

Circuits courts aux États-Unis : l'essor des regional food hubs

2 juin 2014

La commercialisation locale des produits agricoles aux États-Unis ne représentait que 0,4% des ventes et 5,5% des exploitations en 2007, mais elle connaît une croissance exponentielle, notamment due à des politiques publiques favorables, d'après une récente présentation mise en ligne sur le site de l'USDA (*United States Department of Agriculture*).

Cette croissance est fortement tirée par la demande. De plus en plus de consommateurs cherchent à s'approvisionner localement, avec comme principales motivations la volonté de se procurer des produits meilleurs et plus sûrs, et le souhait de soutenir l'économie locale.

Le secteur de la restauration est fortement engagé : la *National Restauration Association* estime qu'en 2014, la principale tendance dans les restaurants américains est de proposer des plats faits à partir de matières premières locales. Les entreprises de la distribution sont également concernées, 87% des consommateurs considérant comme très important de pouvoir trouver des produits locaux sur les étals.

Parmi les producteurs engagés dans des circuits de distribution locale, seuls 18% commercialisent la totalité de leur production directement aux consommateurs. La moitié en revanche le font à travers des intermédiaires (restaurants, commerces, etc).



Source : USDA

Cette évolution est accompagnée par l'USDA à travers une politique de mise en place de *regional food hubs*. Il s'agit de plateformes logistiques locales, fournissant un service en amont aux producteurs souhaitant intégrer des circuits locaux, et en aval aux commerces, restaurants et institutions cherchant à s'approvisionner localement. En parallèle, la politique de l'État consiste également en la promotion de la demande en produits locaux à travers les écoles, les hôpitaux et les bases militaires.

Alexandre Martin, Centre d'études et de prospective

Source : [USDA](#)