

Intégration sélective ou holistique

dans les modèles d'affaires soutenables :

comprendre la distribution de valeur auprès des parties prenantes dans les circuits courts alimentaires français



16èmes Journées de Recherche en Sciences Sociales
15-16 décembre 2022

Lionel Garreau

Université Paris Dauphine – PSL
lionel.garreau@dauphine.psl.eu



Elodie Brulé Gapihan

Université Paris Est Créteil
elodie.brule-gapihan@u-pec.fr



Amélie Gabriagues

Université Paris Dauphine – PSL
amelie.gabriagues@dauphine.psl.eu





Des business models soutenables

- Le concept de business models décrit la manière dont une entreprise crée, distribue et capte de la valeur (Osterwalder & Pigneur, 2010)
 - Trois approches: BM comme outil, comme représentation d'un réel, comme perception par le dirigeant de la logique de son business
- Focus traditionnel du BM sur la valeur économique
- Ceci a été petit à petit complétée par d'autres types de valeur – environnementale et sociale (Joyce & Paquin, 2016; Hahn et al., 2018; Laasch, 2018; Lüdeke-Freund et al., 2018; Spieth et al., 2019)
 - Multiplication des concepts : BMS, Business models sociaux, BM hybrides, BM responsables, BM inclusifs, mais...
 - Approche supplétive : la soutenabilité se cumule avec la logique économique
Optique 'opportuniste' de recherche de contre partie pour l'intérêt économique
 - Approche intégrative: la soutenabilité est au cœur de la logique de la firme



BMS et intégration des parties prenantes

- Dans les travaux de recherche, la création de valeur est au centre des préoccupations:
 - Les bénéficiaires de la valeur créée sont peu explorés
 - Prédésumé: toute valeur créée est captée de manière standard et non différenciée par les différents acteurs
 - Pour qui un BMS crée-t-il de la valeur? Et quel type de valeur?
 - L'hétérogénéité des attentes/besoins des différentes parties prenantes génère des problèmes d'opérationnalisation des BMS (Schaltegger et al., 2017)
- Dans un BMS, comment les dirigeants d'entreprises pensent-ils la distribution et la capture de la valeur par les parties prenantes?



Design de recherche

- Un secteur à vocation sociétale : les circuits courts agricoles en France

- 7 types de circuits courts (S2A) :
 - (1) une plateforme numérique leader – la Ruche qui dit oui,
 - (2) des magasins collectifs d'agriculteurs,
 - (3) des agriculteurs vendant directement sur les marchés locaux,
 - (4) la vente à la ferme,
 - (5) les AMAP
 - (6) des petits magasins locaux qui s'approvisionnent localement
 - (7) des coins de vente dans les magasins des détaillants traditionnels.

Collecte et analyse des données

- 5 à 6 entretiens semi-dirigés par type d'organisations, réalisée auprès des personnes en charge du pilotage des activités
 - Entretiens réalisés par des étudiants en Master 2 Stratégie & Organisation
- Guide d'entretien sur la trajectoire de l'organisation
- Codage des données par type de circuit court:

Parties prenantes	Agriculteurs
	Clients
	Distributeurs
	Société
Types de valeur	Economique
	Environnementale
	Sociale



Résultats (2/3)

Business Model				
Focalisé consommateur				
Value	PP	Customer	Farmer	Society
Eco.		41%	38%	21%
Env.		44%	15%	45%
Soc ^{al}		82%	16%	2%

Business Model				
Multifocal				
Value	PP	Customer	Farmer	Society
Eco.		20%	68%	12%
Env.		0	5%	95%
Soc ^{al}		70,5%	27,5%	2%



Résultats (3/3)

- Deux modèles de distribution de valeurs:

Modèle de distribution focalisée

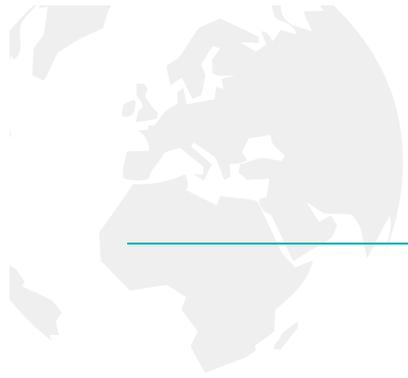
- Traduisant la logique des modèles (1) LRQDO (6) des petits magasins locaux qui s'approvisionnent localement, (7) des coins de vente dans les magasins des détaillants traditionnels.

Modèle de distribution multifocale

- Traduisant les logiques (2) des magasins collectifs d'agriculteurs, (3) des agriculteurs vendant directement sur les marchés locaux, (4) de la vente à la ferme, (5) et des AMAP

- Constats:

- En partant des 2 variables précitées, on retrouve la distinction entre les systèmes de distribution avec et sans intermédiaire
- La distinction entre les modèles s'opère au regard de la disparité dans la distribution de valeurs, spontanément mises en avant par les dirigeants.
 - Exemple: Les valeurs environnementales ne sont pas distribuées de la même façon.
- Les responsables d'activités évoquent des disparités entre parties prenantes.
 - Exemple: La société ne semble pas le premier bénéficiaire des CCA, quel que soit le modèle.



Discussion

- Réaffirmation de la diversité des circuits courts
- Nos deux modèles s'inscrivent dans une vision intégrative, mais de façon différenciée.
 - On considère comment les valeurs et les parties prenantes peuvent être intégrées différemment dans les BMS
 - Dans un même secteur, la manière dont l'intégration se fait génère des BMS différents
 - La distribution de valeur entre les parties prenantes au cœur de la différenciation des BMS
- Besoin de prendre plus en compte la capture de valeur dans la compréhension des BMS

Intégration sélective ou holistique

dans les modèles d'affaires soutenables :

comprendre la distribution de valeur auprès des parties prenantes dans les circuits courts alimentaires français



16èmes Journées de Recherche en Sciences Sociales
15-16 décembre 2022

Lionel Garreau

Université Paris Dauphine – PSL
lionel.garreau@dauphine.psl.eu



Elodie Brulé Gapihan

Université Paris Est Créteil
elodie.brule-gapihan@u-pec.fr



Amélie Gabriagues

Université Paris Dauphine – PSL
amelie.gabriagues@dauphine.psl.eu

