La direction de thèse sera assurée par Ronan Le Velly, maître de conférences HDR en sociologie à Montpellier SupAgro ([levelly@supagro.fr](mailto:levelly@supagro.fr)) et Frédéric Goulet, chercheur en sociologie au CIRAD ([frederic.goulet@cirad.fr](mailto:frederic.goulet@cirad.fr)).

Un comité de thèse sera constitué pour suivre l'avancement du travail. Un comité de suivi avec des professionnels de l'agriculture biologique sera également établi.

L'école doctorale de rattachement sera l'ED Territoires Temps Sociétés et Développement (ED 60), avec une double inscription à l'Université Paul-Valéry Montpellier et à Montpellier SupAgro.

## Profil du candidat recherché

Master 2 de sociologie ou sciences politiques, avec de bonnes connaissances en sociologie économique, sociologie des organisations et sociologie de l'innovation. Capacité à lire et à communiquer en anglais scientifique. Disponibilité pour le démarrage de la thèse au 1<sup>er</sup> octobre 2016.

Pour tout renseignement merci d'envoyer un courrier simultanément à [levelly@supagro.fr](mailto:levelly@supagro.fr) et [frederic.goulet@cirad.fr](mailto:frederic.goulet@cirad.fr).

Merci également d'envoyer **CV et lettre de candidature** à ces deux adresses **avant le 15 juin 2016**. Si vous le souhaitez, vous pouvez également joindre à ce courrier une production écrite (mémoire de M1 ou de M2, synthèse documentaire...) attestant de votre capacité d'enquête, d'analyse et de rédaction.

## Références bibliographiques citées

- Anzalone G. (2014). Militer par l'action commerciale ? Biocoop et l'agriculture biologique française. *Lien social et Politiques*, n° 72, p. 189-208.
- Callon M., Akrich M., Dubuisson-Quellier S., Grandclément C., Hennion A., Latour B., Mallard A., Méadel C., Muniesa F., Rabeharisoa V. (2013). *Sociologie des agencements marchands. Textes choisis*, Paris, Presses des Mines.
- Cochoy F., Trompette P., Araujo L. (2016). From market agencements to market agencing: an introduction. *Consumption Markets & Culture*, vol. 19, n° 1, p. 3-16.
- Demazière D., Horn F., Zune M. (2013). Concilier projet militant et réussite économique du produit. Le cas des logiciels libres. *Réseaux*, n° 181, p. 25-50.
- Friedberg E. (1993). *Le pouvoir et la règle. Dynamiques de l'action organisée*, Paris, Editions du Seuil.
- Goodman D., DuPuis M., Goodman M. (2012). *Alternative food networks. Knowledge, practice and politics*, London, Routledge.
- Goulet F., Le Velly R. (2013). Comment vendre un produit incertain ? Activités de détachement et d'attachement d'une firme d'agrofourriture. *Sociologie du Travail*, vol. 55, n° 3, p. 369-386.
- Goulet F., Magda D., Girard N., Hernandez V. (dir.) (2012). *L'agroécologie en Argentine et en France : regards croisés*, Paris, L'Harmattan.
- Guthman J. (2004). *Agrarian dreams: The paradox of organic farming in California*, Berkeley, University of California Press.
- Kjellberg H., Azimont F., Reid E. (2015). Market innovation processes: Balancing stability and change. *Industrial Marketing Management*, vol. 44, n° 1, p. 4-12.
- Le Velly R. (2006). Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché. *Revue française de sociologie*, vol. 47, n° 2, p. 319-340.
- Le Velly R. (2012). *Sociologie du marché*, Paris, La découverte.
- Le Velly R., Bréchet J.-P. (2011). Le marché comme rencontre d'activités de régulation : initiatives et innovations dans l'approvisionnement bio et local de la restauration collective. *Sociologie du Travail*, vol. 53, n° 4, p. 478-492.
- Touret C. (2014). Systèmes de régulation et solidarité pour les filières laitières biologiques. *Économie rurale*, n° 339-340, p. 49-63.
- Wezel A., Bellon S., Doré T., Francis C., Vallod D., David C. (2009). Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, vol. 29, n° 4, p. 503-515.