circuit
court

À PROPOS

Cette plaquette d'information a été rédigée dans le but de présenter le projet **circuitcourt** et d'en identifier les objectifs et besoins.

circuitcourt s'adresse, en particulier, aux producteur•rice•s et artisan•e•s qui cherchent à créer une offre alimentaire sans intermédiaire, en s'inspirant de l'agriculture contractuelle de proximité.

Si les contraintes historiques de ce modèle de consommation en limite son succès, **circuitcourt** les gomme et répond, ainsi, à la demande des mangeur•euse•s issu•e•s d'une couche «moins militante» de la population.

En cas d'intérêt et pour tout autre renseignement, vous pouvez contacter directement le comité:

+41 79 815 30 14
info@circuitcourt.ch
Rue Hoffmann 6, 1202 Genève

Version mise à jour, octobre 2026

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

À PROPOS 2

VUE D'ENSEMBLE 4
Besoin 5
Vision 6
Mission 6
Valeurs 6
Activités déployées 7
Impacts attendus 7
Aspects financiers 8

L'ALIMENTATION 9
Le contexte agricole 10
Le marché de l'alimentation 12
Les alternatives, entre opposition et complémentarité 15
circuitcourt, une nouvelle approche pour le modèle ACP? 19

LE FONCTIONNEMENT DE circuit court 22
Les artisans 24
Le coursier 32
Le consommateur 34
Communication / Promotion 38
Structure juridique 39

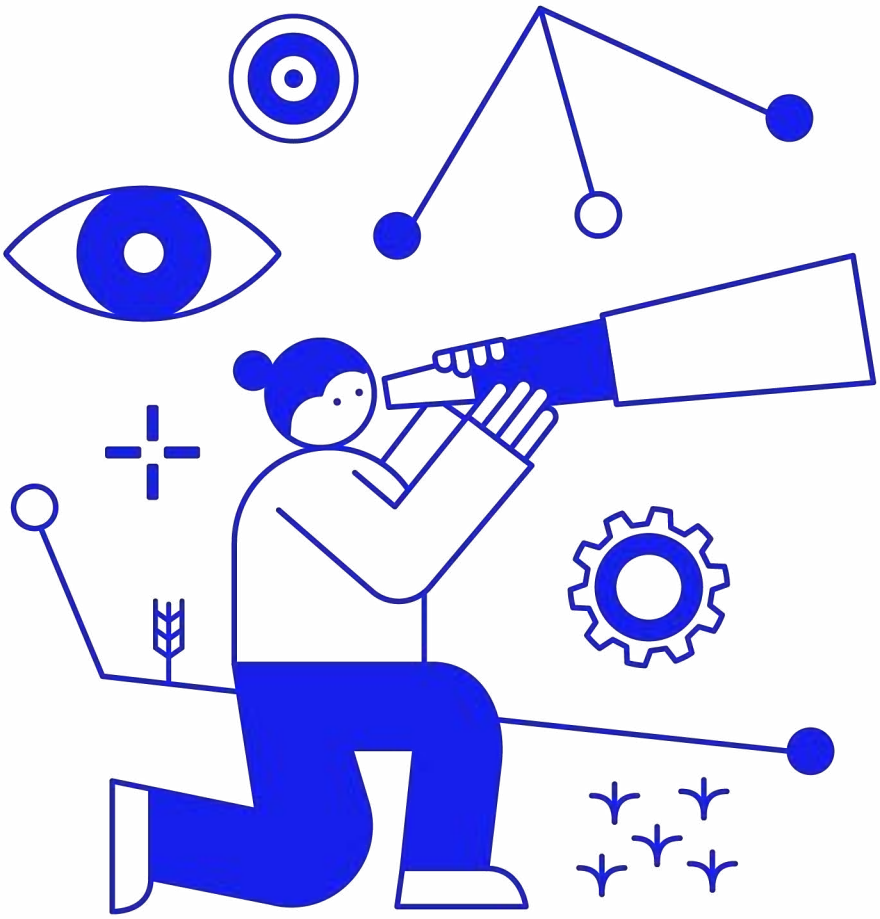
LES PORTEURS DU PROJET 42
Jérôme Saugy 43
Xavier Von Aarburg 46

INFORMATIONS ÉCONOMIQUES & FINANCIÈRES 48
Philosophie 49
Finances 50
Risques, stratégie de sortie 57

AUTRES OPPORTUNITÉS 60
Droit à l'alimentation, précarité alimentaire, socialisation de l'alimentation? 61
Outil de sensibilisation et d'éducation alimentaire 62
circuitcourt, un nouveau commun? 64

ANNEXES 65

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025



vue d’ensemble

circuit court

Besoin

Aujourd'hui, l'énorme majorité de la consommation alimentaire s'effectue à travers la grande distribution (90% dans le Grand Genève). **Si ces intermédiaires peuvent proposer un service de proximité, ils saisissent également une grande partie de la marge dégagée dans la chaîne de valeur** [1]. Cette observation est particulièrement valable où les coûts fixes sont importants (surface, RH, logistique), notamment les grands centres urbains. En outre, si la récente pandémie laissait espérer un changement dans les habitudes de consommation, le nouveau contexte d'inflation pousse finalement les ménages à faire le choix des aliments industriels issus des filières longues (perçus comme moins chers).

À l'opposé, le modèle d'agriculture contractuelle de proximité (ACP) propose une relation directe entre le producteur et le consommateur, **ce qui permet aux premiers de récupérer une bonne partie du revenu et aux derniers de payer un prix plus juste pour leur alimentation. En outre, ce modèle accroit la transparence qui fait généralement défaut au commerce de détail.** Cette offre a vécu de très belles années au début 2000, mais le modèle s'essouffle par manque de flexibilité [2].

www.circuitcourt.ch

www.circuitcourt.ch est une application web (commun numérique, open source) qui propose aux agriculteurs et transformateurs alimentaires locaux (ci-après, «les artisans») de vendre leur production, **sans intermédiaire**, aux consommateurs de la région.

circuitcourt s'inspire du modèle d'agriculture contractuelle de proximité (ACP), tout en rendant le contrat initial plus flexible et moins engageant pour «séduire» de nouveaux consommateurs. L'innovation réside dans l'automatisation du renouvellement des contrats et la gestion facilitée des cas de suspensions. La mise en place des crédits à l'alimentation permet également aux **artisans de simplifier les activités de support (paiements, communication, distribution) nécessaires à la création de l'offre alimentaire.**

En sus, **circuitcourt** propose une **aide à la mise en place d'une logistique de distribution douce et efficiente** afin d'acheminer les produits directement à la porte des consommateurs.

sans intermédiaire

Cependant, circuitcourt n'est pas une épicerie en ligne et n'agit pas en tant qu'intermédiaire. Les artisans gouvernent l'association [3] (qui est le véhicule juridique du projet) de manière partagée avec les consommateurs et les coursiers. Les contrats d'alimentation lient directement les artisans et les mangeurs. Ainsi, l'argent circule directement entre ces deux acteurs.

À travers son hypothétique succès, circuitcourt ne doit pas, tant que faire se peut, créer un lien de dépendance des artisans envers elle. Il s'agit ici d'éviter la présence d'une nouvelle entité qui, immanquablement, concentrera un trop grand pouvoir de décision dans un trop petit nombre de mains.

1 Voir chapitre L'alimentation // Le marché suisse de l'alimentation
2 Voir chapitre L'alimentation // Les alternatives, entre opposition et complémentarité
3 Voir chapitre Le fonctionnement // Structure juridique

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Vision

Connecter, dans une région donnée, les artisans et les consommateurs en proposant un modèle de distribution des produits alimentaires sans intermédiaire.

Mission

Faciliter la distribution des produits alimentaires locaux en:

- **Proposant un système de distribution (de la commande à la livraison) simple, avantageux et sans intermédiaire aux artisans locaux;**
- **Simplifiant l'accès à, et l'achat de, ces produits pour les consommateurs de la même région.**

Valeurs

- **Privilégier le modèle d'Agriculture contractuelle de proximité ACP** (notion d'indépendance, d'engagement, de répartition des risques, de rémunération, de proximité, de communauté, d'équité);
- **Encourager la souveraineté alimentaire** (notion d'information, de santé, de transparence, de responsabilité et de gouvernance quant à son alimentation).

Le modèle doit tenir compte des inconvénients généralement reconnus au modèle ACP. En particulier, il ne doit pas être inadapté aux vies «stressantes» des citadins. Pour convaincre les consommateurs, le modèle doit être:

1. Aussi, voire plus, **pratique** que la grande distribution (lieu de distribution, souscription, échange avec les producteurs). Autrement-dit, il doit être aussi, voire plus, rapide de s'approvisionner avec ce modèle qu'avec le traditionnel commerce de détail;
2. **Souple**. Le modèle ne doit jamais obliger un consommateur sur la qualité et la quantité de son alimentation. Il reste responsable de choisir quoi et quand il mange;
3. **Simple**. Le modèle doit pouvoir être expliqué et compris facilement par les producteurs et les consommateurs. Chacun doit comprendre sa responsabilité, son engagement;
4. **Juste**. Le modèle permet aux consommateurs de s'alimenter à des prix qui ne découragent pas la majorité de la population. Le modèle permet aux producteurs d'être rémunérés selon ce qu'ils entendent comme étant suffisant.

En outre, pour ne pas encourager les critiques (politiques ou autre...), le modèle doit être:

- **Indépendant**. Le modèle ne dépend pas d'une aide (publique ou privée) extérieure pour répondre aux règles économiques de base. Le modèle ne permet pas la concentration du pouvoir de décision (gouvernance partagée entre les artisans, les coursiers et les consommateurs). Le modèle ne poursuit pas d'objectif lucratif (les éventuels excédents sont réinvestis dans l'exploitation du projet, politique de réinvestissement, d'entretien et d'amélioration du modèle);
- **Complémentaire** aux autres modèles de distribution des produits alimentaires. La concurrence aux circuits actuels est, tant que faire se peut, évitée. Dans ce sens, l'effort de communication et de promotion du modèle sera toujours effectué de manière positive («notre modèle est génial», sans dire que les autres modèles sont nuls). Aucune comparaison entre les modèles ne sera encouragée.

Le modèle ne s'imposera pas dans l'esprit d'une lutte. Il se diffusera par l'exemple ou alors, il ne se diffusera pas.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Activités déployées

- **Le développement, l'entretien et la sécurité d'une application web** (commun numérique, open source) qui permet aux transformateurs et producteurs alimentaires locaux (nommés ci-après «les artisans») de vendre leur production, sans intermédiaire, aux consommateurs de la région;
- **La mise en place d'une aide à la logistique de distribution douce et efficiente** afin d'acheminer les produits directement à la porte des consommateurs.

circuit court #1 #2 #3 ...

Impacts attendus

Contrairement aux usages de rédaction d'un business plan et même si un plan financier existe bel et bien, les objectifs retenus ici ne sont pas d'origine financière. **circuitcourt** ne poursuivant pas d'activité économique qui tend à une croissance (plus d'emploi, plus de chiffre d'affaires, plus de *cash flow*, etc.) ou à atteindre un seuil de rentabilité, il n'est pas pertinent de proposer une liste d'objectifs traditionnels.

Nous lui préférons le terme «impacts attendus» que nous pouvons lister ci-après:

- **Accroissement de la productivité des artisans existants** en réduisant le temps nécessaire à la gestion de leur entreprise (Administration, paiements, recouvrement, communication, distribution, RH);
- **Création de nouvelles entreprises proposant des biens alimentaires** en facilitant la mise sur pied de leur offre de vente sans créer de risque chez l'artisan (Pas d'investissement nécessaire, que des frais variables. Paiements à la conclusion du contrat);
- **Augmentation de l'autonomie des artisans** en défaisant les liens de dépendance vis-à-vis des intermédiaires actuels (Récupération d'une part de la marge de la filière. Liberté de choisir son prix, ses méthodes de production, ses volumes de production);
- **Augmentation de l'autonomie alimentaire** (i.e. la part des aliments locaux dans la totalité de la consommation locale) en facilitant la séduction de nouveaux consommateurs finaux et en rendant l'accès aux produits locaux, à la fois plus pratique et moins onéreux (Suspension facilitée des consommateurs, sans compromettre la bonne gestion de l'artisan. Permettre la livraison à domicile pour tous les acteurs peu importe leur taille);
- **Augmentation du niveau de transparence et d'information** des filières alimentaires locales (qui produit quoi, comment et à quel prix);
- **Amélioration du statut des coursiers alimentaires** à l'aide d'un contrat cadre négocié en association (taux horaire, filet social);
- **Accroissement de la souveraineté alimentaire** à travers la création d'une vie associative dédiée aux questions y relatives.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Aspects financiers

Bien que la majorité de l'économie soutenue par **circuitcourt** apparaisse hors de son bilan, il est évident qu'il nous faille également répondre à nos engagements financiers.

Ceux-ci prennent la forme:

- d'une dette de premier rang de CHF 140 000.– rémunérée à 2% sur 8 ans, qui a été financée par Levain.ch (40 K) et la société civile (100 K);
- d'une dette de deuxième rang de CHF 93 800.– ne portant pas intérêt, qui sera remboursée après la dette de premier rang. Celle-ci a été financée par Levain.ch (63.8 K) et Octree Sàrl (30 K).

Le modèle de revenu comprend:

- **Une commission de 1% sur le CA généré par les artisans;**
- **L'encaissement d'une cotisation de membre** (CHF 10.– pour les consommateurs et CHF 50.– pour les coursiers);
- **Une marge sur les activités de location de services** (mise à disposition de personnel pour réaliser la distribution des produits alimentaires).

Les coûts de fonctionnement se résument au **mandat de gestion IT** de la plateforme (mise à jour, sécurité) et au **secrétariat de l'association**.

L'excédent dégagé doit donc permettre la couverture des engagements financiers présentés ci-dessus.

Le scénario retenu pour le suivi financier de la plateforme présente les indicateurs et chiffres clés ci-dessous.

Indicateurs

Chiffre d'affaires total réalisé par les artisans (CAA), Nombre de consommateurs actifs (CO), Total des heures location de services (HTR)

	CAA	COO	HTR
2026	CHF 0	0	0 heures
2027	CHF 761'400	724	3'780 heures
2028	CHF 1'565'100	1'487	4'788 heures
2029	CHF 2'749'500	2'613	6'552 heures
2030	CHF 4'230'000	4'020	8'820 heures

Chiffres clés

Excédent avant intérêt et amortissement (EBITDA), Flux de trésorerie (FCF), Solde des liquidités (L)

	EBITDA	FCF	L
2026	CHF - 5'314	CHF -79'627	CHF 6'822
2027	CHF 14'814	CHF -5'136	CHF 1'687
2028	CHF 18'780	CHF -820	CHF 866
2029	CHF 21'402	CHF 2'152	CHF 3'019
2030	CHF 47'447	CHF 28'547	CHF 31'565

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

l'alimentation

circuit court

L'alimentation

L'alimentation est au centre des affaires biologiques de ce monde et le sera toujours. Depuis les premiers sapiens, la quête de cette dernière a toujours été au cœur de nos préoccupations et les grandes évolutions de notre espèce n'ont jamais réussi à soustraire l'alimentation à la courte liste de nos besoins vitaux. [4]

circuitcourt, quant à elle, vient s'ajouter à la liste, bien plus longue, des projets, qui, s'ils n'ont pas l'ambition d'infléchir un système alimentaire globalisé [5], initient un fonctionnement alternatif et complémentaire.

Le contexte agricole

Le projet s'inscrit dans un contexte historique et régional où **l'agriculture n'entretient plus de lien direct avec la création de l'offre alimentaire locale.**

Que cela soit:

en terme de production,

La part de la production indigène dans la consommation totale de denrées alimentaires (taux d'autosuffisance) à Genève est d'environ 10% [6] (45% en Suisse [7]), alors que 50% de la production agricole genevoise est exportée [8].

de prix,

La part du revenu agricole dans la composition du prix de l'aliment était de 6.5% en 2015 en France [9]. Ce point est difficile à estimer en Suisse, vu le manque de transparence de l'industrie et l'absence d'un observatoire dédié [10], mais semble pouvoir y être comparé.

ou surtout de distribution,

90% des achats alimentaires s'effectuent dans le commerce de détail [11].

les paysans ne sont, en effet, plus les acteurs qui déterminent les constituants de l'alimentation pour la population locale.

Socio-économiquement, le monde paysan n'a, par ailleurs, jamais été aussi isolé (moins de 2% de la population y travaille et produit moins de 1% de la valeur ajoutée de l'économie [12]), alors que les surfaces agricoles sont en repli et que la population s'urbanise.

Dans son manifeste *Faire paysan* (Zoé, 2023), Blaise Hofmann, écrit:

> *Tout un pan du monde paysan est en train de s'évanouir – des gestes, des odeurs, des bruits, des goûts, des savoir-faire, des savoir-être, et on se comporte comme si rien n'avait changé, comme si rien ne changera jamais. On les aime quand ils sont derrière les étals des marchés à la ferme, on dit qu'ils font partie de notre identité, ils sont l'âme du pays; on sait pourtant qu'ils agonisent, on connaît les chiffres, les médias nous les servent chaque année, un porte-parole invoque «une évolution structurelle», un «ajustement nécessaire», on ne s'inquiète pas, les rayons des supermarchés sont toujours bien garnis, on distingue encore leurs champs depuis l'autoroute, parfois même quelques vaches, et si «deux tiers des exploitations fonctionnement à perte», on se dit que ce ne doit pas être si grave, que des politiciens sont à leur chevet, des dirigeants agricoles prennent la situation en main...* [13]

Cette description émotionnelle, qualitative et mélancolique décrit autant la détresse paysanne que la déresponsabilisation de la population quant à son sort.

En souhaitant replacer l'agriculture et ses proches artisans, au cœur de la création de l'offre alimentaire et de sa valorisation, circuitcourt tente de tordre le coup à cette fatalité.

4 Yuval Noah Harari, *Sapiens*, éditions Albin Michel, 2022.
5 https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/Concentration_FullReport.pdf
6 https://ge.ch/grandconseil/data/texte/MO2644A.pdf
7 https://agrarbericht.ch/fr/marche/developpement-du-marche/taux-dauto-approvisionnement
8 https://ma-terre.ch/etude-alimentation-et-liens-ville-quartiers-campagne/
9 https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/sites/default/files/sauv/documents-divers/lettre_ofpm_n16_version_1911.pdf
10 https://www.rts.ch/play/tv/a-bon-entendeur/video/migros-coop-enquete-sur-les-marges-de-la-grande-distribution?urn=urn:rts:video:14379893 et https://enquetes.frc.ch/marges
11 https://www.grand-geneve.org/wp-content/uploads/rapport_grandgeneve_vf.pdf
12 https://mapc-ge.ch/wp-content/uploads/2017/02/En-chiffres-et-en-graphiques-tout-comprendre-des-fermes-et-des-surfaces-agricoles-en-Suisse-Heidi.news_.pdf
13 Blaise Hofmann, *Faire paysan*, éditions Zoé, 2023.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Les trois révolutions

> *La modernisation de l'agriculture suisse tient plus d'un processus au long cours que d'un événement survenu soudainement, les travailleurs de la terre ayant toujours cherché à améliorer l'utilité des plantes et des bêtes en fonction du sol. La réussite de leurs efforts dépendait toutefois des conditions climatiques, techniques et institutionnelles, en constante évolution, dans lesquelles s'inscrit toute production agricole.* [14]

Entre 1700 et 1850, **la première révolution agricole** est principalement le fait d'agronomes, qui ont propagé la privation des biens communaux, l'élevage de bétail dans les étables et la nouvelle culture de la pomme de terre ou du trèfle.

La récupération annuelle de l'engrais produit par les animaux permit une meilleure fertilisation des terres, qui accrut les rendements des plantes céréalières, notamment. Ceci libéra des surfaces pour des cultures fourragères et permit à son tour un accroissement du cheptel, qui mena à plus de lait et plus de viande. Avec le nouveau lisier et fumier, on arriva pour la première fois à rendre au sol la matière organique puisée par les végétaux. La jachère pu être remise en question en certains endroits.

Le siècle suivant voit l'émergence d'innovations techniques (e.g. engrais chimiques, machines), qui contrairement à la première révolution, s'appuient sur des énergies fossiles pour asseoir son développement.

Cette deuxième révolution voit la naissance des grandes coopératives agricoles. [15] Les biens alimentaires commencent à être produits non pas uniquement pour être mangés (agriculture de subsistance), mais aussi dans l'idée d'être commercialisés. [16] Si les rendements croissent, l'ensemble du système est limité car reposant encore largement sur une traction animale, dont la nourriture nécessitait l'immobilisation de surfaces.

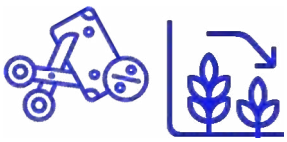
C'est à la sortie du deuxième conflit mondial, que l'on place **la troisième révolution agricole**, qui prendra également le nom de «révolution verte» [17] dans d'autres régions du monde. Basée sur le développement de nouvelles variétés modernes à hauts rendements (par les instituts de recherche en agronomie – Agroscope, INRA, etc.), l'utilisation de pesticides et d'engrais de synthèse ou encore la mécanisation de la traction et de la force en général, cette révolution fait exploser les rendements agricoles [18], qui terminent d'élever la production totale à des niveaux industriels.

Avec l'apparition de l'industrie agroalimentaire, le rôle de l'agriculteur évolue. **Jadis, encore au contact des mangeurs, dans les villages, sur les marchés, au sein des lieux de transformation (laiterie, boulangerie, etc.), l'agriculteur est de moins en moins amené à se préoccuper du consommateur final**, et, est de plus en plus encouragé à penser en terme de production, de quantité et de qualité. La transformation et la vente ne sont plus son affaire (aux mains des coopératives qui assurent les principaux contrats de vente de l'agriculteur).

Les négociations du GATT

En marge de ce changement de modèle agricole, le monde s'équipe d'un nombre croissant d'accords internationaux pour réglementer les échanges. Réunies au sein de L'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), les nations y décident de réduire progressivement les obstacles au commerce international. Mais, alors que, les principes fondamentaux du GATT s'appliquent sans détour pour les produits industriels, le secteur agricole bénéficie de certaines exemptions. [19]

L'agriculture n'est, par exemple, pas concernée par l'interdit général des subventions aux exportations et des quotas d'importations sont permis dans certains cas. Ces particularités maintinrent le secteur agricole en dehors des négociations de la naissance du GATT en 1947 au début du cycle d'Uruguay en 1986.



14 https://blog.nationalmuseum.ch/fr/2019/04/modernisation-de-l-agriculture-suisse/
15 https://www.fenaco.com/fr/propos-de-nous/histoire
16 https://wikifarmer.com/fr/quest-ce-que-lagriculture-de-subsistance/
17 https://swiss-food.ch/fr/glossaire/revolution-verte
18 https://www.fao.org/4/y5160f/y5160f08.htm
19 https://www.fao.org/4/X7352F/x7352f04.htm

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

En 1993, après 7 ans de négociations, un nouvel ordre mondial agricole est entériné. Les pays industrialisés devront accepter les mêmes remèdes pour leur agriculture subventionnée que ceux qu'ils prêchent aux pays du Sud depuis longtemps: ouverture, concurrence, dérégulation, libéralisation. [20]

La Suisse perd alors son système de subvention, qui soutenait les paysans en sauvegardant les prix d'un marché domestique qui ne pouvait plus faire face à la concurrence étrangère. Néanmoins, elle arrive à faire reconnaître la multifonctionnalité de ses paysans et conserve ainsi une partie de ses aides. C'est la naissance du système des paiements directs. **Le soutien aux agriculteurs prend désormais la forme d'un revenu direct qu'ils reçoivent pour les sept prestations d'intérêt général reconnues par l'article 104 de la Constitution fédérale.** [21] Cette manne est, par ailleurs, conditionnée à la fourniture de prestations écologiques requises (PER). [22]

Il est coutume d'entendre qu'avec les paiements directs, les paysans sont devenus des «fonctionnaires rémunérés pour entretenir le paysage». Or, si le trait est bien trop forcé (en 2022, l'exploitation agricole moyenne suisse a touché 78K CHF de paiements directs sur un produit annuel total de 360K CHF, soit 22%), il est clair que ces derniers sont **de moins en moins reliés à leur mission première et que la population, qui elle s'urbanise à grands pas, commence à ne plus se sentir dépendante de ses paysans pour s'alimenter.**

Ce manque de reconnaissance est à la racine d'un malaise social qui s'amplifie et dont les conséquences sont toujours d'actualités [23].

Le marché suisse de l'alimentation

Si l'Uruguay round est le dernier que l'OMC ait su terminer, la plupart des évolutions structurelles suivantes se sont réalisées de manière bilatérale entre deux nations, ou une nation et une région (e.g. UE – CH, 2002, 2007, 2011; AELE – Mercosur 2019). L'effort pour libéraliser le commerce des matières agricoles s'est donc maintenu. Les imbrications économiques des pays dans un monde mondialisé étant telles que l'itinérance vers un marché global unifié n'a jamais été aussi certaine. Il en résulte une circulation extrêmement fluide des marchandises. Pour la population suisse, il n'a jamais été aussi bon marché de s'alimenter (seulement 7% de son budget part dans l'alimentation [24]) et l'abondance des étalages a rendu tous les exotismes possibles (fruits et légumes du monde entier à toute saison), alors que du côté des paysans, les prix à la production ont tous diminué depuis 1994 [25] (sauf les légumes).

Conséquence de la théorie des échanges, les politiques agricoles poussent les acteurs à se spécialiser. On construit des nouveaux standards (e.g. hygiène, étiquetage, calibres, etc. [26]) et les filières alimentaires se rallongent à travers la mise en place de nouveaux intermédiaires. Il est désormais possible de s'approvisionner un peu partout, à bon prix et rapidement.

En murissant, le marché agro-alimentaire devient le terrain d'une concentration capitalistique [27]. C'est le cas chez les paysans (fermeture de 30% des exploitations en 20 ans et accroissement des surfaces de 50% [28]), chez les transformateurs (dans la filière blé, par exemple, où 7 meuniers possèdent 89% du marché domestique suisse [29]), mais aussi chez les distributeurs [30] (Migros et Coop tiennent 76% de la consommation alimentaire suisse [31]).

20 https://lecourrier.ch/2023/11/26/la-paysannerie-suisse-sacrifiee-au-gatt/
21 https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/instrumente/direktzahlungen.html
22 https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/instrumente/direktzahlungen/oekologischer-leistungsnachweis.html
23 https://www.rts.ch/info/suisse/9988020-le-suicide-une-issue-fatale-qui-touche-davantage-les-paysans-que-les-autres.html
24 https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/situation-economique-sociale-population/revenus-consommation-et-fortune/budget-des-menages/depenses-des-menages.assetdetail.28945200.html
25 https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/agriculture-sylviculture/alimentation/consommation-sante.assetdetail.27065573.html
26 https://www.cna-alimentation.fr/FriseCNA_30ans/PII.xhtml
27 https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/Concentration_FullReport.pdf
28 https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/agriculture-sylviculture/agriculture/structures.assetdetail.24945769.html
29 https://www.primavera.swiss/fr/produits/farine

Les autres acteurs

Si l'agriculture n'est de loin pas un constituant de l'offre alimentaire, il en va tout autrement du commerce de détail. Dans la région de Genève, c'est plus de 90% des achats alimentaires qui sont effectués dans ces établissements (70% dans des surfaces supérieures à 1000m2, et 22% dans des surfaces inférieures à 1000m2), alors que seulement 4% des achats sont effectués en vente directe, au marché ou dans des halles [32]. **Ces entreprises créent non seulement l'offre pour le consommateur final (prix, poids, conditionnement, marketing), mais participent également à de nombreuses étapes intermédiaires comme la transformation (e.g. laiterie, boucherie, boulangerie).**

L'apparition des supermarchés, puis des hypermarchés (durant les Trente Glorieuses) ont transformé en profondeur les filières alimentaires. Traditionnellement, le commerce de fruits et légumes, par exemple, s'effectuait entre les producteurs et les consommateurs via un marché de gros (national, régional) où venaient s'approvisionner les détaillants. La grande distribution, elle, a développé, à travers des magasins ouverts en libre-service, six jours sur sept et douze heures par jour, un mode de commercialisation qui n'existait pas. Elle s'est ensuite saisie des opportunités offertes par la libéralisation des marchés en créant des centrales d'achat dont la mission est de chercher la marchandise la moins chère possible dans le monde entier [33]. Les consommateurs ont alors facilement adapté leurs habitudes d'achat en se tournant vers ce nouveau modèle aux horaires confortables et aux prix bas. Les producteurs, quant à eux, se sont retrouvés avec un nouveau partenaire commercial, qui est très vite devenu le seul acteur capable d'écouler les grands volumes de production.

S'agissant de la fourniture des moyens de production (e.g. fourrage, semences, outillages, énergie, animaux de rente) et de la prise en charge des matières premières agricoles (e.g. centres collecteurs), un acteur unique, organisé en coopérative, domine le marché. Il s'agit du groupe fenaco–LANDI. Né du regroupement des fédérations de coopératives régionales, elle est un partenaire historique et incontournable pour les paysans en Suisse.

Le Conseil fédéral, lui-même, dans son rapport sur l'orientation future de la politique agricole [34] le souligne: «Le marché suisse des produits agricoles et alimentaires est caractérisé par de fortes concentrations et des asymétries tant dans les secteurs en amont qu'en aval de la chaîne.»

Ce fait confère aux entreprises précitées, une position dominante et un rôle prépondérant dans la construction actuelle de l'offre alimentaire.

À ces acteurs, viennent se rajouter un grand nombre de transformateurs plus ou moins importants et qui opèrent dans des secteurs très diversifiés (e.g. Filière du lait – Emmi, Cremo, LRG // Filière du blé – GMSA, Swissmill).

Des conséquences

Il est tout d'abord important de comprendre que la production agricole domestique n'est plus destinée à être le socle de notre alimentation. Elle est, avant tout, une marchandise commercialisable et commercialisée, qui répond aux règles de fonctionnement d'un marché standard (offre, demande, prix) et nécessite (presque obligatoirement) la participation de plusieurs intermédiaires avant d'être disponible sous forme d'alimentation. Genève, qui ne peut subvenir à l'entier de ses besoins en alimentation (taux d'autosuffisance de 10%), voit, quand bien même et par exemple, 50% de sa production agricole domestique être exportée.

Ce marché propose des prix à la production qui ne permettent pas aux activités agricoles helvétiques d'être menées sans le concours du gouvernement et de ses aides diverses (CHF 2,8 milliards en 2022 [35]).

30 https://www.letemps.ch/opinions/lavis-lexpert-duopole-migros-coop-tempere-effets-viscerale-rivalite
31 https://www.heidi.news/alimentation/exclusif-comment-migros-et-coop-font-leur-beurre-sur-les-produits-laitiers
32 https://www.grand-geneve.org/wp-content/uploads/rapport_grandgeneve_vf_chf.pdf
33 https://www.lelivre.ch/Detail-circuit_court__une_histoire_de_la_premiere_amap-1-977O748
34 https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/politik/agrarpolitik/postulat.html
35 https://www.agrarbericht.ch/fr/politique/paiements-directs/moyens-financiers-pour-les-paiements-directs

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

En fin de chaîne, chez les distributeurs, on trouvera facilement des biens alimentaires issus des filières internationales et longues. Ceci est rendu possible par des coûts d'énergie bas, de faibles entraves au commerce international et une production agricole étrangère ultra-concurrentielle.

Le modèle agro-industriel, sur lequel repose aujourd'hui la majorité de notre alimentation, présente trois avantages, qui ont déterminé et déterminent aujourd'hui encore, le choix des politiques, des consommateurs et des entreprises à son égard.

Tout d'abord, il a su rendre l'alimentation extrêmement abordable. En s'appuyant sur l'accroissement des rendements, le développement d'économies d'échelle technologique et commerciale ainsi que sur des processus de spécialisation des zones de production, il réussit à produire des aliments à prix réduit.

En outre, il assure une qualité standardisée et régulière tout en sachant s'adapter aux différentes réglementations et caractéristiques culturelles locales. **Cet élément confère un sentiment de confiance et de sécurité au modèle.**

Enfin, et ce n'est pas le moindre des intérêts dans un contexte urbain, **le modèle agro-industriel réduit le temps nécessaire à la réalisation des échanges.** Que ce soit en déposant son grain à un centre collecteur ou en faisant ses courses dans un supermarché, l'agriculteur tout comme le consommateur gagnent, en effet, un temps considérable grâce aux intermédiaires qui jalonnent les filières alimentaires.

Si l'on considère les quatre piliers de la sécurisation alimentaire (disponibilité, accès, utilisation, stabilité [36]), on peut penser qu'il en affecte positivement trois: la disponibilité, l'accès et la stabilité (en précisant, pour ce dernier, que l'horizon choisi est court-termiste). Au vu de ce qui précède, on peut comprendre pourquoi et comment le modèle agro-industriel est devenu dominant.

Néanmoins, il est aussi possible d'adjoindre à ses effets positifs, un bon nombre de conséquences négatives qui remettent en cause la justesse de ce modèle.

L'asymétrie des filières en amont et en aval, provoque **une répartition très inégale de la valeur ajoutée** [37]. Dans le cas de la Suisse, le manque de transparence et les fréquents conflits d'intérêt [38] ne permettent pas une analyse précise, mais l'évolution des prix à la production, par rapport à l'évolution des prix à la consommation est un indice fort. **La paupérisation des petits agriculteurs s'est accentuée**, leurs revenus relatifs ayant diminué du fait de la baisse des prix des produits agricoles. En outre, les distributeurs, comme les autres intermédiaires des filières alimentaires, participent à **la disparition de la relation entre consommateur et producteur d'aliment**.

D'un point de vue environnemental, nous notons que **l'alimentation et ses filières (production, transformation, distribution, consommation) représentent, aujourd'hui, 28% de l'empreinte écologique globale en Suisse** et qu'un quart de cette empreinte est due aux pertes et gaspillages alimentaires [39]. Pour garantir les rendements nécessaires au bon fonctionnement du modèle agro-industriel, l'agriculture doit recourir à des intrants qui ont un coût environnemental substantiel (phytosanitaires, carburant, machines [40]).

Par ailleurs, **le modèle est également dépendant de facteurs macroéconomiques**, qui, s'ils sont ou deviennent instables, mettent à mal la fluidité des importations. L'inflation récente sur les énergies et la guerre en Ukraine en sont des exemples concrets.

36 FAO (Food and agriculture organisation), *Sécurité alimentaire*, Notes d'orientation, juin 2006, n°2, 4p.
37 Reardon and Timmer, 2007
38 https://www.rts.ch/play/tv/a-bon-entendeur/video/migros-coop-enquete-sur-les-marges-de-la-grande-distribution?urn=urn:rts:video:14379893
39 https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themes/dechets/guide-des-dechets-a-z/biodechets/types-de-dechets/dechets-alimentaires.html
40 https://ira.agroscope.ch/de-CH/publication/17791

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Plus frais encore, les récentes revendications des milieux agricoles et la difficulté avec laquelle les gouvernements y répondent [41], semblent de plus en plus indiquer **une perte de souveraineté alimentaire et collective**. Cette notion, qui définit le droit des peuples et des états souverains à élaborer démocratiquement leurs politiques agricoles et alimentaires, est mise à mal par le fonctionnement globalisé et parfaitement imbriqué du modèle agro-industriel.

La tentation nationaliste de se retirer des marchés internationaux pour recouvrer cette maîtrise locale des enjeux alimentaires, revêt des conséquences complexes et périlleuses, que les Etats peuvent difficilement anticiper ou mesurer. Les enjeux sont tels qu'il n'est peut-être même pas nécessaire d'écouter un quelconque lobby libéral pour se détourner de l'idée. Dès lors, bien que les paysans gagnent généralement leur sympathie, il n'est probablement à attendre des politiques qu'un immobilisme qui trahit bien cette perte de souveraineté.

Enfin, l'évolution vers des régimes alimentaires plus gras, plus sucrés, plus carnés, que suscite **une augmentation de maladies d'origine alimentaire** (obésité, diabète, etc.) est attribuable à l'urbanisation, mais également à la pression des messages publicitaires des firmes agro-alimentaires [42]. En Suisse, il est reconnu que la population se nourrit de manière non équilibrée, consommant trop de sucre, de sel, d'alcool, de graisses animales et de viande, et pas assez de produits laitiers, de légumineuses, de fruits et de légumes. La consommation de produits à base de viande par habitant est trois fois supérieure aux recommandations, tandis que seulement deux portions de produits laitiers sont consommées au lieu des trois préconisées [43].

L'analyse du modèle agro-industriel est complexe et dépend donc de la perspective de l'observateur. Il est néanmoins possible de conclure qu'une politique de sécurité alimentaire centrée sur une hausse de la production agricole et le renforcement de la sécurité sanitaire ne suffit plus. Dans un contexte de durabilité, la sécurisation alimentaire suppose aussi que l'offre alimentaire repose sur des modes de production et de distribution permettant le renouvellement des ressources, la rémunération des producteurs agricoles et une proposition de diète adéquate [44].

Les alternatives, entre opposition et complémentarité

Il serait erroné de voir le modèle agro-industriel comme l'unique offre alimentaire disponible. Celui-ci est complété par des courants alternatifs, qui s'ils ne représentent qu'une infime partie de la consommation alimentaire totale, ont toujours évolué indépendamment de la proposition alimentaire dominante. Ceux-ci peuvent correspondre à des formes idéales ou normatives et il est courant de les identifier par opposition au modèle standard.

Le Mouvement pour l'agriculture paysanne et citoyenne (MAPC à Genève) ou l'organisation paysanne indépendante Uniterre, s'opposent, par exemple, régulièrement à l'idée d'une politique agricole dominante représentée par l'Union suisse des paysans (USP) [45].

Cette opposition peut également se lire dans le choix des méthodes de production agricole. Elle était, en effet, flagrante lors des votations de 2021 sur les pesticides. Avec d'un côté, l'USP et de l'autre Demeter, Bio Suisse et l'association des petits paysans (VKMB) [46].

En France, cette opposition est illustrée par les revendications du FNSEA, syndicat majoritaire, d'une part et par celles de la Confédération paysanne, syndicat marqué à gauche et représentant des petites exploitations [47].

Néanmoins, l'étude des systèmes alimentaires amène généralement à dépasser ce dualisme en montrant comment le modèle agro-industriel coexiste avec des modèles représentant des formes historiques de production et d'échange (économie domestique ou artisanale, circuits de proximité, échanges au long cours de produits de qualité, etc.), ou des alternatives apparues récemment en réaction à ses limites apparentes (agriculture bio, commerce équitable, etc.) [48].

Parmi ces alternatives, le présent document porte son attention sur l'évolution des circuits courts qui, outre les questions sociales et environnementales, interrogent la construction économique des filières du producteur au consommateur. En orientant la réflexion sur les modèles de commercialisation,

41 https://www.sbv-usp.ch/fr/lagriculture-formule-ses-revendications
42 https://www.erudit.org/fr/revues/vertigo/2014-v14-n1-vertigo01649/1027948ar/
43 https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/politik/agrarpolitik/postulat.html
44 *op. cit.*, note 43.
45 https://uniterre.ch/fr/lusp-defend-le-libre-echange-et-non-les-paysan-nes-suisses/
46 https://www.rts.ch/info/suisse/12161180-initiative-pour-une-suisse-libre-de-pesticides-de-synthese.html
47 https://www.letemps.ch/opinions/chroniques/un-mouvement-deux-agricultures-ou-plus-encore
48 *op. cit.*, note 42.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

nous tentons de poser un cadre propice à la recherche de solutions communes, indépendantes et apolitiques tout en s'extirpant des dissensions classiques qui, on l'a vu, œuvrent au sein des milieux alimentaires. **L'idée est de fédérer sur des sujets où les acteurs peuvent encore se targuer d'être autonomes et d'initier des changements aux impacts substantiels, sans avoir à se sentir en lutte contre quelque modèle qu'il soit.**

Autrement dit, circuitcourt propose de se focaliser sur la création d'une offre alimentaire inexistante, qui permet à ses auteurs de se différencier des constructions commerciales classiques [49], plutôt que de tenter de les infléchir.

Les circuits courts

S'il est aisé de deviner que nombre de ces initiatives sont bien plus anciennes (marchés, foires, etc.), ce n'est que dans le courant des années 2000 que les modes de commercialisation valorisant une plus grande proximité marchande entre agriculteur et consommateur ont été regroupés sous la locution de «circuits courts» [50]. Ce courant est la conséquence d'une régionalisation de luttes sociales qui préexistaient au niveau (supra)national (e.g. agriculture moderne vs traditionnelle). C'est, en effet, à l'échelle des régions que les circuits courts vont prendre leur essors et être utilisés comme des instruments de développement du territoire.

À Genève, l'État y voit une nouvelle manière de s'investir. La population peut, en effet, être sensibilisée au «manger local» sans remettre en cause la politique agricole nationale, ni les accords internationaux de libre-échange. Pour la première fois on questionne alors le sens de s'approvisionner à travers une filière longue alors qu'on peut le faire à travers une filière plus courte (naissance de GRTA en 2004; AOC Genève en 1988; IP-Suisse en 1989; Regio.garantie en 2005; De la région, par Migros en 1999).

Mais pour systématiser l'effort, il faut se mettre d'accord sur une définition. Deux courants s'opposent alors. Pour une partie des acteurs, la notion de «circuit court» couvre la réduction du nombre d'intermédiaires et propose une redistribution de la valeur ajoutée au sein des filières alimentaires. Pour une autre, il est avant tout question de proximité géographique et de soutien au développement d'un territoire.

Si le critère organisationnel (nombre d'intermédiaires) contraint grandement les possibles, le critère géographique permet au contraire de faire coexister de nombreuses formes de commercialisation sous l'étiquette des «circuits courts» [51]. Le flou législatif qui entoure cet aspect et l'absence de mesure coercitive permettent alors aux acteurs de l'alimentation d'utiliser le terme pour décrire des initiatives qui impliquent, parfois, de nombreux intermédiaires. Il est, dès lors, plus sensé de les évoquer comme étant des «circuits de proximité».

Ici, le lecteur ne pourra se tromper sur la filiation du présent projet à la première catégorie. Permettre aux artisans de commercialiser leurs produits sans intermédiaire est, en effet, une inspiration centrale au développement du projet circuitcourt. Nous pensons qu'un lien commercial direct aux consommateurs (re)donne aux producteurs une position autonome et indépendante. Ils sont ainsi libres de proposer leurs prix, leurs produits et d'en évaluer les composantes. Or, si ceci ne garantit pas une position économique plus enviable, il lui permet d'échapper, s'il le souhaite, à l'obligation de construire des relations de dépendance aux intermédiaires.

En outre, ce cadre ne permet que difficilement à l'artisan de se soustraire à sa responsabilité d'informer les consommateurs. Dans un contexte où les questions sur l'alimentation sont devenues bien nombreuses, nous croyons que cette transparence à quelque chose de rafraîchissant.

Parmi les circuits court évoluant sans intermédiaire, il est un modèle précis dans lequel le présent projet s'inscrit: «l'Agriculture contractuelle de proximité» (ci-après: ACP).

49 https://www.blueoceanstrategy.com/what-is-blue-ocean-strategy/
50 Jean-Baptiste Paranthoën, *Les circuits courts alimentaires*, éditions du Croquant, 2022.
51 https://lecourrier.ch/2023/07/14/circuits-courts/

L'Agriculture contractuelle de proximité, ses opportunités et ses limites

La Fédération romande d'agriculture contractuelle de proximité (FRACP) définit ce modèle comme regroupant «les initiatives de paniers contractuels pour une agriculture locale, écologique, sociale, solidaire et à taille humaine pour assurer la souveraineté alimentaire» [52]. Bien que très diversifiés dans leurs approches, ces projets partagent tous la notion centrale de contrat, qui lie consommateurs et producteurs d'une région définie, pour un approvisionnement de produits alimentaires. Ce contrat définit la qualité, la quantité, le mode de production, les prix et les modalités de livraison des produits [53].

Ceci permet à l'artisan d'anticiper la demande et de mieux planifier ses cultures/sa production. En outre, en vendant à l'avance non pas un panier mais plusieurs, il s'affranchit d'une certaine saisonnalité et perçoit un revenu plus stable. En contrepartie, ce modèle amène l'artisan à gérer des tâches dont il est fréquemment exempté avec le modèle agro-industriel. On citera ici les activités de distribution (e.g. livraisons), de gestion (e.g. facturation) ou plus simplement sa participation à la vie associative ou coopérative qui englobe généralement ces projets. Cette nouvelle autonomie peut effectivement être chronophage et peser sur le producteur surtout lorsque l'ACP n'est pas sa seule filière de commercialisation, mais elle justifie une redistribution de la valeur ajoutée à son profit.

Il doit être constaté que les effets bénéfiques précités sont en partie rendus possibles par le report de certaines contraintes sur les consommateurs. Premièrement, en renonçant au choix des produits ainsi qu'à leur quantité, les consommateurs perdent une liberté dont ils bénéficient dans la grande distribution. Deuxièmement, ils sont amenés à adapter leur consommation sur le rythme de livraison du contrat. En cas de manque, ils devront s'adresser à une autre filière alimentaire, alors qu'à l'inverse, il est probable qu'une partie de la livraison soit perdue ou alors ils trouveront un moyen d'allonger la durée de vie des produits par eux-mêmes (e.g. congélation, déshydratation, etc.).

De plus, l'engagement à long terme ainsi que le prépaiement des produits suppose un effort financier certain. Ce d'autant plus que les consommateurs sont, en général, également amenés à payer pour leur panier même en cas d'absence (e.g. vacances). Les ACP n'ont en effet pas toujours suffisamment de flexibilité pour suspendre les livraisons.

Enfin, il est régulièrement demandé aux consommateurs d'aller chercher leurs paniers dans des points de distribution aux lieux et aux horaires précis. Il est, en effet, moins fréquent de témoigner d'ACP qui livrent à domicile. Ceci s'explique par la difficulté à rentabiliser et organiser une telle logistique.

Une étude réalisée par l'Université de Neuchâtel en 2020 [54], dans le cadre du programme national de recherche interdisciplinaire (PNR69) du Fonds national suisse de la recherche visant à promouvoir une «alimentation saine et une production alimentaire durable en Suisse» [55], tend pourtant à démontrer que ces contraintes possèdent une signification qui peut être positive pour le consommateur:

> *[...] elles [les contraintes] sont présentées comme étant à la fois choisies et assumées et mêmes valorisées. Certes, ils [les consommateurs] renoncent à une certaine forme de liberté individuelle, mais ils indiquent le faire pour mieux concrétiser un engagement dans des modes de consommation orientés avant tout vers un désir de préservation de l'environnement, de soutien aux paysans suisses, ou vers une quête de produits sains pour la santé ou présentant des qualités gustatives nouvelles. Le contrat permettrait ainsi l'affirmation de ces choix et surtout leur maintien sur la durée, sans avoir à répéter l'effort d'engagement à chaque acte de consommation. Face à la complexité des enjeux de durabilité en matière d'alimentation qui articulent notamment transports, modes de production agricole, transformation et conservation, ou encore rapports nord-sud, l'acte de consommation nécessite toute une série de traductions et de processus de délégation du choix. S'engager dans une ACP, c'est donc faire le choix, sur une relativement longue durée, d'une délégation radicale de ces arbitrages à un petit collectif de proximité.*

L'étude ne manque néanmoins pas de replacer cette expérience positive dans «un contexte structurel d'abondance» alimentaire qui permet aux consommateurs et aux producteurs de basculer à tout moment sur une autre filière alimentaire, soulignant ainsi que le renoncement des consommateurs à certaines libertés ne suggère qu'une autonomi-

52 https://www.fracp.ch/une-acp-c-est-quoi
53 https://www.fracp.ch/_files/ugd/b6c1c1_e4e52989f6f84454bc6365f14cbb91fc.pdf
54 https://journals.openedition.org/aof/1051
55 https://www.nfp69.ch/fr/7wenH9ptxQXc68eJ/page/resultats

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

sation partielle des projets d'agriculture contractuelle de proximité par rapport au modèle agro-industriel.

Il est dès lors possible de remarquer, une nouvelle fois, que les modèles alimentaires ne sont pas liés par un rapport «antagoniste» mais co-évoluent avec des «pratiques économiques diverses, parfois contradictoires, mais toujours connectées.»

Par ailleurs, les chercheurs soulignent une autre limite de ces modèles en observant un «profil sociologique relativement homogène parmi les consommateurs. **Les projets ACP**, en échouant à atteindre une large diversité de catégories sociales», **semblent devoir se cantonner à offrir une alimentation pour une minorité de la population** (trentenaire au niveau d'éducation élevé et possédant un revenu dans la moyenne nationale).

Enfin, si la lecture de l'étude ne permet pas de comprendre les raisons de ceux qui ne souscrivent pas à ce genre d'offre (non sondés), elle estime, annuellement, que 10 à 15% des consommateurs ACP ne renouvèlent pas leur contrat (déménagement, manque de diversité, manque de flexibilité).

Or, il est évident que le modèle vit une période difficile en Suisse et ailleurs [56].

Alors qu'il était parfois nécessaire d'attendre une à deux années avant de pouvoir intégrer un projet ACP au début des années 2000, il est rare, aujourd'hui, de trouver une structure qui ne cherche pas activement à recruter de nouveaux membres. Passé l'époque (toujours délicate) des pionniers, les premières ACP ont pu surfer sur une forte demande alimentée par la curiosité des citoyens à l'égard de ces nouveaux modes de consommation. L'offre, quant à elle, n'était pas pléthorique. Désormais, le marché est plus concurrentiel (de 13 initiatives en 2003 à 28 en 2016, une quinzaine juste pour Genève) et la demande ne représente plus que les consommateurs convaincus qui n'ont pas été lassés par les contraintes inhérentes au modèle.

Comment faire, dès lors, pour redonner une seconde jeunesse à ce modèle cinquantenaire?

Cette évolution et les limitations de l'ACP, décrites plus haut, font partie intégrante des réflexions qui entourent le développement de **circuitcourt**. C'est bien ce contexte et nos expériences pratiques, qui nous laissent supposer que des innovations adéquates permettraient une juste adaptation de l'agriculture contractuelle de proximité.

56 https://cocagne.ch/c58/application/files/7416/8615/0452/lc20230607.pdf

«circuitcourt», une nouvelle approche pour le modèle ACP?

Notre tentative de description systémique de l'alimentation, ci-dessus, nous amène à penser que les modèles alimentaires sont et resterons complémentaires. Proposer une nouvelle offre alimentaire, c'est, avant tout, chercher à comprendre le rôle qu'elle peut jouer dans un système complexe où un enchevêtrement d'autres offres préexistent, avec leurs forces et leurs faiblesses.

Nous croyons que la souveraineté alimentaire, elle-même, est conditionnée à l'entretien des porosités qui forment les frontières entre ces modèles alimentaires. Les consommateurs sont alors libres (et responsables) d'axer leur consommation en fonction de leurs valeurs, tout comme les artisans sont libres (et responsables) de choisir dans quelles filières ils souhaitent valoriser leurs produits.

L'ambition de **circuitcourt** ne réside donc pas dans un esprit entrepreneurial classique de croissance, de prise de part de marché et de concurrence, mais plutôt dans la tentative de créer de nouvelles combinaisons possibles entre un système préexistant et un modèle nouveau.

Nous n'y voyons pas ici une subtilité mais bien une force, qui permet au projet d'adhérer aux valeurs et à la philosophie du modèle ACP, duquel il se reconnaît pleinement, tout en sachant s'inspirer du succès des autres modèles.

ACP, pros et cons

circuitcourt s'associe aux initiatives ACP pour les mêmes raisons que le PNR69 les recommande dans les résultats de sa recherche. C'est, tout d'abord, un puissant moyen pour connecter artisans et consommateurs et soutenir la souveraineté alimentaire. La transparence et l'autonomie que procurent les contrats entre ces deux acteurs est, à notre sens, unique. Par ailleurs, cette relation permet à l'artisan une reconnaissance sociale à laquelle il n'a plus accès dans les filières traditionnelles.

En outre, la disparition des intermédiaires permet de réduire les emballages nécessaires aux nombreuses manutentions des marchandises des filières longues. Ce modèle ne nécessite pas non plus de surface de vente et n'oblige pas à l'abondance, ni à la diversité des achalandages (souvent synonyme d'invendus et de gaspillages).

Enfin, le modèle ACP encourage des habitudes alimentaires saines et durables en soutenant la consommation de produits non ou peu transformés et en réduisant les distances parcourues par les aliments avant consommation.

Néanmoins, ce modèle comporte également tout une série de contraintes, qui supposent un engagement particulièrement fort de la part des consommateurs et qui semblent empêcher la diffusion du modèle ACP à une couche plus grande et hétérogène de la population.

S'attaquer à la problématique de la demande, c'est:

- **Sensibiliser les consommateurs** aux causes soutenues par l'ACP et accroître le nombre de personnes capables d'un tel engagement;

  ou

- **Adapter le modèle** pour répondre aux besoins d'une couche moins «militante» de la population.

En tentant de gommer les contraintes et le manque de flexibilité du modèle ACP, **circuitcourt** s'engage clairement sur la deuxième voie.

Premièrement, nous proposons de changer la manière dont l'engagement du consommateur se fait. Au lieu de proposer un contrat sur une durée prédéfinie, nous incitons les artisans à le créer sur un volume de consommation (e.g. un contrat de dix livraisons de légumes, au lieu d'un abonnement annuel). Ainsi, le consommateur s'engage pour une quantité donnée de nourriture et non plus pour une durée. Techniquement, ceci permet à l'artisan de mieux gérer les contrats aux durées réduites (notamment leurs nombreux renouvellements) et facilite donc la création d'une offre alimentaire qui engage le consommateur sur une période plus courte.

Cette approche doit, selon nous, permettre de conserver la clientèle ACP habituelle (elle peut continuer à s'engager sur le long terme) tout en évitant de dissuader les consommateurs plus frileux.

Diminuer la durée des contrats permet, en effet, des résiliations plus rapides (porosité de l'offre améliorée) et des efforts

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

financiers (à la souscription) plus raisonnables, ce qui réduit le risque pour les consommateurs incertains.

Une même fluidité est recherchée avec une gestion facilitée des cas de suspensions. Nous croyons, effectivement, que le consommateur doit pouvoir se libérer de l'obligation de consommer, sur une courte ou longue période, la même offre alimentaire. Sans le désengager du contrat initial, ceci lui permet d'être le seul responsable de **l'évaluation de la consommation de son ménage. Cette flexibilité doit lui permettre, tout à la fois, d'éviter le gaspillage qui en découle et de ne pas avoir peur d'augmenter, ponctuellement, sa consommation via ce canal de distribution.**

circuitcourt veille néanmoins à ne pas répercuter cette nouvelle flexibilité sur le dos de l'artisan.

L'augmentation du volume des paiements, qui est générée par une fréquence plus élevée de renouvellements, est taclée par la mise en place d'un système de paiements récurrents. Les dates de renouvellement, qui dépendront notamment des suspensions aléatoires, sont calculées automatiquement à l'aide des soldes de crédits disponibles pour chaque consommateur. Quant à la volatilité des commandes qui pourrait naître des suspensions, elle est gérée via l'export automatique et anticipée des données qui permettent la bonne préparation de la production et de la logistique.

Deuxièmement, circuitcourt souhaite faire des livraisons à domicile la règle et non plus l'exception. La distribution est sans doute la tâche la plus compliquée à réaliser pour l'artisan et, nous pensons qu'elle est la raison principale à l'usage d'intermédiaires dans le processus de création d'offre alimentaire. **Or, plus que le produit, lui-même, c'est bien la distribution qui assure la connexion entre le consommateur et l'artisan.**

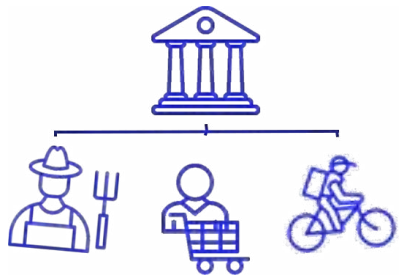
Alors que le modèle d'ACP a normalisé les points de distribution comme lieu de dépose des produits, **circuitcourt** argue qu'il est plus illusoire, aujourd'hui, d'attendre quelque investissement marginal qu'il soit du consommateur, que de trouver les moyens de lui distribuer les produits alimentaires directement (sous-entendu, jusqu'à son domicile).

Au contraire de la grande distribution qui, avec son modèle de supermarché, cherche à répondre à tous les besoins d'alimentation du consommateur dans un lieu donné, l'artisan, individuellement et sans espace physique de distribution (marché, épicerie, etc.), pourra, à ce prix (livraison à domicile du consommateur), s'inscrire dans le quotidien de la population locale, sans lui coûter de temps supplémentaire.

En proposant des outils modernes et un processus simplifié de distribution, circuitcourt permet aux artisans d'organiser eux-mêmes cette livraison à domicile et de réintégrer, ainsi, la valeur ajoutée (et donc les marges) des logisticiens et distributeurs classiques à leur propre exploitation.

Soulignons, néanmoins, que si **circuitcourt** fait le pari de s'attaquer aux contraintes du modèle ACP pour tenter de séduire de nouveaux consommateurs et accroitre ainsi la demande pour ce modèle, les modalités de construction de l'offre alimentaire ne peuvent être que suggérées.

Il appartient, bien entendu, aux artisans de juger de la bonne flexibilité et des justes contraintes qu'il impose/propose à ses consommateurs. De fait, les incitations précitées ne sont que facultatives. L'artisan qui souhaite continuer à proposer son offre alimentaire en fonction du modèle ACP habituel pourra le faire aisément et sans entrave.



Une gouvernance partagée

Pour faire écho à la FRACP et sa définition du modèle ACP, **circuitcourt** œuvre à une plus grande souveraineté alimentaire.

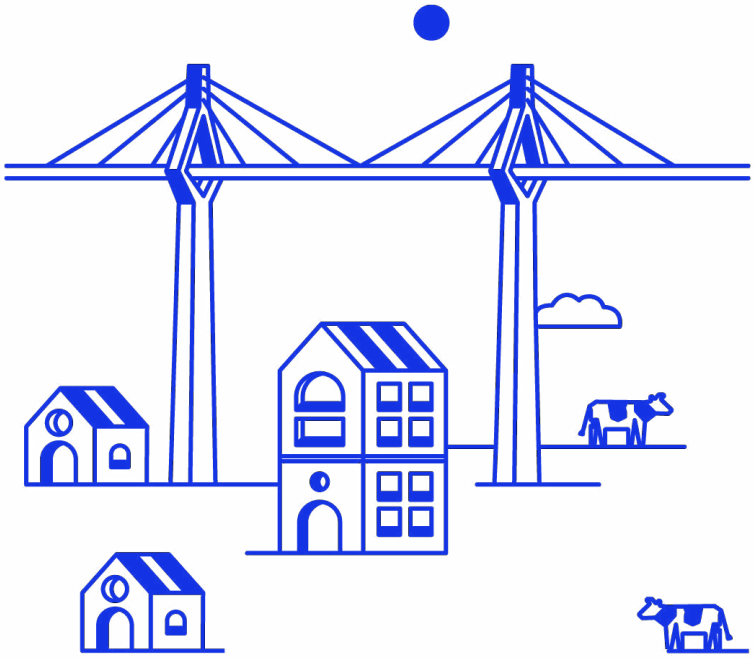
Comme toute autre initiative ACP, **circuitcourt** participe à une plus grande liberté de choix et à une meilleure autonomie des acteurs alimentaires, mais la souveraineté exige également de pouvoir agir directement sur la gouvernance du projet. **Les initiatives dont le pouvoir de décision est monopolisé par un seul acteur ne peut prétendre soutenir la souveraineté alimentaire que dans la mesure où le décisionnaire est suffisamment éclairé et à l'écoute des autres acteurs.** Cet aspect est, selon nous, trop important pour être laissé au hasard des personnalités et des égos et préférons mettre en place une gouvernance partagée pour l'ensemble du projet.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

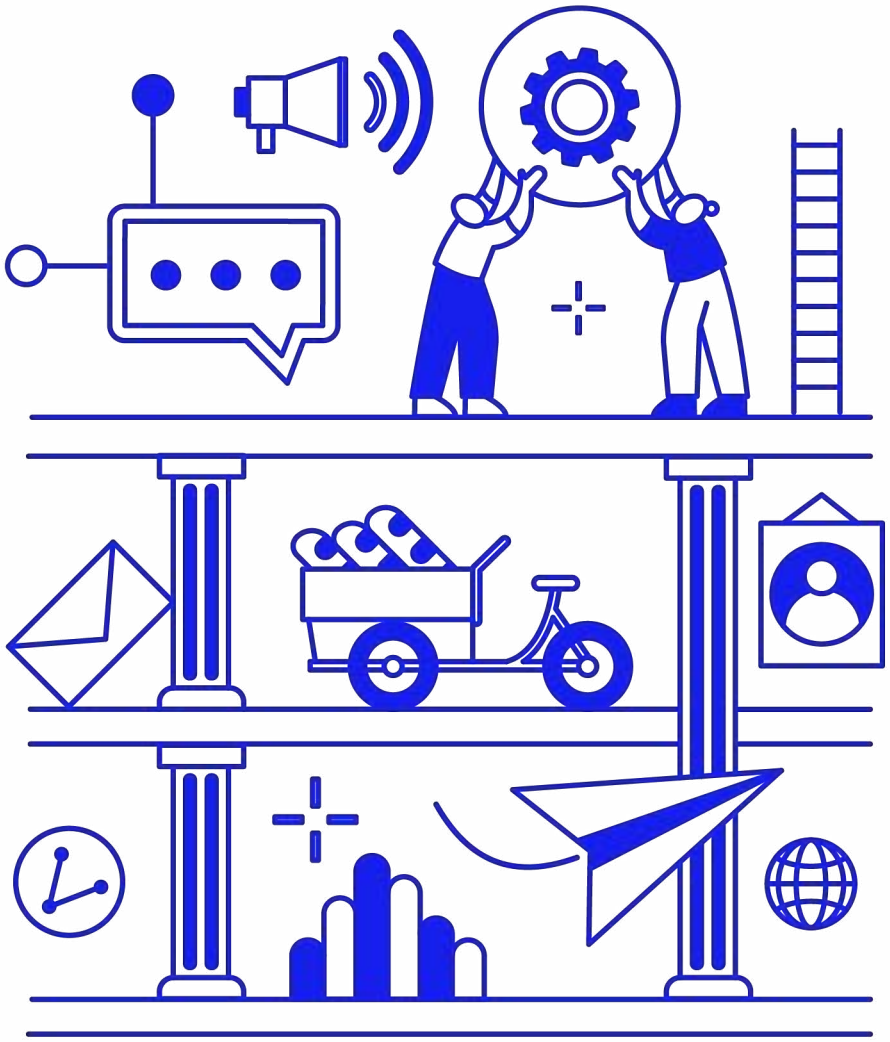
Concrètement, les décisions concernant **circuitcourt** sont prises par l'association du même nom «circuitcourt.ch», qui chapeaute juridiquement le projet. À l'utilisation de la plateforme, chaque artisan, coursier et consommateur devient automatiquement membre de l'association et peut ainsi siéger à l'assemblée générale.

Son pouvoir de décision est divisé, de manière égale, entre les quatre catégories de membres (comité, artisan, coursier, consommateur). Chaque catégorie possède 25% des droits de vote. Chaque membre reçoit, quant à lui, le nombre de voix correspondant à 25% des droits de vote divisé par le nombre de membre de sa catégorie. Ce choix est justifié par la volonté de représenter équitablement toutes les parties prenantes du projet (porteur du projet, artisans, coursiers et consommateurs).

Chacun des membres hérite ainsi d'un pouvoir de décision sur les questions afférentes à son alimentation et sur le projet qui en devient responsable. Libre à lui de l'exercer.



© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025



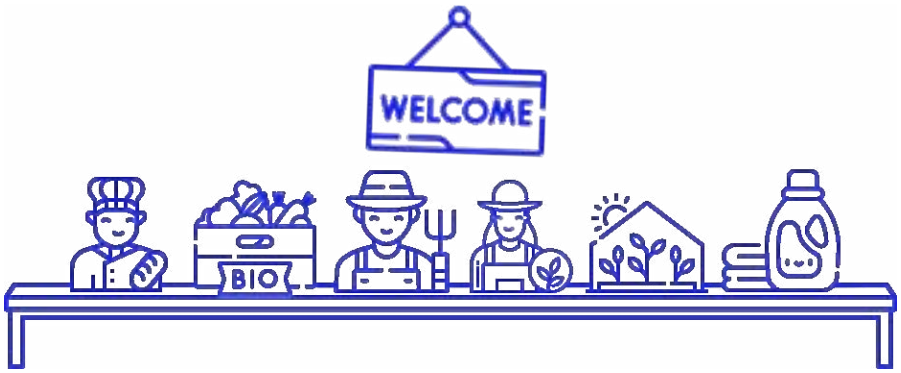
le fonctionnement

circuit court

Le fonctionnement de circuitcourt

circuitcourt est une application web (commun numérique, *open source*) qui propose aux transformateurs et producteurs alimentaires de vendre leur production, **sans intermédiaire**, aux consommateurs de la région. **circuitcourt** s'inspire du modèle d'agriculture contractuelle de proximité, tout en rendant le contrat initial plus flexible et moins engageant pour «séduire» de nouveaux consommateurs.

L'innovation réside dans l'automatisation du renouvellement des contrats et la gestion facilitée des cas de suspensions. La mise en place des crédits à l'alimentation permet également aux artisans de simplifier les activités de support (paiements, communication, distribution) nécessaires à la création de l'offre alimentaire.



L'application est volontairement inclusive. Au contraire de la plupart des initiatives qui tendent à favoriser le commerce de proximité, **circuitcourt ne propose donc aucun critère d'exclusion.**

Pour être parfaitement clair, l'application ne retient pas les éléments ci-dessous comme étant une incompatibilité «par nature» avec les services proposés:

- La taille de l'entreprise (d'un seul à X employé(e)s, de I à X francs de chiffre d'affaires);
- Le but de l'entreprise (lucratif ou pas);
- La structure juridique (association, SA, Sàrl, etc.);
- Les méthodes de production employées (bio, extenso, conventionnel, etc.);
- Le type de produits proposés (alimentaires, non alimentaires, autres);
- Le secteur d'activité de l'entreprise (primaire, secondaire, tertiaire).

Nous l'expliquons par le fait que **circuitcourt** n'a pas la prétention de définir ce qui est moralement juste de consommer ou pas. L'application n'en a, en effet, pas la compétence. **Nous pensons que l'artisan est le seul en position de définir les bonnes caractéristiques de fonctionnement de son projet.** L'agriculteur choisit la voie du bio pour des raisons qui lui sont propres, tout comme un boulanger peut décider de la juste farine (taux de protéines, qualité du gluten, arôme, sels minéraux, fibres, filière, méthode agricole, méthode meunière) pour son pain.

Or, si l'artisan a la liberté du choix, il doit également en assumer la responsabilité. **Dans sa conception, circuitcourt, suggère donc à l'artisan un devoir de transparence.** Pour utiliser la plateforme, l'artisan est invité à déclarer ses recettes, la provenance des ingrédients et ses méthodes de fabrication. En cas d'inconnue ou d'incertitude, l'application, par défaut, indique que ces éléments ne sont pas communiqués.

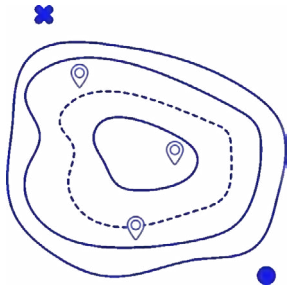
© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

En face, **le consommateur fixe, alors, quel est le niveau de transparence nécessaire à la conclusion de son contrat avec l'artisan.** Ainsi, seulement, il peut choisir ce qui est bon pour lui de consommer.

Ce schéma a notre préférence, car **il nous permet de focaliser nos ressources sur le bon fonctionnement des fonctionnalités IT**, pour répondre aux besoins des deux parties. Nous évitons d'embarquer la partie «technique» du projet dans un enlisement sur le débat d'usage de la bonne ou la mauvaise morale de chacun [57]. Nous préférons créer, indirectement et à travers la vie associative [58] qui en découle, un espace d'échange où chacun peut se confronter aux informations des autres et choisir, en connaissance de cause, comment orienter sa consommation.

Par ailleurs, la notion de proximité reste volontairement indéfinie. Là encore, il n'est pas du ressort de **circuitcourt** de définir ce qu'est le juste périmètre d'une région. Nous croyons que les contraintes de distribution, la portée limitée des activités promotionnelles et le devoir de transparence (décrit ci-dessus) localisent les activités des artisans dans une zone qui ne peut s'étendre sans limite. Cet aspect vaut, à notre sens, bien plus que toute autre définition de proximité.

Enfin, si **circuitcourt** peut être utile à des artisans d'un secteur autre que l'alimentation, nous n'y voyons pas d'inconvénient. Si, par exemple, un artisan de produits ménagers (lessive, vaisselle, etc.) venait à utiliser la plateforme, cette dernière bénéficierait simplement de plus importantes ressources financières (commission) sans voir ses objectifs influencés par les besoins de cet artisan hypothétique (aucun droit de vote n'est alloué aux artisans non alimentaire [59]).



Les artisans

Nonobstant le point précédant, **circuitcourt** a donc pour vocation de servir les besoins des producteurs et/ou des transformateurs d'aliments de la région.

En particulier, **circuitcourt** souhaite toucher les artisans qui proposent des produits relevant de l'alimentation de base des ménages.

Cette clientèle cible possède les caractéristiques suivantes:

- Clients professionnels (B2B);
- Secteur d'activité à faible marge, mais essentiel à la société;
- Peu ou pas de compétence IT;
- Peu ou pas de temps/ressource disponible pour la mise en place d'outils de gestion;
- Difficulté à se faire connaître;
- Relative dépendance aux intermédiaires pour assurer la distribution de sa production.

Une liste non exhaustive des produits proposés par cette clientèle cible peut être dressée ici: légumes, légumineuses, fruits, œufs, produits laitiers de base, miel, pain, farine, huiles, graines, viande, poissons, etc.

circuitcourt différencie également trois types d'artisans potentiels. Ceux qui œuvrent déjà avec un modèle ACP (e.g. paniers de légumes), ceux qui œuvrent avec un autre modèle de vente et ceux qui n'ont pas encore créé leur exploitation à proprement parler (entrepreneur en phase embryonnaire, reconversion en cours, étudiants, reprise d'exploitation, etc.).

Dans le cas des entreprises qui utilisent déjà le modèle ACP, nous pensons que l'adhésion à circuitcourt ne se fera que si le nouveau système est perçu comme meilleur que l'actuel.

57 https://www.rts.ch/info/suisse/12273471-la-suisse-ne-reduira-pas-drastiquement-lusage-de-pesticides-dans-lagriculture.html
58 Voir chapitre Circuitcourt, le fonctionnement // Structure juridique
59 Voir annexe Statuts

Même si cela ne suppose pas de problème technique, il est, en effet, compliqué d'imaginer une entreprise qui ferait fonctionner deux systèmes ACP en parallèle (perte d'efficience, confusion dans la communication de vente, etc.). **circuitcourt** sera donc ici, inévitablement, comparé aux autres applications ACP.

En outre, l'hypothèse d'un changement de sytème représente un investissement (formation interne, communication externe) et un risque (non adhésion des consommateurs finaux au nouveau modèle) significatifs pour le client, par conséquent, nous partons du fait que la mise en place de **circuitcourt**, dans ce cas, est improbable. A priori, seules les entreprises ayant perdu confiance dans leur système ACP, et, qui verraient dans **circuitcourt** la promesse d'un nouvel élan, feraient le pas.

Dès lors, s'il est naturel de penser aux représentants historiques du modèle ACP comme clients potentiels de **circuitcourt**, nous ne pensons pas qu'ils en soient les cibles principales.

Dans le cas des entreprises qui n'utilisent pas de modèle ACP, circuitcourt peut agir, tout à la fois, comme un substitut aux canaux actuels de vente ou simplement être une activité complémentaire à l'existant. Un système ACP pouvant vivre en parallèle à un autre canal de vente, l'adhésion à **circuitcourt** ne représente pas, ici, un coût d'opportunité pour le client.

Dans ce deuxième cas, l'enjeu se résume à démontrer les bénéfices de l'utilisation de **circuitcourt** [60]. L'essai de la plateforme pouvant se faire très rapidement, sans l'appui d'une tierce personne et sans frais d'inscription nous pensons qu'il sera plus aisé de proposer **circuitcourt** à ces entreprises.

Enfin, au vu de l'expérience de Levain.ch [61], nous croyons également que circuitcourt pourrait permettre l'émergence de nouvelles entreprises. Dans un environnement (coûts fixes importants, accès à la terre difficile, grosse concurrence des produits étrangers, etc.) qui ne facilite pas la création de nouveaux projets alimentaires, il est, en effet, nécessaire d'optimiser et de simplifier les activités de support, comme la distribution, la vente, les ressources humaines ou encore la comptabilité.

Ces domaines, fondamentaux au bon fonctionnement d'une entreprise, n'accroissent pas la qualité du produit en tant que tel, mais ont inévitablement un impact sur son prix et son accessibilité. Or, ce sont bien des déterminants majeurs du choix du consommateur final.

Le cas de Levain.ch nous indique qu'il est tout à fait possible de proposer une boulangerie de qualité (farines locales et bio, fermentation au levain, pétrissage main) sans boutique, sans faire de marché, sans intermédiaire et sans faire autre chose que du pain (pas de *sandwich* ou autre produit transformé qui amènerait une meilleure marge à l'artisan) à un prix raisonnable (la grande distribution fait tout à la fois des prix moins chers et plus chers que l'abonnement Levain) et accessible à toute la région (les pains sont distribués dans tout le canton de Genève à vélo). L'entreprise n'étant administrée que par une personne (qui par ailleurs participe à la production de la boulangerie à hauteur de 90%), elle ne pourrait fonctionner sans une bonne maîtrise des activités de support.

Ceci peut sembler évident au lecteur, mais créer les outils et les processus nécessaires à la gestion d'un modèle d'affaires qui n'a jamais été exploité auparavant, tout en assurant la bonne production et la qualité des aliments vendus n'est pas une mince affaire, en particulier, quand les ressources à disposition sont limitées. Ce fait est, selon nous, une raison forte à l'inexistence de certains projets alimentaires dans la région.

C'est donc à ces projets que **circuitcourt** s'adresse également, en proposant une plateforme qui leur permet de jouir de nouveaux outils destinés à la gestion d'un modèle ACP contemporain et innovant.

60 Voir chapitre Circuitcourt, le fonctionnement // Communication/Promotion
61 Voir chapitre Les porteurs du projet

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

La création de l'offre alimentaire

Les artisans s'inscrivent directement sur le site internet www.circuitcourt.ch et paramètrent leur offre sans avoir à demander l'intervention d'un tiers. **Dans sa forme la plus simple, cette installation ne prend que 5 minutes. En outre, aucune finance d'inscription n'est demandée.**

L'abonnement et la gestion des suspensions

Les produits sont proposés sous la forme d'un abonnement dont l'artisan fixe le calendrier, la fréquence de livraison et le délai de suspension (e.g. une livraison par semaine, délai de suspension chaque jeudi pour la semaine suivante, calendrier du 1er janvier au 30 juillet, puis du 1er septembre au 24 décembre).

Si on retrouve ici l'avantage de l'abonnement qui initie, avec un seul acte d'achat (et donc un effort de vente raisonnable), plusieurs livraisons de biens alimentaires, **le consommateur est, quant à lui, libre de suspendre et reprendre ses livraisons autant de fois qu'il le souhaite.**

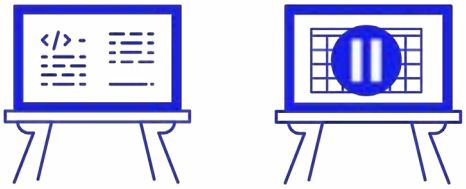
C'est un élément central du modèle **circuitcourt** dans la mesure où il permet au consommateur de se libérer de l'obligation de consommer, sur une longue période, la même offre alimentaire. A contrario, s'il souhaite augmenter sa consommation, il pourra simplement multiplier l'offre de base (e.g. un, deux ou trois pains de 500g par semaine).

Nous insistons ici sur le fait que la responsabilité de l'évaluation de la consommation du ménage incombe au consommateur. Tant que faire se peut, il ne doit pas être piégé dans une offre alimentaire qui l'oblige à recevoir une nourriture qui n'est pas souhaitée. **Cette flexibilité doit lui permettre, tout à la fois, d'éviter le gaspillage qui en découle [62] et de pouvoir augmenter sa consommation via ce canal de distribution.**

Du côté de l'artisan, il n'est, avec ce modèle, plus nécessaire de construire une diversité d'offres basées sur des volumes de consommation (e.g. un pain toutes les deux ou trois semaines, un pain de 500g ou de 1kg), ce qui a tendance à complexifier le système d'information en amont (production) et à l'aval (distribution). **L'offre de base servant la majorité de ses clients, les autres pourront ajuster leur consommation avec les outils à disposition, sans modification de la gestion interne de l'artisan.** Le travail de vente de l'artisan s'en trouve donc réduit à la promotion d'une seule offre (simplification de la communication).

La volatilité de la production qui peut découler des suspensions est anticipée par la fixation du délai de suspension qui précède la livraison et une lecture en temps réel des consommateurs actifs. C'est effectivement au moment de ce délai que le plateforme détermine si la livraison devra être effectuée («Consommateur actif») ou suspendue («Consommateur en suspens»).

Dans le cadre d'une transformation (e.g. pain, farine, huile, etc.), ce délai permet à l'artisan de ne produire que ce qu'il vend (pas d'invendu, réduction des pertes). Quant aux artisans qui dépendent des facteurs environnementaux (e.g. pêche, maraîchage, etc.) et se trouvent en situation de surproduction (plus de produits à écouler que d'abonnés actifs sur une période donnée), ils seront encouragés à développer une offre d'abonnement destinée aux professionnels (plus gros volume, prix réduit, durée d'engagement réduite). Ce sera notamment le cas pour la saison estivale qui voit partir de nombreux consommateurs de la région.



Les crédits à l'alimentation, le renouvellement et la résiliation de l'abonnement

Le deuxième constituant de l'offre alimentaire via **circuitcourt** est la détermination, par l'artisan, de sa valeur. **Celle-ci**

62 https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themes/dechets/guide-des-dechets-a-z/biodechets/types-de-dechets/dechets-alimentaires.html

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

se traduit en nombre de crédits que les consommateurs achètent à la souscription (e.g. 50 francs pour 5 livraisons de pain = 5 crédits). À chaque livraison, un crédit est soustrait au solde du client. Une fois à zéro et sans résiliation du client, le contrat est renouvelé tacitement.

On remarque que l'engagement du consommateur est déterminé, non pas, par une période temporelle, mais par un nombre de produits que le consommateur s'engage à se faire livrer. **L'utilisation des crédits permet ainsi une gestion automatisée des renouvellements, ce malgré les suspensions aléatoires des consommateurs.**

Le caractère implicite du renouvellement, quant à lui, permet à la relation artisan–consommateur de continuer sans intervention des deux parties. En évitant de demander au consommateur s'il souhaite renouveler son abonnement, on ne génère pas un environnement propice à la remise en cause de son acte d'achat. En d'autres termes, s'il est satisfait des produits et du service, tout continue comme d'habitude.

La résiliation de l'abonnement est prévue sans délai. Un consommateur qui souhaite résilier son offre continuera simplement de recevoir ses produits jusqu'à l'épuisement des crédits en cours.

Les paiements

Tout d'abord, même si cela est sous-entendu plusieurs fois dans cette plaquette, **il est important de souligner que les contrats d'abonnement lient directement les artisans aux consommateurs.**

Dans ce contexte, les paiements relèvent toujours de la propriété de l'artisan et non de circuitcourt. Concrètement, la plateforme met en place un sytème de paiement de type «transaction splitting» (e.g. https://payrexx.com/fr-ch/plates-formes), qui permet un paiement récurrent de la part des consommateurs à l'artisan, tout en ajustant le prélèvement de la commission prévue pour **circuitcourt**.

À l'écriture de cette plaquette, différentes méthodes de paiement sont à l'étude (prélèvement SEPA, carte de crédit, carte de débit, Twint, monnaie numérique, etc.). Dans tous les cas, **il est prévu un paiement anticipé des produits par le consommateur, ce qui signifie que l'abonnement est réglé avant les livraisons**. Ceci représente un fond de roulement positif pour l'artisan et facilite donc les investissements de ce dernier. Le renouvellement tacite implique également une récurrence des paiements. Les méthodes employées doivent donc permettre l'enregistrement des moyens de paiement des consommateurs pour une utilisation ultérieure (*token* sur carte de crédit, mandat de prélèvement SEPA, etc.).

Outre le fond de roulement positif, et contrairement à un système de facturation classique ou à une méthode de paiement par virement, **cette approche permet également à l'artisan d'éviter une gestion chronophage, désagréable et parfois risquée des débiteurs (perte sur débiteurs).**

Concernant la monnaie numérique, nous étudions l'opportunité d'adapter une monnaie dédiée à **circuitcourt** (monnaie numérique de détail). Cette dernière pourrait être utilisée comme monnaie locale définissant les échanges d'alimentation d'une région [63] (sous la forme des crédits à l'alimentation de la plateforme).

63 Voir chapitre Autres opportunités

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Gestion de la transparence

Un des objectifs de **circuitcourt** est d'augmenter le niveau de transparence et d'information des filières alimentaires locales. **La création de l'offre alimentaire est donc pensée de manière à ce que l'artisan puisse déclarer facilement ses recettes, la provenance des ingrédients et les méthodes de fabrication, de culture, d'élevage, etc.** En cas d'inconnue ou d'incertitude, l'artisan, par défaut, sera amené à indiquer ce qu'il ne connaît ou ne maîtrise pas dans son processus de fabrication.

Nous insistons ici sur le fait qu'il n'est pas obligatoire, pour l'artisan, de renseigner tous les champs liés à ce devoir d'information. Néanmoins, sans indication de sa part, le consommateur pourra lire que certains renseignements ne sont pas fournis.

La production

circuitcourt cherche aussi à améliorer les processus de fabrication de l'artisan en facilitant la traduction des commandes réalisées sur le site en une fiche de production claire. En plus des éléments liés à la transparence (voir ci-dessus), **le renseignement des recettes et des ingrédients, permettra, donc, d'effectuer des exports automatiques de tableurs dédiés à la fabrication (quantités à mettre en œuvre, etc.).**

L'export est téléchargeable à la date du délai de commande (moment auquel le site prend la photo des abonnés actifs à servir). En outre, des tableurs peuvent être créés à l'aide d'une interface indiquant les tables et les champs utilisables dans la base de données.

La distribution

À proprement parler, la distribution regroupe les étapes de conditionnement, manutention et livraison des produits alimentaires. À notre sens, elle est la raison principale de la présence d'un intermédiaire dans le processus de distribution alimentaire.

Si l'artisan est généralement reconnu comme compétent dans les phases de production (savoir-faire, etc.), il n'est pas rare, en effet, de remarquer une certaine inefficience dans ses procédés de distribution. Ceci s'explique principalement par le fait que cette partie du processus est un métier en soi et que même si l'artisan devait être bon pour cela, il manquera sans doute de temps ou de ressources (espaces dédiés, RH, etc.) pour réaliser ces activités efficacement.

Or, plus que le produit lui-même, c'est bien la distribution qui assure la connexion entre le consommateur et l'artisan. Nous pensons d'ailleurs, que le déclin actuel des offres d'agricultures contractuelles est lié, avec le manque de flexibilité de l'offre (cas des suspensions), à une distribution trop contraignante pour le consommateur.

Il est évident d'idéaliser une région dans laquelle le consommateur prendrait le temps (ou, à choix, aurait le temps) pour participer à cet acte de distribution. Néanmoins, nous pensons qu'il est plus illusoire, aujourd'hui, d'attendre quelque investissement marginal qu'il soit du consommateur, que de trouver les moyens de lui distribuer les produits alimentaires directement (sous-entendu, jusqu'à son domicile).

Au contraire de la grande distribution qui, avec son modèle de supermarché, cherche à répondre à tous les besoins d'alimentation du consommateur dans un lieu donné, l'artisan, individuellement et sans espace physique de distribution (marché, épicerie, etc.), pourra, à ce prix (livraison à domicile du consommateur), s'inscrire dans le quotidien de la population locale, sans lui coûter de temps supplémentaire.

En proposant des outils modernes et un processus simplifié de distribution, circuitcourt permet aux artisans d'organiser eux-mêmes cette livraison à domicile et de réintégrer, ainsi, la valeur ajoutée (et donc les marges) des logisticiens et distributeurs classiques à leur propre exploitation.

> *Note: Cette approche n'est pas une obligation en soi. Les artisans peuvent utiliser* **circuitcourt** *sans opter pour une livraison à domicile. Les outils ci-dessous leur permettent de réaliser le concept de distribution de leur choix.*

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Export des livraisons

Les livraisons sont exportées automatiquement par la plateforme à chaque délai de commande. Ceci permet à l'artisan, d'une part, de préparer sa production (on l'a vu ci-dessus), mais également d'anticiper sa distribution.

La base de données des consommateurs est organisée par secteur de livraison. Ces derniers sont déterminés à l'aide d'un champ, qui identifie les consommateurs d'un quartier donné, et les regroupe dans un itinéraire prévu pour le coursier. Ainsi et sans retraiter l'information, l'artisan connaît la quantité de produits alimentaires à livrer par jour, par quartier et pour quel consommateur.

Planification des itinéraires

En sus, **circuitcourt** intègre un outil de planification d'itinéraires (de type www.myrouteonline.com) qui permet, comme son nom l'indique, d'optimiser la route des coursiers qui achemineront les biens au domicile des consommateurs. L'artisan peut donc, tout à la fois, construire lui-même les itinéraires quotidiens ou déléguer cette tâche aux coursiers qui peuvent se connecter sur la plateforme et visualiser les routes qui leur ont été attribuées.

Service de location de personnel

Note: Les informations pertinentes concernant les coursiers étant décrites au chapitre qui leur est dédié, nous n'entrerons, ici, pas plus en détail sur son statut.

Au même titre, qu'une agence intérimaire **circuitcourt** propose un service de location de personnel aux artisans, qui ne posséderaient pas, à l'interne, les ressources nécessaires pour réaliser leurs livraisons.

Concrètement, les artisans peuvent ouvrir des postes dédiés à la distribution de leurs produits directement en ligne. Ces postes décrivent brièvement les besoins de la course (nature des produits, horaires prévus, véhicules à disposition) et permettent aux coursiers intéressés de s'enregistrer pour le poste. Les artisans peuvent également contacter les coursiers pour leur proposer un poste directement. À la réalisation de la livraison, les heures sont enregistrées sur le profil du coursier.

En tant qu'employeur, **circuitcourt**, prend en charges les activités de *pay-roll* (fiches de paie, charges sociales, virements) et en libère ainsi l'artisan. Ce service est facturé chaque fin de mois à l'artisan [64].

Conseil sur les bonnes pratiques de livraison

Selon sa démarche associative, **circuitcourt** met en relation les artisans qui œuvrent dans un même secteur pour échanger sur leurs bonnes pratiques. Par exemple, un boulanger arrivé récemment sur la plateforme sera libre d'entrer en contact avec ses pairs pour les questionner sur leurs pratiques de livraison (quel emballage, quelle caisse, quel vélo, quel tarif de livraison à facturer, etc.).

Ces activités de conseil relevant de la bonne volonté de chacun, aucun coût ou gain financier n'est à prévoir pour la plateforme.

64 Voir annexe Calcul du coût horaire employeur (location de services)

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Mutualisation ?

Il est naturel de penser aux bénéfices d'une éventuelle mutualisation des services logistiques. Nous en identifions deux types :

- **D'une part**, il serait possible d'effectuer des courses communes (e.g. aller ensemble à Hermance depuis les Eaux-Vives ou alors partir des Eaux-Vives avec du pain et revenir avec du fromage depuis Meinier, pour une distribution ultérieure de ces derniers). L'enjeu serait ici de réduire les kilomètres parcourus par les coursiers et donc les coûts variables liés à la livraison.

- **D'autre part**, il serait possible d'investir ensemble dans un même véhicule (vélo cargo, utilitaires, remorques, etc.) ou contenant (caisses, etc.). Ceci résulterait dans une diminution des coûts fixes et donc une minimisation des amortissements liés à la flotte logistique des artisans.

Ces deux possibilités ne seront néanmoins pas traitées dans cette plaquette, ni proposées dans l'offre initiale de circuitcourt. Nous le justifions par le fait qu'une mutualisation implique une entente claire et transversale à plusieurs artisans et leur impose des contraintes organisationnelles fortes (coordination des délais de commande, politique d'hygiène, gestion des exceptions, etc.).

S'il est possible d'imaginer une médiation à la mutualisation, cela impliquerait l'augmentation des charges de personnel qui augmenterait les coûts fixes de la plateforme sans garantie de résultat. Dans ce contexte, une éventuelle mutualisation sera uniquement le fait des artisans, qui s'organiseront en bilatéral pour réaliser ce projet.

Notons encore que la construction de **circuitcourt** est en soi un acte de mutualisation des artisans, coursiers et consommateurs. En effet, son existence est conditionnée à l'affectation de ressources financières et temporelles des trois parties pour un projet associatif et commun de distribution alimentaire.

Tableau de bord financier

La plateforme prévoit également la mise en place d'un tableau de bord, qui permet à l'artisan d'effectuer un suivi efficace de ses objectifs financiers. Concrètement, un champ «prix/kg» ainsi qu'un champ «autres frais variables» pourront être renseignés dans le menu «recettes». **Ceux-ci permettront un rapide calcul du prix de revient des produits fabriqués, qui, avec un report des abonnements vendus, dégageront naturellement la marge brute d'exploitation de cette ligne d'activités.** Cette information pourra donc être reprise directement par l'artisan pour l'indiquer dans son plan d'affaires et son suivi comptable.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Ce que ne fait pas circuitcourt

Vente, promotion, marketing

circuitcourt n'intervient pas dans la promotion de l'offre alimentaire des artisans. **Hormis l'élaboration d'une simple page web, qui présente brièvement les artisans avec lesquels elle travaille, la plateforme évite, en effet, de prendre part à l'action commerciale qui précède la vente.**

Ceci s'explique premièrement par le fait que pour promouvoir un assortiment hétérogène de biens alimentaires (ce qui sera le cas dans **circuitcourt**), il est nécessaire de s'entendre d'abord sur des critères.

Que ce soit sous la forme d'un label (e.g. Genève Région Terre Avenir), d'une certification (e.g. Bio Suisse) ou d'une marque (e.g. Suisse Garantie), ce sont toujours les critères (généralement exposés dans un cahier des charges) qui permettent l'identification d'un ensemble homogène sur lequel il est possible de communiquer. Or la construction de ces critères et, plus encore, leur contrôle fréquent, nécessite l'affectation de ressources à laquelle **circuitcourt** ne souhaite pas prendre part.

Deuxièmement, une promotion individuelle de chaque bien est également impossible, car elle suggère d'en assumer la responsabilité. Or, **circuitcourt** n'intervient pas dans le processus de production de l'offre alimentaire. Elle n'a donc aucune légitimité pour communiquer sur les abonnements proposés par les artisans.

S'il est possible d'y voir un potentiel non exploité, nous pensons que cette approche permet à **circuitcourt** de concentrer ses ressources sur le travail technique de la plateforme. En outre, nous diminuons ainsi le risque d'une politisation, qui, inévitablement, tendrait vers une division des acteurs.

Alors que la plupart des projets d'économie de proximité prennent part à l'action commerciale qui précède la vente (ad minima en sensibilisant les gens sur certaines caractéristiques de l'offre alimentaire), nous préférons encourager les artisans à être les principaux acteurs de ce travail promotionnel et commercial.

Flotte de véhicules ou de contenants

Comme expliqué, en partie, dans le chapitre «Mutualisation?», la plateforme n'investit pas dans des actifs destinés à la réalisation de la logistique (véhicules ou contenants). Outre, la nécessité d'une entente claire et transversale à plusieurs artisans, nous pensons qu'il existe un risque trop important de se retrouver avec une flotte inadaptée et coûteuse. La plateforme se contentera donc d'orienter les artisans, qui souhaitent être conseillés dans leurs choix d'investissement logistique.

Le rôle proscrit d'intermédiaire

Nous qualifions l'intermédiaire comme une entité juridique distincte de l'artisan, du coursier ou du consommateur, qui possède un pouvoir de décision substantiel sur les facettes de l'offre alimentaire (prix, conditions, délais, qualité, etc.). Il assure ainsi un lien essentiel entre l'offre alimentaire et la demande pour cette dernière.

Les intermédiaires peuvent prendre une multitude de formes (grossistes, commerce de détail, centrale d'achat, etc.), jouer un grand nombre de rôles (conditionner, distribuer, transformer, etc.) et être essentiels au bon fonctionnement de certains modèles de distribution alimentaire.

De cette grande diversité de *scenarii*, il est néanmoins possible d'observer deux constantes inaltérables et sur lesquelles nous nous arrêtons ici.

Premièrement et par sa simple présence, l'intermédiaire modifie toujours la chaine de valeur d'une filière. Si rien n'indique que la valeur totale s'en trouve augmentée ou au contraire réduite, nous savons que sa distribution, parmi tous les acteurs, s'en trouvera modifiée.

Deuxièmement, l'intermédiaire priorise toujours les intérêts qu'il poursuit sur ceux des autres acteurs de la chaîne. Bien qu'ils puissent être, parfois, alignés, rien n'assure, en revanche, l'absence de conflit entre les différentes parties.

Ces deux éléments en tête, nous savons que, toute vertueuse quelle soit, **circuitcourt** ne pourra pas éviter de reproduire les schémas déjà observés dans l'évolution d'un marché. Autrement-dit, si son fonctionnement s'impose parmi les artisans, ils en deviendront, tôt ou tard, dépendants. Dès lors, le

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

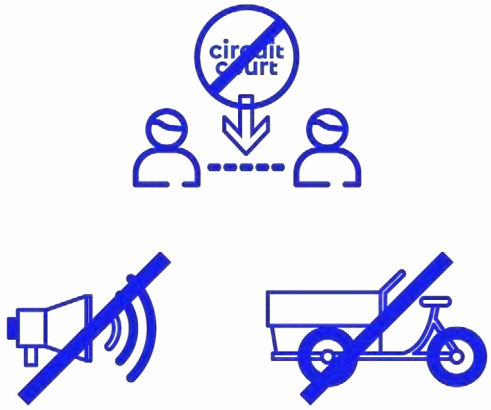
pouvoir de décision au sein de **circuitcourt** impliquera une responsabilité nouvelle qui n'est souhaitable pour personne.

L'enjeu est donc de penser un modèle qui ne peut pas (tant que faire se peut) mettre la plateforme dans cette position.

Dans ce contexte, il est primordial que l'offre alimentaire soit créée par l'artisan seul. circuitcourt n'intervient pas sur les prix, les délais de commande, ni aucune autre facette de l'organisation de l'artisan. Le projet se contente de fixer un cadre d'élaboration de l'offre alimentaire, mais ne la constitue pas. **Par ailleurs, le contrat d'abonnement lie le consommateur à l'artisan et non à circuitcourt.**

En sus, l'association n'a pas de but lucratif, ceci sous-entend donc que tout excédent est réinjecté dans les opérations de **circuitcourt** selon une politique de réinvestissement décidée au sein de l'assemblée générale, qui est gouvernée par les utilisateurs eux-mêmes.

S'il n'est pas rare de voir des entreprises à but non lucratif enfler les salaires de ses dirigeants pour «extraire» une partie de la valeur dégagée, **circuitcourt ne rémunère pas ses «dirigeants» et sa structure de coûts est limitée à l'essentiel pour éviter tout gonflement de son budget.** Elle limite ainsi son pouvoir de décision aux quelques rares objets proposés à l'ordre du jour (e.g. taux de commission; montant des cotisations; politique salariale des coursiers; mise à jour, entretien et sécurité de la plateforme; etc.).



Le coursier

Note: Les personnes en charge de la livraison sont décrites dans ce projet comme des coursiers. Si le terme est généralement utilisé pour définir des livreurs à vélo, circuitcourt n'exclut pas l'emploi d'autres véhicules.

L'intégration des coursiers au projet a fait l'objet d'un intense débat: Faut-il internaliser un service de logistique, ou au contraire l'externaliser?

D'un côté, **circuitcourt** souhaite permettre aux artisans de livrer leurs produits directement au domicile des consommateurs. C'est une des transformations souhaitées pour rendre l'offre alimentaire de l'ACP aussi (voire plus) pratique que le commerce de détail. Il semble donc nécessaire d'internaliser ce type de service au projet.

Ce faisant, néanmoins, le projet s'en trouve complètement dénaturé. On passe d'un projet principalement web à la structure de coût légère et aux investissements faibles à un projet de distribution qui implique, au contraire, des investissements importants et un grand budget de fonctionnement. Or, on l'a vu dans le chapitre précédent («Le rôle proscrit de l'intermédiaire»), un budget important est l'assurance d'une captation supérieure de la valeur ajoutée de la filière et un pouvoir de décision accru sur les autres acteurs.

Une position hybride a donc finalement été choisie, telle que décrite dans le chapitre «La distribution». circuitcourt n'investit pas dans une flotte et ne propose donc pas de service logistique intégré, néanmoins, elle propose un système de location de personnel, qui permet aux artisans de se dégager des tâches de ressources humaines y relatives. **En outre, cela permet à circuitcourt d'œuvrer à la construction d'un véritable statut de coursier pour le transport d'aliments.**

De la perspective du coursier, le statut d'employeur de **circuitcourt** précise clairement la relation contractuelle et les responsabilités qui en découlent. Notamment, il prévient tout risque d'«uberisation» du système. C'est donc à l'association de gérer les différentes questions relatives aux ressources humaines et d'en intégrer le budget dans son plan financier.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Inscription, données

Les coursiers s'inscrivent sur la plateforme www.circuitcourt.ch et apparaissent dans la base de données qui leur est destinée. Les informations suivantes leurs sont demandées:

> **Nom**, **Prénom**, Adresse, **Téléphone**, **Mail**, Numéro AVS, Date de naissance, Nationalité, Permis de travail, État civil, Enfants, **Véhicule privé à disposition** (type de vélo).
>
> *Note: Les informations en gras sont disponibles pour permettre aux artisans de prendre contact (voir ci-dessous).*

Statut, contrat

En mettant à disposition des coursiers pour le compte des artisans, circuitcourt est soumise aux réglementations sur la location de services [65, 66].

> *Note: Si cette affirmation doit encore être validée avec les autorités cantonales compétentes (il est possible dans certains cas de ne pas avoir à demander l'autorisation – but non lucratif, seuil de CHF 100K, régularité de la location de services), nous prévoyons dans tous les cas un schéma d'engagement qui correspond au cas du travail temporaire.*

Dans ce schéma, **circuitcourt** est le bailleur de services, le coursier est le travailleur et l'artisan est l'entreprise locataire de services. Cette relation tripartite suppose l'établissement de deux contrats. Un contrat de travail entre le bailleur et le travailleur, et un contrat de location de services entre le bailleur et l'entreprise locataire [67].

Le coursier est engagé par **circuitcourt** sous la forme d'un contrat à durée indéterminée qui fixe le cadre de la relation pour toutes les missions qu'il effectuera. Puis, à chaque mission, un contrat de mission complétera les informations du contrat cadre avec les données relatives aux particularités de l'engagement en question (e.g. dates, horaires).

Ce statut a l'avantage de permettre une meilleure couverture sociale pour les coursiers, qui, en cumulant des heures chez le même employeur, dépasseront plus facilement les seuils d'assurance-accident non professionnel (8 heures hebdomadaires) et de prévoyance professionnelle (LPP) par exemple.

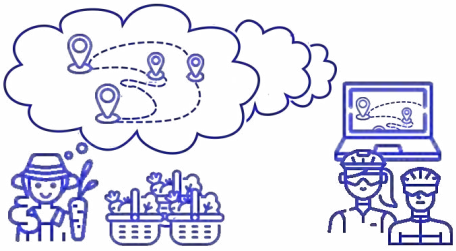
Missions, postes

Dès que son inscription est validée, le coursier a accès à la base de données des missions en cours au sein de **circuitcourt**. Ces missions sont mises en ligne par les artisans qui en précisent la nature, la durée et les caractéristiques.

Le coursier peut ainsi prendre contact avec les artisans et s'enregistrer pour réaliser la mission. Une fois réalisée, les heures sont enregistrées sur le profil du coursier et seront traitées mensuellement pour le paiement des salaires et annuellement pour les déclarations aux différentes assurances sociales.

Relation avec l'artisan

Les artisans et les coursiers sont autonomes pour confirmer la bonne réalisation de la mission ainsi que la durée exacte de cette dernière. En cas de conflit, les deux parties sont invitées à régler leur différent directement. S'il persiste, **circuitcourt** se réserve le droit d'intervenir. Sa marge de manœuvre va jusqu'à l'interdiction, pour l'artisan, de mettre en ligne de nouvelles missions et, pour le coursier, de résilier son contrat de travail (i.e. exclusion de la plateforme).



65 https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1991/408_408_408/fr
66 https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1991/392_392_392/fr
67 Voir annexe Modèles de contrat (location de services)

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Le consommateur

Le consommateur est défini, dans cette plaquette, comme le client de l'artisan. C'est celui qui souscrit à l'offre alimentaire des artisans et consomme, *in fine*, les biens promus dans le système **circuitcourt**. Par ailleurs, son statut de membre lui permet de siéger aux assemblées générales de l'association [68] et, ainsi, de co-gouverner le projet.

Bien que n'étant pas un client direct, le consommateur interagit de manière étroite avec la plateforme. Son expérience, qui se décline en trois phases, est donc tout aussi importante que celle de l'artisan, lui-même.

Souscription

Comme **circuitcourt** ne fait pas directement la promotion des abonnements, le consommateur potentiel visualisera les contrats auxquels il peut souscrire directement sur la communication des artisans. C'est bien à ces derniers de mettre en place et entretenir la vitrine commerciale de leur offre.

S'il n'est pas encore membre de circuitcourt, le consommateur démarre donc son processus de souscription à partir d'un lien (URL) qui lui est transmis par l'artisan.

Ce schéma est différent lorsque le consommateur est déjà membre (i.e. lorsqu'il possède déjà un contrat avec un artisan de la plateforme). Dans ce cas, il peut très bien souscrire à un nouveau contrat via son compte en ligne directement.

Dans tous les cas, le consommateur souscrit à l'abonnement de l'artisan dans l'environnement **circuitcourt**.

Email, login

À la conclusion du premier contrat, le consommateur est amené à définir son compte client. Il s'y connecte en indiquant une adresse mail et un mot de passe. Le mail étant l'identifiant unique choisi pour tout l'environnement **circuitcourt**, il ne peut y avoir qu'un seul compte client pour un mail.

Dans ce sens, tous les contrats (même lorsqu'ils proviennent d'artisans différents), auxquels le consommateur souscrit, sont reliés au même compte client. Ceci dans le but d'en faciliter la gestion.

Informations

Les informations nécessaires à l'inscription du consommateur sont les suivantes:

> Mail, Nom, Prénom, Adresse de facturation, Téléphone, Moyen de paiement.

Ces dernières sont utilisées pour la gestion de la facturation. Ce sont donc des champs de facturation. Ils se distinguent des champs de livraison qui peuvent être similaires (si le client souscrit à un abonnement pour ses propres besoins) ou différents (si le client souscrit à un abonnement pour une connaissance qui sera le consommateur final du bien).

Par conséquent, le compte client peut avoir:

- **Une seule ou plusieurs adresses de livraison;**
- **Un seul moyen de paiement en cours;**
- **Un seul mail (identifiant).**

68 Voir chapitre Circuitcourt, le fonctionnement // Structure juridique

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Les champs de livraison, qui forment une adresse de livraison, contiennent en sus des «notes de livraison» (pour permettre l'accès au lieu de dépose des biens: digicode, etc.) et le champ «itinéraire» (qui affecte l'adresse de livraison à un quartier donné pour préparer la distribution).

Les contrats étant reliés à l'adresse de livraison, une adresse de livraison peut avoir un ou plusieurs contrats (d'un ou plusieurs artisans).

Le contrat regroupe les informations suivantes:

- Nom de l'abonnement (et de l'artisan),
- Quantité de l'abonnement,
- Statut (actif, en pause, résilié),
- Prix (yc TVA),
- Expédition (type d'expédition),
- Solde de crédits (crédits achetés moins crédits utilisés),
- Date de paiement (vide si en cours de résiliation),
- Date de début,
- Date de fin (vide si pas en cours de résiliation).

À la lecture de ces informations, on réalise, d'une part, qu'un contrat peut contenir plusieurs fois le même abonnement (1x, 2x, Nx...) mais pas plusieurs abonnements différents. Ceci s'explique par le fait qu'il n'est pas possible de faire converger des fréquences de paiement, des modes d'expédition, ou des statuts de contrat potentiellement différents dans une seule et même donnée.

Concernant les abonnements, les informations qu'ils contiennent ont été détaillées dans le chapitre «L'artisan – Création de l'offre alimentaire». Nous nous permettons toutefois de les synthétiser ici:

- Nom,
- Catégorie (visible/invisible à la vente),
- Prix (yc TVA),
- Description (texte),
- Valeur crédits à l'achat,
- Valeur crédit à la livraison,
- Articles liés (e.g. au premier achat),
- Calendrier (fréquence, début et fin des livraisons).

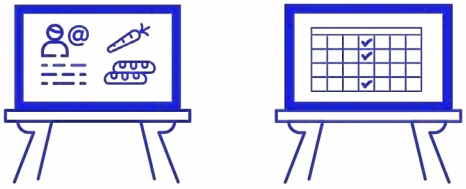
Chaque abonnement possède ainsi un calendrier qui exprime la fréquence à laquelle les livraisons sont prévues.

Un calendrier se compose des informations suivantes:

Date de début, Date de fin, Fréquence des livraisons (hebdomadaires, mensuelles, trimestrielles, semestrielles ou annuelles), Date de fermeture (e.g. vacances lors desquelles les produits ne sont plus livrés).

Une fréquence de livraison décrit toutes les livraisons prévues pour l'abonnement en question. Elle présente donc une série de dates, qui sont liées à chaque fois à un ou plusieurs produits qui peuvent être identiques à chaque fois ou évoluer en fonction de recettes différentes.

Ces produits sont à leur tour composés d'une série de champs qui permet, notamment, l'évaluation de leur prix de revient (ingrédients) et la préparation de leur distribution (poids, dimensions, etc.)



Paiements

Le premier paiement du consommateur permet à **circuitcourt** d'enregistrer un moyen de paiement [69] qui pourra être utilisé lors des prochaines échéances de paiement. **En outre, la cotisation à l'association «circuitcourt.ch» [70] est prélevée en sus du prix du contrat choisi.** Elle est suggérée lors de la première transaction dans l'environnement **circuitcourt** et, potentiellement, lors des suivantes si le consommateur n'a pas adhéré la première fois.

Le consommateur peut éditer son moyen de paiement à n'importe quel moment dans son compte client.

69 Voir chapitre Circuitcourt, le fonctionnement // Les artisans
70 Voir chapitre Circuitcourt, le fonctionnement // Structure juridique

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Gestion du compte client

L'accès au compte client s'effectue depuis le site de l'artisan ou depuis www.circuitcourt.ch.

Sur la page d'accueil, le consommateur peut rapidement identifier les contrats en cours, leurs statuts, les soldes de crédits, le prochain jour de livraison et un bouton pour modifier le statut (en pause, actif) ou résilier le contrat.

Depuis cette page, il lui est aisé de procéder à la suspension ou la reprise des livraisons pour chaque contrat (bouton à disposition). Ce processus doit être facilité au maximum.

Puis, il bénéfice du menu suivant:

- **«Contrats en cours»**, où il accède à tous les détails concernant chaque contrat en cours avec des artisans (notamment les dates de renouvellement ainsi que les calendriers, les délais et les historiques des livraisons);
- **«Contrats résiliés»**, depuis lequel il peut reprendre aisément un contrat préalablement résilié;
- **«Coordonnées»**, où il peut mettre à jour toutes les données relatives à son compte (notamment les adresses et le moyen de paiement), ainsi que consulter les champs itinéraire pour chaque adresse de livraisons;
- **«Formulaire de commande»**, qui lui présente toutes les autres offres disponibles sur www.circuitcourt.ch (affichage aléatoire des abonnements proposés par les artisans).

  Note: Les logs de modification du compte client (dix dernières modifications) sont conservés dans la console d'administration du site. Ceci permet à l'artisan de retracer les modifications réalisées et de s'assurer que le suivi a bien été effectué en production/distribution.

Résiliation

Le processus de résiliation est enclenché avec le bouton prévu à cet effet dans le compte client. Il n'existe pas de délai de résiliation. Dès son activation, le consommateur perd le droit à la suspension et reprise des livraisons. La date du prochain renouvellement est aussi effacée. Le consommateur recevra alors, à la fréquence prévue par l'abonnement, tous les produits restants selon son solde de crédit en cours. À l'issue de ce décompte, les livraisons prennent fin et le statut de l'abonnement passe en «résilié».

Remarques

Si certains points ont déjà été évoqués plus haut, nous souhaitons préciser, ci-dessous, les bénéfices que nous espérons offrir au consommateur.

Tout d'abord, la manière dont l'offre alimentaire est présentée change drastiquement de l'existant. Il ne s'agit pas simplement de consulter une étiquette, mais bien de pouvoir se saisir de l'offre dans son ensemble. Qui, quoi, comment?

Si l'accès à l'artisan (et donc la possibilité de le contacter directement) est déjà prévu dans le modèle ACP de base, **le fait de pouvoir accéder aux recettes des produits consommés, aux méthodes culturales ou à la provenance précise des ingrédients, accroît drastiquement la transparence de la filière.**

Deuxièmement et contrairement à la plupart des modèles ACP, le consommateur n'est plus obligé de consommer à une fréquence fixée par l'artisan. **En jouant des suspensions et des reprises, il se réapproprie le droit à la mesure de sa consommation. Cette flexibilité devrait lui permettre de réduire son gaspillage alimentaire.**

La livraison à domicile (si elle est entreprise par les artisans) lui permet d'éviter tout déplacement supplémentaire.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Nous nous attendons donc à une diminution de la consom mation d'énergie liée à ces transports, ainsi qu'à un gain de temps manifeste pour les familles.

Ce modèle devrait également permettre une réduction d'emballage. En effet, à partir du moment où le produit n'est pas manutentionné plus que lors de son unique livraison, certains contenants ne sont plus nécessaires. Les poubelles des consommateurs devraient donc grossir moins vite.

Si tous ces points font partie d'un argumentaire prévisible et habituel de la part d'un projet qui soutient une économie de proximité, il est une dernière remarque plus inhabituelle, que nous pensons tout aussi importante.

Plongés dans un contexte de crises multiples (environnementale, économique, sociale), le consommateur est au prise, aujourd'hui, à un grand nombre de sollicitations.

La situation environnementale le pousse à considérer, dans le choix de son alimentation, des critères qu'il n'envisageait pas récemment (localité, saisonnalité, respect des sols, des mers, des animaux, empreinte CO2).

Le retour à l'inflation, avec l'augmentation des coûts de transports et d'énergie qui impacte toute la chaîne de valeur, provoque une montée des prix de l'alimentation. Couplée avec les augmentations de la santé et du loyer, elles causent une réduction substantielle du pouvoir d'achat des consommateurs. Or, même si le budget destiné à l'alimentation reste une part très faible du coût de la vie d'un ménage (environ 7% pour les ménages en moyenne nationale), le fait que nous ayons à faire des achats alimentaires au quotidien (contrairement aux autres dépenses), nous rend particulièrement sensible à la question du prix dans notre alimentation.

Notre régime alimentaire est également mis en avant sur de nombreuses questions relatives à notre santé. Entre les aliments trop salés, trop sucrés, trop gras, trop transformés, les allergènes, les perturbateurs endocriniens, les additifs, etc., le choix d'une alimentation saine s'impose sous toute perspective.

Aussi, le choix des filières et leur impact social est de plus en plus pris en compte.

Pour résumer l'idée générale, nous pensons que le processus d'achat alimentaire soumet le consommateur à un stress de plus en plus considérable.

Or, si le schéma de l'abonnement réduit considérablement la fréquence à laquelle le consommateur est amené à faire un choix de nourriture, le renouvellement tacite et automatique inverse complètement la manière dont il est amené à s'exprimer.

Il n'est, en effet, plus question d'initier un achat, mais simplement d'exprimer lorsqu'il souhaite renoncer à sa consommation devenue habituelle.

Si cette approche possède une caractéristique mercantile incontestable (et dont les artisans peuvent bénéficier), nous pensons que la facilité avec laquelle le consommateur peut suspendre ou résilier un contrat, préserve largement sa liberté.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Communication / Promotion

On l'a déjà souligné, **circuitcourt** cherche, avant tout, à soutenir les artisans qui proposent une alimentation de base aux consommateurs de la région. En outre, comme le projet cherche à minimiser ses coûts fixes, il n'est pas prévu de budget pour les activités promotionnelles de **circuitcourt**. L'effort de communication se concentre donc sur un petit nombre d'actions.

Le matériel de communication se résume aux éléments qui suivent:

- **L'identité visuelle** (logo, typo, etc.), qui définit l'univers graphique du projet;
- **Le site internet**
  - dont la page d'accueil décrit les fonctionnalités principales de l'application et explique l'intérêt des artisans à proposer une offre alimentaire via circuitcourt;
  - dont la page «Les artisans» présentera brièvement les artisans qui sont membres;
- **La présente plaquette**, qui regroupe toutes les informations nécessaires à la compréhension du projet en détail;
- **Une présentation**, qui décrit **circuitcourt** sur plusieurs diapositives;
- **Un communiqué de presse**, qui synthétise les informations importantes du projet pour une compréhension globale et rapide de la plateforme.

Tout ce matériel est diffusé par mail et sur les réseaux par les porteurs du projet. Il est disponible sur la page «À propos» du site www.circuitcourt.ch.

L'objectif principal de nos activités de communication sera de se faire connaître auprès des producteurs et transformateurs locaux. Dès lors, nous prévoyons d'approcher les organismes (liste non-exhaustive, ci-contre) qui fédèrent déjà les artisans à travers diverses initiatives.

Il leur sera, notamment, demandé de faire figurer **circuitcourt** dans leur communication interne et/ou externe grâce au matériel de communication, ci-dessus.

Un autre puissant vecteur d'information est le bouche à oreille. Il est donc attendu des artisans, coursiers et consommateurs qu'ils transmettent les informations nécessaires à la séduction de nouveaux partenaires.

- Mouvement pour l'agriculture paysanne et citoyenne (MAPC)
- Fédération romande de l'agriculture contractuelle de proximité (FRACP)
- Office cantonal de l'agriculture et de la nature (OCAN)
- Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE)
- Agridea
- AgriGenève
- Ville de Genève (Service Agenda 21 – Ville durable: «Nourrir la ville»)
- Maison de l'alimentation du territoire de Genève (ma-terre)
- Fédération romande des consommateurs (FRC)
- Service industriel genevois (SIG)
- Union des paysannes et femmes rurales genevoises (UPFG)
- L'Affaire TourneRêve
- La Fêve
- Fédération des entreprises romandes (FER)
- Association des communes genevoises (ACG)
- Agri Hebdo
- Agence d'information agricole romande (AGIR)
- Association des maraîchers du Genevois (ADMG)
- Association des pêcheurs professionnels romands (ASRPP)
- Bio Genève
- Syndicat d'élevage du menu bétail de Genève
- Laiteries réunies Genève (LRG)
- Union maraîchère de Genève (UMG)
- Union fruitière lémanique (UFL)
- Uniterre

Par ailleurs, chaque mail automatique véhiculé par la plateforme (e.g. confirmations de commande ou de renouvellement) comportera une note de bas de page qui mentionnera le site web du projet.

Enfin, dans un deuxième temps (i.e. lorsque les offres alimentaires seront jugées suffisamment nombreuses), **circuitcourt** contactera la presse et les médias locaux pour tenter d'obtenir une couverture locale et diffuser ainsi son message au-delà des réseaux d'initiés.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Et ailleurs ?

Les limites géographiques du projet sont implicitement liées au travail de communication. Difficile, en effet, d'imaginer un boulanger marseillais ou un maraicher soleurois entendre parler de **circuitcourt** et plus encore l'utiliser. Pourtant rien n'empêche ces exemples de bénéficier des services de la plateforme. Les fonctionnalités de **circuitcourt** peuvent, en effet, servir le dessein des artisans situés hors de notre région, tant que le système de paiement couvre la zone géographique en question. Seule la location de services (i.e. mise à disposition du personnel de distribution) n'est finalement pas exploitable au-delà de notre proximité géographique.

Néanmoins, dans le cas où un cluster de nouveaux acteurs tendait à se créer hors de la région, la création d'une nouvelle entité juridique, gouvernée par ces derniers et dédiée à leur localité, aurait notre préférence.

Autrement dit, **l'hypothétique croissance de circuitcourt provoquera la constitution de nouvelles associations régionales** (en Suisse ou à l'étranger)**, qui pourront bénéficier de la même plateforme et la faire évoluer ensemble** *(open source)***.** [71]

Structure juridique

L'association «circuitcourt.ch»

Si circuitcourt est globalement définie comme une application web, le projet est gouverné par l'association du même nom: «circuitcourt.ch» [72].

C'est au sein de cette dernière, que les décisions concernant le développement, l'entretien et la sécurité de la plateforme sont prises. En sus des aspects techniques et fonctionnels, l'association souhaite créer, indirectement, un espace d'échange dépolitisé et affranchi de tout lobbyisme sur les questions de souveraineté alimentaire entre artisans, coursiers et consommateurs. Cet autre aspect du projet, qui ne sera pas plus élaboré ici, dépendra de la vitalité de l'association et de la participation de ses membres.

La structure associative convient à la poursuite de buts sociaux, idéaux et non lucratifs, et appartient équitablement à tous ses membres.

Ces derniers sont constitués de toutes les personnes morales ou physiques qui recourent aux services de l'application www.circuitcourt.ch**.**

Concrètement, il y a quatre catégories de membres:

- **Les membres du comité**;
- **Les artisans/transformateurs/producteurs** qui utilisent l'application pour mettre en vente des produits/services;
- **Les coursiers/livreurs** qui participent à la distribution des produits/services des premiers nommés;
- **Les consommateurs finaux** des produits/services des premiers nommés.

La qualité de membre ne donne pas automatiquement naissance à un droit de vote.

En particulier, les membres qui recourent aux services de l'application pour des produits/services non alimentaires ne possèdent pas de droit de vote. Pour autant, ils peuvent assister à l'assemblée générale et conservent les autres droits afférents à leur statut de membre. Ce choix s'explique par la volonté de prioriser les besoins des acteurs alimentaires, malgré la possible utilisation de la plateforme par des entreprises d'autres secteurs.

71 Voir chapitre Informations économiques et financières // Philosophie
72 Voir annexe Statuts

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Gouvernance

La gouvernance du projet s'exerce à trois différents niveaux:

- **L'assemblée générale**;
- **Le comité**;
- **La gestion courante de la plateforme.**

L'assemblée générale

Comme toute association, l'assemblée générale en est l'organe suprême. Elle est donc amenée à se prononcer notamment sur les statuts, l'éventuelle dissolution et l'affectation du produit de liquidation y afférent. En outre, elle élit et décharge les membres du comité. C'est également elle qui valide leurs propositions.

Enfin, l'assemblée générale fixe les cotisations annuelles. Ces dernières sont initialement prévues de la manière suivante:

- CHF 10.- /an pour les consommateurs finaux;
- CHF 50.- /an pour les coursiers/livreurs;
- CHF 0.- /an pour les artisans/transformateurs/producteurs (soumis au paiement de la commission pour l'utilisation de l'application www.circuitcourt.ch);
- CHF 0.- /an pour les membres du comité (travail effectué sur la base du volontariat).

Son pouvoir de décision est divisé, de manière égale, entre les quatre catégories de membres. Chaque catégorie possède, en effet, 25% des droits de vote. Chaque membre reçoit, quant à lui, le nombre de voix correspondant à 25% des droits de vote divisé par le nombre de membre de sa catégorie.

Un exemple de ce calcul est proposé en annexe [73].

Ce choix est justifié par la volonté de représenter équitablement toutes les parties prenantes du projet (porteur du projet, artisans, coursiers et consommateurs).

Le comité

Le comité est chargé de la gestion des affaires courantes et représente l'association à l'extérieur.

En particulier, le comité propose à l'assemblée générale:

- La politique de financement de l'association (cotisations annuelles, commission de la plateforme, autres financements);
- La politique de réinvestissement des éventuels excédents de l'association;
- La politique de ressources humaines (contrat-cadre des coursiers, salaires);
- Le rapport d'activité de l'association (budget, états financiers, statistiques).

En principe, le comité exerce son activité bénévolement. Pour atteindre les buts de l'association, il peut engager ou mandater des personnes pour les activités liées:

- Au travail de ressources humaines et de comptabilité (*pay-roll*, secrétariat);

- Au travail de développement, mise à jour et sécurité de l'application (voir ci-dessous).

La gestion courante de la plateforme www.circuitcourt.ch

Dans sa phase initiale, la plateforme est créée par les porteurs du projet [74], qui sont par ailleurs les membres fondateurs de l'association. Cette collaboration tente de croiser l'expérience métier de Levain.ch et les connaissances des communs digitaux d'Octree Sàrl.

73 Voir annexe Calcul du droit de vote

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Durant cette période, la gouvernance sera sous la responsabilité des porteurs du projet. Concrètement, il s'agit de construire l'architecture, les processus, les fonctionnalités et le design de l'application. Ce développement se fera de manière incrémentale suivant les besoins rencontrés, et fait l'objet d'un contrat entre l'association (commanditaire) et l'équipe d'Octree Sàrl (prestataire) [75].

La mise en ligne publique de www.circuitcourt.ch **est prévue pour la fin du mois de janvier 2026.**

À partir de cette date, les artisans pourront s'inscrire et profiter des services de l'application. Dès lors, nous entrerons dans la phase d'exploitation du projet et une gestion courante de la plateforme sera mise en place.

Celle-ci fera l'objet d'un contrat annuel de maintenance, qui comprend les tâches suivantes:

- Mise à jour de la plateforme (en fonction de l'évolution de la technologie);
- Sécurité de la plateforme (sauvegarde et protection);
- Gestion de l'hébergement (en collaboration avec l'hébergeur);
- Hotline et support aux utilisateurs de la plateforme (procédures à définir).

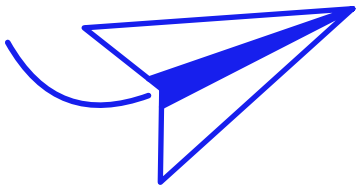
Le comité est responsable de l'attribution du mandat annuel de gestion courante de la plateforme.

En outre et en fonction des excédents dégagés par la plateforme, un mandat complémentaire pourra être établi afin de proposer des développements additionnels (nouvelles fonctionnalités, design, etc.). Ce mandat se basera sur les demandes les plus fréquentes des membres de l'association (artisans, coursiers, consommateurs).

Un tel mandat sera proposé par le comité et décidé en assemblée générale.

En sus de ces éléments, il est utile de préciser que le code sur lequel se base www.circuitcourt.ch sera publié sous licence libre et ouvert à contribution (*open source*, GNU General Public License version 3). Ceci sous-entend que ni l'association et ses membres, ni les porteurs de projet ne seront propriétaire du code.

Par ailleurs, il n'est pas impensable de voir d'autres initiatives librement s'inspirer de ce dernier pour faire naître des projets similaires à l'étranger ou de recevoir des contributions spécifiques au développement du projet initial. [76]



74 Voir chapitre Les porteurs du projet
75 Voir annexe Devis développement www.circuitcourt.ch
76 Voir chapitre Autres opportunités

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

les porteurs du projet

circuit court

Jérome Saugy

Spécialiste de l'entrepreneuriat, Jérôme a œuvré une dizaine d'années auprès de différents porteurs de projet nécessitant une expertise dans les domaines d'économie d'entreprise (anciennement www.facilitateur.ch). Se mettant à son compte lors de sa formation à l'*Entrepreneurship institute* de la HEG de Fribourg (MscBA), Jérôme Saugy a effectué des missions d'audit, de fiduciaire, de RH, de mise en place d'ERP et de contrôle de gestion pour un large panel d'entrepreneurs de la région (e.g. Fondation Cœur de La Tour, CERIC Sàrl, Les Délices de Cartier SA, Eric Petiot Sàrl, Manu The Cook Sàrl, etc.)

Ses expériences professionnelles précédentes l'ont également amené à construire un réseau large de partenaires et à développer une connaissance pointue du tissu économique local (e.g. Opus One et Paléo Festival, Ernst & Young, APRES-GE, Administration fiscale cantonale). En sus de son activité principale, Jérôme a été membre des comités des associations OneAction [77], Cause [78] et Geducation par la nature [79].

En 2017, Jérôme est mandaté par la chocolaterie Cartier, à Versoix, pour mettre en place une série d'outils de gestion financière. En marge de son implication première, il arrive à intégrer le laboratoire de production pour y effectuer un stage (une semaine sur quatre en tant que commis pendant six mois). En grand amateur de boulangerie Jérôme a continuellement observé l'évolution du secteur tout en s'exerçant régulièrement sur des recettes de brioche, de pain sur *poolish* ou au levain naturel, mais c'est bien au cours de cette nouvelle expérience qu'il prend la décision de démarrer une reconversion professionnelle.

Jérôme se tourne alors vers l'École internationale de boulangerie, et effectue son CAP d'artisan boulanger bio [80] en début d'année 2018.

Les Jardins de Charrotons

Bien avant cette reconversion, Jérôme entre dans les circuits ACP en 2009 en devenant membre des Jardins de Charrotons (coopérative maraîchère qui a fermé ses portes en 2017 [81]).

> *À l'époque, la coopérative avait une liste d'attente de plus d'une année. J'ai pu y entrer grâce à un collègue du Paléo festival. Il recevait un panier de légumes par semaine, mais ça faisait trop pour son couple. Il m'a donc proposé de prendre la panier une semaine sur deux. Après une année, ils se sont arrêtés et j'ai récupéré l'entier du panier que j'ai reçu pendant les six dernières années.*
>
> *Ces années ont été une réelle émancipation alimentaire.*
>
> *La réception du panier a parfois été stressante. Il ne fallait pas gaspiller. Toujours faire en sorte de vider le frigo avant le prochain arrivage. Mais j'ai adopté, presque sans m'en rendre compte, de meilleures habitudes alimentaires. Je consommais beaucoup plus de légumes, moins de viande, moins d'aliments transformés. Aujourd'hui, tout ceci est naturel. Ça ne me perturbe plus de peler un céleri ou de veiller à la bonne cuisson d'un navet. Au contraire, c'est devenu un plaisir... voire un hobby.*
>
> *Dès 2012, j'ai ajouté aux légumes, la réception d'un pain de 500g Bio et au levain. Ça complétait super bien le panier. C'était le pain de Cora et Richard.*

Cette expérience positive va le marquer et sera la principale source d'inspiration pour construire son nouveau projet: Levain.ch.

77 www.oneaction.ch
78 www.cause.ch
79 www.geducation.ch
80 https://ecoleinternationaledeboulangerie.fr/
81 https://cocagne.ch/c58/application/files/8314/9149/1494/communique_presse_versionfinale.pdf

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Levain

Son CAP en poche, Jérôme imagine les contours de la boulangerie qu'il souhaite mettre en place et réalise que le secteur s'est grandement industrialisé et concentré au cours des dernières décennies. En Suisse, ce n'est pas moins des deux tiers des artisans qui ont disparu entre 1980 et 2010. En outre, les modèles d'affaires opérés ont beaucoup évolués, passant de la simple boulangerie au tea-room et désormais au prêt-à-manger (*snacking*). Pour faire face à la concurrence, les artisans-boulangers doivent investir dans des moyens de production toujours plus importants. Ceux-ci se trouvent piégés dans une spirale négative, caractérisée par des prix de vente bas (grandes surfaces, stations-service), des coûts fixes importants (loyer, RH et amortissements) et une qualité en baisse (accroissement des volumes).

Or, l'industrialisation de la filière boulangère tend à une standardisation des matières premières, des méthodes de production et des canaux de distribution. Cette observation est à la racine du projet Levain, qui souhaite échapper à cette tendance en construisant une offre boulangère alternative.

La philosophie du projet se construit alors sur un cadre strict d'approvisionnement (farines bio, écrasées sur meule de pierre, en direct avec des agriculteurs situés dans un rayon de 100km autour du fournil) et de production (travail sur levain naturel et pétrissage main uniquement), tout en proposant un retour à la diversité des qualités organoleptiques du pain (multiplication des recettes et des collaborations agricoles, réintégration de variétés oubliées par la sélection industrielle, sensibilisation aux cultures étrangères de panification).

Ce pain «de caractère» à la forte identité doit se dégager du marché et de la forte intensité concurrentielle en répondant aux besoins d'une clientèle exigeante et engagée dans sa consommation alimentaire.

Pour se donner les moyens de produire à un coût raisonnable, Jérôme réduit au maximum ses charges fixes (pas d'espace de vente, de RH ou de m2 superflu), ses investissements (aucune machine utilisée, pas d'achat de fonds de commerce) et instaure un modèle de vente basé sur l'agriculture contractuelle de proximité inspiré de son expérience aux Jardins de Charrotons.

Ce modèle lui permet de n'avoir aucun invendu, aucun emballage, de bénéficier d'une relation de proximité avec les consommateurs, et de réduire au maximum les activités de gestion de sa boulangerie. Mais Jérôme va plus loin en s'attaquant aux contraintes qu'il avait lui-même vécues en tant que consommateur ACP.

Il souhaite proposer un modèle qui permet à ses clients de suspendre les livraisons quand bon leur semble et pour la durée de leur choix. En sus, il croit que son pain, aussi bon soit-il, ne justifiera jamais les détours que provoquent les points de distribution. Tant que faire se peut, il préfère livrer directement les consommateurs chez eux.

Cette flexibilité fera partie intégrante du système Levain, depuis ses débuts en 2018.

Si la gestion des suspensions ne pose pas de problème particulier, les livraisons sont difficilement réalisées du fait d'un manque de densité et du temps nécessaire pour relier des points parfois très éloignés les uns des autres. Jérôme se fait alors les dents sur les difficultés logistiques que posent un tel modèle. En affinant la gestion des coûts de livraison, il construit un indicateur qu'il lui permet de définir si la facturation de la livraison à CHF 2.– est réaliste. Concrètement, ce tarif est justifié s'il arrive à livrer 16 pains à l'heure en moyenne.

Début 2020, Levain approche des 600 abonnés et Jérôme voit que la limite de production de son fournil est proche. En terme de livraison, il estime alors qu'il lui sera difficile de faire mieux que les 13 pains à l'heure, qu'il atteint avec l'aide d'une coopérative de coursiers. Il procède alors à une augmentation des tarifs de son service pour arrêter le montant à CHF 2.50 (les CHF 8.33 pour le pain de 750g restent quant à eux identiques). Les tarifs de Levain, pour le pain ou la livraison, n'ont plus été modifiés depuis cette date et la boulangerie a continué à livrer entre 540 et 620 pains par semaine ces trois dernières années.

Cette distribution à domicile, à vélo et dans tout le canton de Genève, est un enjeu qui a orienté de nombreux choix organisationnels mais qui n'a jamais été remis en cause. Pour Jérôme, il a toujours semblé évident qu'elle favorisait la diffusion des pains et donc des valeurs de Levain. Par ailleurs, il est

évident qu'elle enlève une épine du pied des consommateurs, qui se déplacent de plus en plus difficilement dans le canton.

En 2024, Levain devrait générer un chiffre d'affaires d'environ CHF 500K pour un excédent brut de CHF 40K. La totalité de cet excédent est réinvesti dans le fournil, et demain dans **circuitcourt**. Les boulangers touchent cette année entre CHF 6 000.– et 4 750.– mensuel brut en fonction de leur niveau de formation et d'expérience. Jérôme y compris. Tout le monde a 10 semaines de vacances par an. Les coursiers et mécaniciens touchent CHF 26,13.– de l'heure. La boulangerie a été financée par un apport personnel de CHF 85K et par deux prêts de personnes tierces (CHF 25K x 2), qui ont été rémunérés à 3% et qui sont désormais amortis. Le prix Iddea [82] a versé CHF 10K après que Jérôme ait obtenu la deuxième place en 2018. Aucun autre financement en nature ou en *cash* n'a été touché.

circuitcourt

Les spécificités du modèle et la stabilité économique de Levain ont attisé la curiosité. Parmi les 20 à 25 stagiaires et les 12 étudiants que la boulangerie reçoit dans l'année, nombreux sont ceux qui viennent pour voir comment on propose du pain sur abonnement, livré à domicile. L'organisation du fournil et ses outils de gestion attirent finalement tout autant que les procédés de panification au levain naturel.

Jérôme s'est progressivement rendu compte de ce constat et n'a cessé de croire, depuis, que le modèle mis en place dans sa boulangerie pouvait convenir au développement de nombreux autres projets alimentaires.

Une première tentative de «duplication» intervint lors de l'établissement de la boulangerie Bell N Bread [83] à Bienne. Si le projet a bien vu le jour, l'intégration des outils de gestion ne se passa pas comme prévu. Cette expérience démontra qu'il ne suffit pas de copier coller un site web pour en récupérer les outils. Les honoraires onéreux des développeurs nécessaires à son adaptation témoignent de la difficulté et des contraintes techniques que cela suppose.

Le deuxième essai survint alors que Jérôme tenta de proposer une livraison mutuelle à la ferme du Lignon («Si on livre déjà jusqu'aux frontières du canton, on peut le faire également pour d'autres produits, non?»). Les rares courses communes enseignèrent néanmoins que le problème des livraisons ne réside pas tant dans les courses que dans le système et l'organisation qui précède. Bien sûr, on peut emprunter les mêmes routes, les mêmes vélos et engager les mêmes coursiers, mais si les produits ne sont pas prêts à la distribution en même temps et que les informations issues des commandes nécessitent d'être standardisées pour être traitées, c'est compliqué et donc également coûteux.

La dernière tentative de diffusion du modèle concerne la filière professionnelle de Levain (b2b.levain.ch). Après ses premiers échecs, Jérôme entreprit cette fois-ci de construire le site comme un thème librement installable sur le CMS Wordpress. Cette décision devait faciliter la réplication du système *b2b* en permettant à n'importe quel utilisateur Wordpress d'installer le modèle de site prévu pour les clients professionnels. Ce nouvel essai se solda encore une fois par un échec lorsqu'il apparut que toutes les versions de Wordpress n'étaient pas forcément compatibles avec le thème. L'intervention d'un professionnel était donc là encore nécessaire à la bonne installation du site.

circuitcourt est donc la quatrième tentative de diffusion du modèle Levain.

Les revers décrits ci-dessus sont les expériences qui ont poussé en faveur de l'établissement d'une plateforme. Plutôt que de répliquer un système à l'infini, Jérôme croit dorénavant en la construction d'un environnement au sein duquel les artisans peuvent aller et venir sans l'aide d'une tierce personne (*webmaster*). Cet environnement, qui normalise une relation consommateur – artisan sans intermédiaire, modélise un système alternatif et complémentaire aux autres offres alimentaires.

82 https://prix-iddea.ch/anciens-laureats/
83 https://bellnbread.ch/

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Xavier von Aarburg

Xavier est un entrepreneur social et spécialisé dans les systèmes d'information.

Fort d'une quinzaine d'années en création d'outils numériques, il co-fonde Octree [84] en 2016, un studio dédié à la création de communs numériques pour accompagner la transition écologique et sociale. Cette activité engagée lui permet de rassembler une équipe pluridisciplinaire concernée et de créer des solutions numériques dans les domaines de la mobilité (covoiturage pour événement [85]), de la démocratie participative [86], de la gestion des déchets ou encore de la gestion énergétique des bâtiments [87].

En commençant sa carrière dans le service IT de Louis Dreyfus Commodities (responsable d'application de reporting financier), Xavier est initié aux réalités du commerce international de matières premières. Sa quête de sens, d'action et de savoir-faire le réoriente néanmoins rapidement vers des activités professionnelles qui correspondent plus à ses valeurs. Il rejoint alors Mobilidée, un bureau de conseil en mobilité pour les entreprises où il œuvre à la création de Fairpark (aujourd'hui Fairmove [88]). Dans ce nouvel environnement, Xavier a l'occasion de développer de nouvelles compétences en s'occupant de la vente et des projets d'implémentation chez les clients (Nestlé, Nespresso, Novartis, CICR).

octree

Son esprit entrepreneurial le pousse à démarrer, en 2015, un projet personnel d'application dédié à la gestion de bénévoles pour événements, Thyme. Cette première expérience échoue mais le mène à fonder Octree Sàrl, en 2016, avec cinq autres associés. Agissant d'abord comme une société de service classique à dessin alimentaire, c'est au fil des années qu'Octree devient une entreprise riche de sens en rassemblant des personnes alignées voulant œuvrer concrètement à la transition écologique et sociale. Dans ce contexte, Xavier s'essaie à l'autogestion et à la gouvernance distribuée, deux éléments forts d'Octree et qu'il défend fermement aujourd'hui.

Pour lui, tout projet souhaitant garantir résilience et intelligence collective doit d'abord construire une gouvernance claire et un vrai fonctionnement démocratique. Cet aspect est primordial pour quiconque tente de rassembler autour de son initiative.

Xavier participe également à la structuration opérationnelle de l'entreprise par la mise en place de processus agiles, qui permettent une capacité de réalisation collaborative et fiable. Ayant une très bonne compréhension technique et une formation en business analyse, il est capable d'appréhender les problématiques des utilisateurs et d'en traduire les besoins. Ainsi, il tisse les liens avec l'équipe technique, qu'il coordonne. Aujourd'hui, Xavier a trouvé un moyen de contribuer activement à la transformation de notre société en se dédiant à la création de communs numériques libres et open source (un outil libre de droit, répondant aux besoins d'une communauté, et gouverné démocratiquement) et en appliquant des modèles d'affaires leur assurant indépendance et viabilité.

Sensible à la problématique de la souveraineté alimentaire depuis ses années à Louis Dreyfus, Xavier a développé certaines idées (sans avoir pu les mettre en pratique) pour résoudre cette problématique d'une production locale en difficulté, d'intermédiaires imposant les prix, et des consommateurs peu concernés.

84 https://octree.ch/
85 https://caroster.io/
86 https://voca.city/
87 https://www.evospe.ch/
88 https://mobilidee.ch/fairmove/
89 https://locali-ge.ch/

En marge de ses activités professionnelles, Xavier fut coopérateur aux Jardins de Cocagne pendant plusieurs années. Là-bas, il a rencontré les producteurs et en a appris plus sur la réalité du terrain. Mais surtout il a découvert la joie du panier alimentaire, avec le petit mot du jardin, ainsi que des légumes changeant au fil des saisons. Une véritable révélation et de nouvelles habitudes de cuisine, car il fallait faire avec ce qu'il y avait. Vécu comme un petit défit au démarrage, le panier a finalement amené une diversité naturelle bienvenue. À l'opposé, choisir ses légumes dans un étalage est aujourd'hui devenu une corvée.

Plus récemment, il est devenu «testeur» du service Locali [89]. **circuitcourt** est donc la continuité naturelle d'un sujet dans lequel Xavier souhaite s'investir aux côté d'experts de l'alimentation de proximité. Il s'y joint en apportant toute son expérience en création d'outils numériques et espère faire de circuitcourt un véritable commun numérique pouvant, à terme, servir ailleurs qu'à Genève.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

informations
economiques & financières

circuit
court

Informations économiques & financières

Comme expliqué à plusieurs reprises dans cette plaquette, le projet ne poursuit aucun but lucratif et ne se construit pas non plus sur l'idée d'une croissance, mais bien sur celle d'une diffusion et d'un essaimage.

Philosophie

Contrairement aux aspirations entrepreneuriales classiques (celles de l'ESS [90] y comprises), qui tendent, socialement, à justifier la croissance économique par la création d'emplois, nous n'oublions pas que cette dernière se caractérise toujours par une accumulation capitalistique, qui fait naître un pouvoir de décision accru.

Ce scénario n'est pas souhaité par circuitcourt dans la mesure où il risque de voir le projet s'établir comme n'importe quel autre intermédiaire qui modifie la chaîne de valeur d'une filière, en s'accaparant la marge que ses propres intérêts lui auront dicté de prendre.

S'il est évident que nous aimerions voir **circuitcourt** réussir à soutenir un grand nombre d'artisans, nous reconnaissons n'être ni compétents, ni responsables, de créer les emplois des secteurs que nous soutenons.

Cette limite est un fondement de la philosophie économique de **circuitcourt** et souhaitons l'ancrer avant même de savoir si la plateforme connaîtra le succès que nous lui souhaitons. **Nous ne pourrons pas soutenir l'autonomie des artisans et la résilience de leurs projets sans observer le risque de créer un lien de dépendance fort à l'égard d'une plateforme, qui, comme tous les autres organismes de soutien, ne sauront jamais capables que de créer des emplois de bureau.**

Cette philosophie impacte donc la structure de coûts de **circuitcourt**, qui est observée comme un facteur de réduction de la marge de la filière alimentaire. Ainsi, sans but lucratif, chaque décision qui diminue le budget de fonctionnement de la plateforme (i.e. frais fixes), permet, indirectement, la création d'une offre alimentaire à un prix plus raisonnable pour les consommateurs et/ou un revenu plus important pour les artisans.

En outre, le projet, tel qu'il est construit, soutient l'émergence de projets similaires qui pourront se saisir de la même mission et utiliser les mêmes outils (*open source*). Cette décentralisation de l'effort pourra prendre la forme «d'antennes régionales» (e.g. circuitcourt Lausanne, circuitcourt Marseille, etc.) qui pourront se saisir pleinement des problématiques locales tout en évitant la croissance économique individuelle exposée ci-dessus (essaimage) [91].

≠ but lucratif
≠ croissance
≠ budget

90 ESS = Économie sociale et solidaire
91 Voir chapitre Autres opportunités // Circuitcourt, un nouveau commun?

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Finances

Revenus

Le modèle de revenu de **circuitcourt** se compose d'une commission prélevée sur le chiffre d'affaires des artisans, d'une marge dégagée sur la mise à disposition des coursiers et des cotisations prélevées auprès de certains membres.

Commission de 1%

Selon le plan financier initial, il est décidé de prélever une commission de 1% (TTC) sur le chiffre d'affaires (TTC) réalisé par les artisans à travers la plateforme www.circuitcourt.ch.

Concrètement, un artisan qui aura dégagé un chiffre d'affaire de CHF 100K TTC sur l'année aura vu **circuitcourt** lui prélever CHF 1 000.– TTC de commission.

Ce modèle a notre préférence car:

- Il ne génère des frais à l'artisan que dans la mesure où il réalise des ventes. La commission **circuitcourt** ne représente donc qu'un frais variable à l'artisan et n'alourdit pas son budget de fonctionnement;
- La commission étant proportionnelle aux ventes, chaque artisan participera en fonction de la taille de son exploitation;
- Une commission est due même si l'exploitation de l'artisan n'est pas bénéficiaire. Cela souligne que l'artisan est seul responsable de la profitabilité de son exploitation;
- Une commission unique facilite son prélèvement et réduit ainsi le coût de gestion de sa perception par l'association;
- La commission valant également comme cotisation de membre, il n'est plus nécessaire de facturer un nouveau montant aux artisans pour les faire adhérer à l'association.

Le prélèvement de la commission est comptabilisé automatiquement lors de chaque transaction du consommateur à l'artisan.

Pour rappel, si l'abonnement contractualise la relation entre le consommateur et l'artisan, le contrat d'utilisation de la plateforme lie l'artisan à **circuitcourt**. Dans ce deuxième contrat, l'artisan sous-traite à **circuitcourt** la responsabilité de percevoir les montants et de lui redistribuer le montant net auquel il a droit.

On observe donc le schéma suivant:

1. Le consommateur choisit une méthode de paiement proposée par l'artisan et paie l'abonnement dans l'environnement circuitcourt;
2. En fonction de la méthode de paiement employée par le consommateur, **circuitcourt** comptabilise d'une part les frais de transaction (variables [92]), et d'autre part sa commission (1%). Juridiquement, les frais de transaction sont de la responsabilité de l'artisan et n'apparaissent donc pas dans les livres comptables de **circuitcourt**. Ils entrent dans un compte de passage dédié et sont réconciliés à la sortie;
3. Lorsque la transaction est réussie et que le montant net des frais de transaction est librement disponible, le solde est versé directement à l'artisan [93];

92 Voir annexe Liste des frais de transaction
93 Voir annexe Comptabilisation d'un paiement (exemple)

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Marge sur la mise à disposition de personnel

Le deuxième revenu prévu pour la plateforme résulte de son activité de location de personnel.

La mise à disposition des coursiers comprend d'une part, le versement par **circuitcourt** du salaire ainsi que le paiement des charges sociales afférentes (coût employeur) et, d'autre part, la facturation de ce service aux artisans.

La marge dégagée entre ces deux postes représente donc une source de revenu pour **circuitcourt** et se présente de la manière suivante:

- **Coût employeur horaire total: CHF 34.32 [94] (moy.)**
- **Marge appliquée par circuitcourt: 16,50%**
- **Taux horaire facturé par circuitcourt: CHF 40.– HT**

Cette approche permet à **circuitcourt**:

- de proposer un salaire horaire brut de base de CHF 25.– aux coursiers;
- de les couvrir contre les accidents et la maladie;
- de les affilier dès le premier franc à la prévoyance professionnelle.

Selon le plan financier initial, la marge horaire en valeur absolue s'élève donc à CHF 5.68 HT.

Cotisations des membres

Le dernier socle des revenus de **circuitcourt** sont les cotisations des consommateurs et des coursiers.

À l'écriture de cette plaquette, les cotisations ont été fixées de la manière suivante:

- CHF 10.– par an pour les consommateurs;
- CHF 50.– par an pour les coursiers.

Le paiement de la cotisation donne le droit à un statut de membre et de prendre part aux décisions de l'assemblée générale.

La cotisation est prélevée en sus du prix du contrat choisi. Elle est suggérée lors de la première transaction dans l'environnement **circuitcourt** et, potentiellement, lors des suivantes si le consommateur n'a pas adhéré la première fois.

Les cotisations des coursiers, quant à elles, sont prélevées lors du versement du premier salaire dans l'année civile en cours.

≠ de subvention, ≠ de mécène

Un des objectifs de ce modèle de revenus est de ne pas dépendre d'une aide extérieure pour répondre aux règles économiques de base. Contrairement à la majorité des associations à but non lucratif et d'intérêt collectif, **circuitcourt** renonce effectivement à l'idée de financer tout ou partie de son fonctionnement par des subventions ou des dons.

Nous croyons que les liens de dépendance qui naissent avec ces revenus mettent à mal l'autonomie et la résilience des projets qui en bénéficient. Leur gratuité est régulièrement feinte et nous préférons opter pour des recettes qui ne dépendent que des parties directement prenantes au projet.

En outre, nous ne souhaitons pas favoriser la récupération opportuniste d'un projet, qui traite indubitablement de sujets actuels et sensibles. Ainsi, nous espérons échapper à toute critique qui ne répondrait à aucun autre objectif qu'un agenda politique quelconque.

Cette approche est également celle qui favorise un niveau supérieur de transparence entre les différents acteurs en soustrayant le biais que les subventions peuvent amener dans l'analyse des états financiers (chacun sait combien coûte quoi, ce qu'il paie et le niveau de sa contribution au système).

94 Voir annexe Calcul du coût horaire employeur (location de services)

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Coûts

Au vu des particularités économiques précitées, **circuitcourt** limite ses charges au maximum. Plus que la diffusion de la plateforme auprès des artisans, c'est bien sa capacité à maîtriser ses coûts qui déterminera la stabilité financière du projet.

Frais Fixes

Les frais fixes se composent, d'une part des frais d'entretien de la plateforme web, et d'autre part des frais de gestion de l'association. Comme leur nom l'indique, ces dépenses fixes existent indépendamment du volume d'activités dégagé par **circuitcourt**.

Dans le premier cas, le plan financier prévoit la couverture des honoraires de l'équipe IT qui assure la sécurité, la mise à jour et l'entretien courant de la plateforme. Ces activités font partie intégrante du mandat de gestion de la plateforme que le comité crée annuellement.

S'il est prévu, dans un premier temps, de sous-traiter ce mandat, il n'est pas déraisonnable d'envisager, à terme, l'internalisation de ces activités sous la forme d'un commun numérique [95].

Le deuxième cas relève principalement des activités de ressources humaines exigées par la location de services (i.e. *pay-roll*, gestion des coursiers). En outre, le projet nécessite un secrétariat qui administre sa vie associative (i.e. AG, PV, comptes, etc.). Dans la mesure du possible, cette gestion est attribuée à une personne unique (secrétaire général).

Dans les deux cas, le coût est directement représenté par un travail, qui peut être évalué en fonction du temps nécessaire à son accomplissement (ETP [96]). Un budget équivalent de CHF 90 000.– ETP a été fixé pour les deux centres de coût.

Frais variables

Les frais variables, quant à eux, comprennent:

- **Les frais du prestataire de paiement**

Ceux-ci sont estimés à CHF 199.– par mois [97]. Il s'agit des frais de gestion et de sécurité du prestataire de paiement.

Attention, les frais de transaction prélevés par le processeur de paiement ne sont pas concernés par le montant ci-dessus et sont à la charge de l'artisan (e.g. il est possible de retenir une commission moyenne de 1.30% et 18 ct par transaction [98]).

- **Les frais d'abonnement à l'outil de planification d'itinéraire**

Ceux-ci sont facturés par l'éditeur de l'outil de planification d'itinéraire. Pour démarrer, il est prévu d'utiliser la plateforme www.myrouteonline.com. Les coûts s'élèvent à CHF 75.– par mois pour une utilisation basse (jusqu'à 1200 adresses) et à CHF 100.– par mois pour une utilisation élevée (jusqu'à 5 000 adresses).

- **Le coût employeur des coursiers**

Ceux-ci représentent les salaires des coursiers ainsi que les charges sociales afférentes (selon chapitre «Marge sur la mise à disposition de personnel»). Le coût employeur horaire total est estimé à CHF 34.32 [99].

95 Voir chapitre Autres opportunités // Circuitcourt, un nouveau commun?
96 ETP = Équivalent temps plein
97 https://payrexx.com/fr-ch/prix
98 Voir annexe Liste des frais de transaction
99 Voir annexe Calcul du coût horaire employeur (location de services)

Investissements

Les investissements nécessaires à la mise en place du projet se montent à CHF 213 600.– HT et se présentent comme suit:

- **Développement de la plateforme www.circuitcourt.ch**

Le développement initial de la plateforme est sous la responsabilité d'Octree Sàrl [100]. Les tâches (POC, design, MVP I et version finale) y relatives sont consignées dans l'offre de la même entreprise, disponible en annexe. **Elles représentent l'investissement principal du projet, dont le devis est évalué à CHF 180 800.– HT.** Le règlement prévoit un paiement à cheval sur trois exercices en fonction du calendrier du projet (2024: 56 800.– MVP I // 2025: 34 000.– version beta // 2026: 60 000.– version finale).

Le solde de CHF 30 000.– est financé par une dette ne portant pas intérêt et sera réglée à la suite des autres engagements de l'association.

- **Conseil, coordination et transmission logique «métier»**

La mise en place du projet est initiée par la raison individuelle Facilitateur, J. Saugy [101] (propriétaire de Levain.ch). Elle agit comme coordinatrice et conseillère au projet. Elle est responsable de la recherche de fonds (e.g. rédaction de cette plaquette), de la diffusion du projet aux autres artisans et agit comme mandant auprès de Octree Sàrl.

L'activité de conseil qui en résulte est estimée à CHF 30 000.– HT (2024). Cet investissement est financé par une dette ne portant pas intérêt et sera réglée à la suite des autres engagements de l'association.

- **Développement de la fonctionnalité «boutique»**

En sus du développement de la plateforme initiale, un complément a été voté par l'AG pour y ajouter une fonctionnalité «boutique». Celle-ci doit permettre la création d'une offre alimentaire destinée aux clients professionnels (B2B).

L'investissement complémentaire s'élève à 28 800.– HT et a été entièrement réglé en 2026. Le mandat a été réalisé par Onepixel Studio [102] au titre de développeur externe.

- **Identité visuelle**

L'univers visuel et le logo du projet ont été dessinés par Giroscope [103] pour un montant de CHF 4 000.– TTC. Cet investissement a déjà été réglé (début 2024) et figure aux comptes de **circuitcourt**.

Amortissements

Les investissements précités sont amortis de manière indirecte et constante sur cinq ans (20%). Ils apparaissent donc à l'actif du bilan en marge des liquidités.

Le plan financier tient compte d'une inscription moyenne au bilan à la fin du premier semestre de chaque année. L'amortissement de l'année en cours équivaut donc à l'amortissement total annuel x 50%.

Politique d'investissements futurs

Ces montants initiaux seront complétés à l'avenir par de nouveaux investissements, qui répondent d'une politique proposée par le comité et décidée en assemblée générale. Les ressources à disposition évolueront en fonction des excédents générés par le projet. Il est entendu que ces futurs investissements ne seront réalisés qu'après le remboursement des dettes de l'association.

100 https://zefix.ch/fr/search/entity/list/firm/1127452O
101 https://zefix.ch/fr/search/entity/list/firm/1115O831
102 https://zefix.ch/fr/search/entity/list/firm/858925
103 https://www.instagram.com/giroscope/

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Financement

Le financement s'élève à CHF 253 800.– (2023: 20 000.– // 2024: 100 000.– // 2025: 100 000.– // 2026: 33 800.–).

Étant donné le caractère collectif du projet et bien que le projet souhaite éviter le concours des collectivités pour son budget de fonctionnement (charges d'exploitation), nous estimons que **circuitcourt** est éligible à un financement supporté par les deux secteurs public et privé.

Dans ce contexte, la Ville de Genève, à travers son programme G'Innove [104] et l'État de Genève (DG DERI), à travers son programme «Développement de l'économie de proximité» [105], ont été sollicités lors de leur appel à projets respectifs en 2023.

- **Ville de Genève: CHF 20 000.–**

Si nous n'avons pas eu la chance de défendre la cause de **circuitcourt** auprès de l'État, le secrétariat de G'Innove a pris le temps d'un appel pour clarifier notre candidature. Il en a résulté un soutien de CHF 20 000.– que le Conseil administratif de la Ville de Genève a décidé d'attribuer à **circuitcourt** pour couvrir des investissements effectués en 2023. Ce premier financement figure aux comptes de **circuitcourt**.

Ce soutien n'appelle pas de remboursement.

- **Facilitateur, J. Saugy: CHF 103 800.–**

Au titre de porteur de projet, Jérôme Saugy, à travers sa raison individuelle Facilitateur, J. Saugy – Levain.ch, finance le lancement de circuitcourt à hauteur de CHF 103 800.–.

Une enveloppe de CHF 40 000.– est versée sur le compte de l'association au premier semestre 2024.

Ce premier montant apparaît au passif du bilan de l'association en tant que dette remboursable en 8 annuités dès le 31.12.2026 à 2% d'intérêt (annuités prévues: CHF 7 000.– au 31.12.2026 [106]; 5 700.– au 31.12.2027; 5 600.– au 31.12.2028; 5 500.– au 31.12.2029; 5 400.– au 31.12.2030; 5 300.– au 31.12.2031; 5 200.– au 31.12.2032; 5 100.– au 31.12.2033).

La deuxième enveloppe de CHF 30 000.– équivaut au travail de conseil, coordination et transmission «logique métier» effectué par Jérôme Saugy au lancement du projet. **Ce montant est postposé aux dettes portant intérêt.**

Une troisième enveloppe de CHF 33 800.– est versée sur le compte de l'association au deuxième semestre 2026. Cette nouvelle dette est également postposée aux dettes portant intérêt tout comme l'est la deuxième enveloppe.

- **Octree Sàrl: CHF 30 000.–**

Au titre de porteur de projet, Octree Sàrl, finance le lancement de circuitcourt à hauteur de CHF 30 000.–. Ceci équivaut à une fraction du travail de développement effectué au lancement du projet. Ce montant est postposé aux dettes portant intérêt.

- **La société civile: CHF 100 000.–**

Le solde du financement provient de la société civile (16 familles) qui a investi dans 20 tranches de CHF 5 000.–.

La dette est remboursable en 8 annuités dès le 31.12.2026 à 2% d'intérêt (comme l'enveloppe de CHF 40 000.– de Facilitateur, J. Saugy ci-dessus).

104 https://www.geneve.ch/demarches/programme-innove
105 https://www.ge.ch/actualite/developpement-economie-proximite-appel-projets-18-04-2023
106 40 000.– x 0.02 x 2,5 ans + Première tranche amortissement 5 000.–

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Plan financier, tableau de bord et scenarii

Au vu de ce qui précède, il est possible de proposer la lecture d'un plan financier sur 4 ans, qui se compose des états financiers (bilan, compte exploitation) et d'un tableau de flux des liquidités *(cash-flow)*. Ceux-ci sont disponibles en annexes.

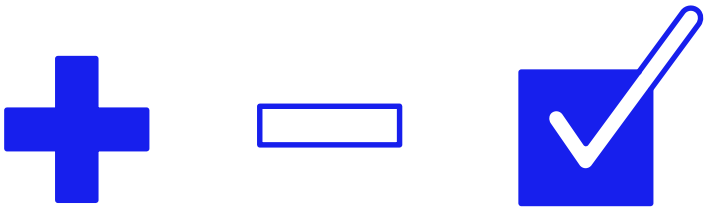
Concernant les premières années d'exploitation, une attention particulière est portée sur la réalisation d'un excédent avant intérêt et amortissement (EBITDA) qui doit permettre à l'association de régler annuellement les annuités des dettes portant intérêt. Celles-ci s'élèvent à CHF 23 000.– à la fin 2026, et CHF 19 500.– à la fin 2027. Dans le cas contraire, nous indiquons le solde des liquidités disponibles en fin de chaque année civile et les flux qui l'alimentent.

Le plan financier a été adapté en fonction de deux scénarii que nous décrivons à l'aide des indicateurs clés suivants:

Nombre d'artisans actifs (NArtisan), Chiffre d'affaires total réalisé par les artisans (CAffaires), Nombre de consommateurs actifs (COnsom), Nombre de coursiers actifs (TRanspo), Total heures location de services (HTRanspo).

En outre, ces données tiennent compte des arbitrages listés ci-dessous:

- Étant donné que le profil des artisans peut être relativement hétérogène, il a été tenu compte des statistiques de Levain.ch comme étalon de mesure.
  Par exemple, un scénario à deux artisans indique, en fait, que la plateforme est utilisée par deux artisans de la taille de Levain.ch;
- Cette mesure suggère 600 consommateurs par artisan et un chiffre d'affaire de 420 000 CHF par an;
- Nous avons évalué qu'un consommateur sur trois possédait un contrat avec plus d'un artisan, et que 15% des consommateurs s'acquitteraient de sa cotisation;
- En terme de logistique, nous avons estimé qu'un artisan sur quatre fera appel à la location de services;
- Logistique encore, nous avons estimé à dix le nombre de biens alimentaires livrés à l'heure par les coursiers;
- Logistique enfin, la moyenne des heures hebdomadaires effectuée par les coursiers a été arrêtée à dix (i.e. un temps partiel de 25% environ).



© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Scénario «Base»

Si **circuitcourt** devait se fixer un objectif financier, il serait représenté par cette situation. Il permet à l'association d'honorer les annuités tout en disposant d'un budget raisonnable pour faire fonctionner la plateforme et le secrétariat.

Les excédents 2026, 2027 et 2028 ne permettant pas de couvrir les charges financières, le solde nécessaire sera prélevé dans les liquidités de l'association.

BASE	N Artisan	CAffaires	COnsom	TRans-po	HTRrans-po
2026	0	0	0	0	0
2027	1.8	761'400	724	9	3'780
2028	3.7	1'565'100	1'487	11	4'788
2029	6.5	2'749'500	2'613	16	6'552
2030	10	4'230'000	4'020	21	8'820

BASE	Liquidités	FCF	EBT
2026	6'822	- 79'627	- 44'154
2027	1'687	- 5'136	- 30'356
2028	866	- 820	- 26'040
2029	3'019	2'152	- 15'825
2030	31'565	28'547	21'524

BASE	Marge brute	Frais fixes		EBITDA
		Gestion IT	Secrétariat et autres	
2026	387	- 5'000	- 701	- 5'314
2027	26'461	- 9'000	- 2'646	14'814
2028	40'866	- 9'000	- 13'087	18'780
2029	63'780	- 18'000	- 24'378	21'402
2030	92'718	-18'000	- 27'272	47'447

Scénario «Faible»

Cette situation présente les chiffres d'une plateforme qui ne serait utilisée que par les artisans déjà présents. On remarque que les engagements financiers ne pourraient être tenus. D'une part, l'excédent annuel ne permet pas de couvrir les annuités prévues à fin 2028, mais en plus le solde des liquidités est insuffisant.

Ce scénario témoigne également des effets du protocole de sortie, tel qu'il est décrit dans le chapitre suivant (reprise des dettes par Facilitateur, J. Saugy, etc.). Il est important de souligner que les buts de l'association, en l'état, ne seraient pas atteints.

Levain	N Artisan	CAffaires	COnsom	TRans-po	HTRrans-po
2026	0	0	0	0	0
2027	1.1	459'000	580	7	2'800
2028	1.1	459'000	580	7	2'800
2029	1.1	459'000	580	7	2'800
2030	1.1	459'000	580	7	2'800

Levain	Liquidités	FCF	EBT
2026	6'822	- 79'627	- 44'154
2027	3'455	- 3'367	- 28'587
2028	438	- 3'017	- 28'237
2029	7'869	7'431	- 19'765
2030	10'925	3'056	- 13'185

Levain	Marge brute	Frais fixes		EBITDA
		Gestion IT	Secrétariat et autres	
2026	387	- 5'000	- 701	- 5'314
2027	18'425	0	- 1'843	16'583
2028	18'425	0	- 1'843	16'583
2029	18'425	- 4'500	- 1'843	12'083
2030	18'425	- 4'500	- 1'843	12'083

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Risques & stratégie de sortie

La mise en place de **circuitcourt** comporte un certain nombre de risques qu'il est possible d'analyser de la manière suivante:

- **Défaillance de la plateforme**
  Conséquences: site indisponible
  Gestion: maintenance du site par Octree Sàrl

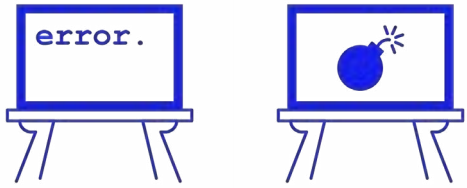
Le mandat de gestion IT de la plateforme, qui est attribué annuellement à une entreprise spécialisée, prévoit un protocole de maintenance du site. Celui-ci couvre l'installation des mises à jour et la résolution des bugs éventuels.

- **Hack de la plateforme**
  Conséquences: perte ou fuite de données
  Gestion: procédure de sauvegarde

En cas de *hacking* et suivant l'étendue des dégâts, il est prévu un redéploiement du site depuis la dernière sauvegarde non corrompue et une mise à jour de tous les mots de passe administrateur.

Les données utilisées par **circuitcourt** sont d'une importance moyenne et correspondent à des informations qui sont généralement à disposition d'autres plateformes de *e-commerce* (noms, prénoms, adresses, mails, téléphones, digicodes). La fuite de ces informations ne doit pas être sous-estimée, mais ne présente pas une grande valeur pour les *hackers*.

Les données les plus sensibles correspondent aux moyens de paiement, qui sont enregistrés par le prestataire de paiement. **circuitcourt** n'a donc pas la main sur la gestion de ce risque là, qui relève de la responsabilité de ce prestataire.



- **Dépassement des coûts**
  Conséquences: résultat financier négatif, manco de couverture du budget
  Gestion: augmentation des revenus /de la marge

Si le plan financier venait à sous-estimer les coûts (variables ou fixes) de la plateforme, la situation serait rapidement relevée par le secrétaire de l'association, qui effectue un suivi des indicateurs par tableau de bord. Le comité prend les mesures nécessaires à la réduction de ces coûts. Si ce n'est pas possible, il est prévu la convocation d'une assemblée générale extraordinaire dont l'ordre du jour est la présentation du déficit et des solutions idoines pour y remédier. Les membres décident donc collectivement de la bonne mesure à prendre.

Parmi les marges de manœuvre, citons l'augmentation de la commission sur CA (artisans), l'augmentation de la marge saisie sur la location de services (RH) ou encore l'augmentation des cotisations (coursiers, consommateurs).

- **Conflit au niveau des ressources humaines**
  Conséquences: implication juridique de l'association, coûts extraordinaires, dégât d'image
  Gestion: médiation entre artisans, **circuitcourt** et coursiers, appréciation collective du conflit

Un des objectifs de **circuitcourt** est de participer à l'amélioration des conditions de travail des artisans et des coursiers. Nous pensons que c'est le meilleur moyen de prévenir les problématiques juridiques. Il est néanmoins raisonnable d'imaginer que des conflits puissent éclater entre les différentes parties du projet.

Dans ce cas, il est prévu la mise en place d'une cellule de médiation impliquant le secrétaire de l'association, un membre du comité (volontaire) et les parties prenantes au conflit. Si le désaccord persiste, le conflit remonte à l'assemblée générale pour décision collective.

L'intervention de l'assemblée permet d'une part aux différentes parties d'entendre une dernière fois raison en écoutant les membres se prononcer sur le conflit. D'autre part, cela permet aux autres membres de se saisir de l'expérience des parties, et, le cas échéant, de prendre des mesures collectives ou individuelles pour éviter la naissance de conflits similaires.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Stratégie de sortie

Le dernier risque qu'il est évident de mentionner est la non acceptation de la plateforme par les artisans. Autrement-dit, que se passe-t-il si circuitcourt ne trouve pas son public?

Cette situation est notamment décrite dans le scénario financier qui présente la version basse de **circuitcourt** [107]. Dans ce cas, les buts de l'association ne sont pas atteints et le volume d'activité est trop faible pour justifier un fonctionnement tel que prévu dans cette plaquette.

Ce contexte prévoit la mise en place d'un protocole de sortie, qui peut être déclenché à n'importe quel moment pour autant que le plateforme ait été en ligne plus de 36 mois. Les facteurs de déclenchement sont indiqués ci-dessous:

- Les états financiers présentent des dettes portant intérêt qui n'ont pas été remboursées;
- Le bénéfice avant amortissements et intérêts (i.e. EBITDA) ne couvre pas les annuités (amortissement + intérêt) des dettes portant intérêt;
- Le nombre d'artisans qui utilisent activement la plateforme (i.e. qui réalisent un chiffre d'affaires via le site) est inférieur ou égal à dix;
- La valeur des biens vendus sur la plateforme par les artisans ne dépasse pas CHF 1 million (i.e. le chiffre d'affaires des artisans sur la plateforme).

Dès lors, il est prévu une stratégie en deux étapes:

1. Assainissement des dettes

Pour éviter l'amplification des dettes par la capitalisation des intérêts, il est prévu:

- **Un abattement de 7.5% sur le solde des dettes portant intérêt hormis la dette de Facilitateur, J. Saugy;**
- **Une reprise du solde des créances portant intérêt par Facilitateur, J. Saugy – Levain.ch. Cette dernière est responsable d'amortir le solde des dettes et des intérêts courus à la date de l'application du protocole auprès des créanciers existants (après l'abattement de 7.5%).**

En sus, Facilitateur, J. Saugy – Levain.ch s'engage à diminuer l'intéressement de cette dette de deux (2%) à un pourcent (1%), et à en rallonger la durée de 10 années supplémentaires.

Ces propos sont illustrés en annexe [108].

Les dettes ne portant pas intérêt restent valables.

2. Vote de l'assemblée générale sur la dissolution ou non de l'association (i.e. est-ce que l'association pense encore pouvoir atteindre ses buts?)

Si la dissolution est rejetée, l'association prend les mesures idoines pour assainir sa situation financière et amortir ses dettes (augmentation des revenus, diminution des coûts).

Si la dissolution est votée [109], les droits d'exploitation du site www.circuitcourt.ch **sont transmis à Facilitateur, J. Saugy – Levain.ch qui continue à opérer la plateforme et à la rendre disponible à n'importe quel artisan désireux de l'utiliser.**

Les dettes ne portant pas intérêt sont annulées.

Les conditions fixées au préalable par l'association restent inchangées pour les artisans qui étaient déjà membres (i.e. la commission sur CA reste inchangée).

Pour les nouveaux artisans (qui arrivent après la décision de l'assemblée générale de dissoudre l'association), Facilitateur, J. Saugy est libre de fixer de nouvelles conditions

107 Voir chapitre Informations économiques et financières // Finances
108 Voir annexe Calcul assainissement des dettes
109 Voir annexe Statuts

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

d'utilisation.

La gestion de la location de services et les autres prestations proposées par **circuitcourt** sont quant à elles interrompues.

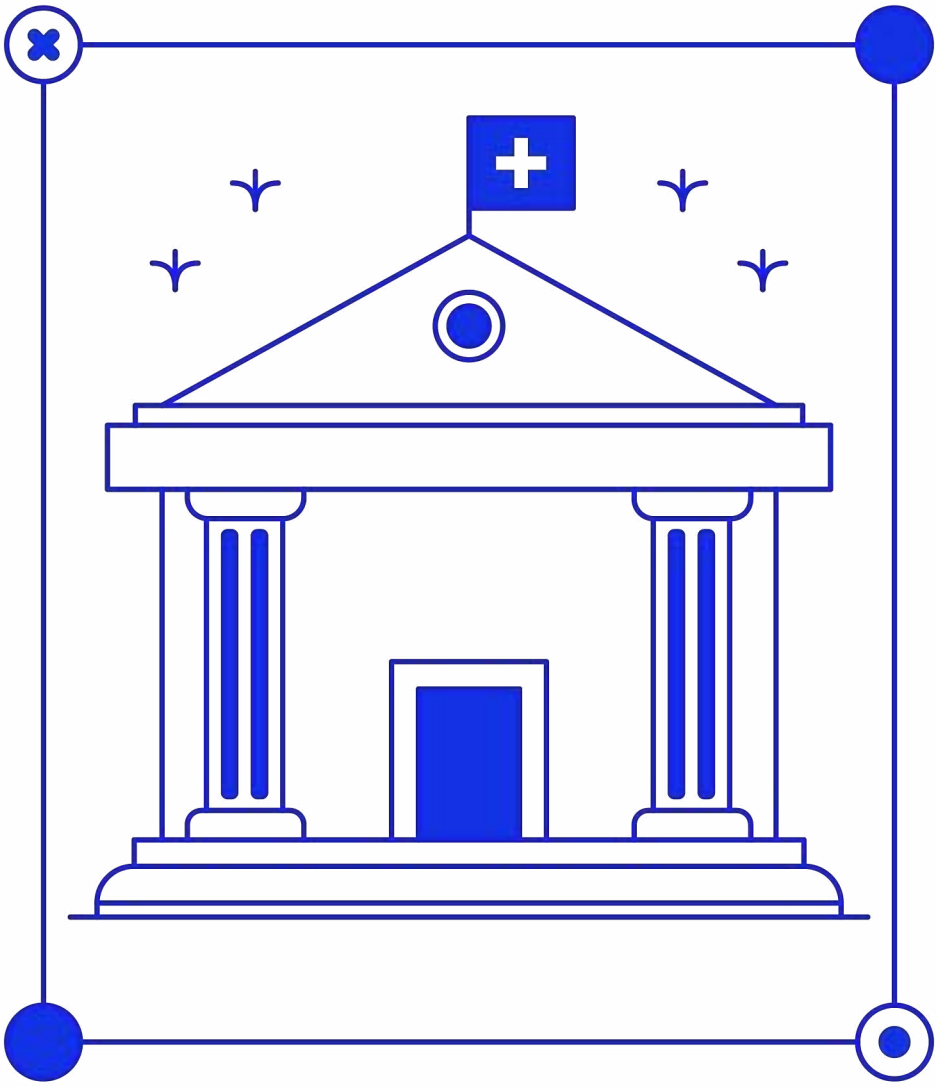
Il en va de même pour les cotisations demandées aux coursiers et aux consommateurs.

Le reste de la dissolution est effectuée selon les statuts et la loi en vigueur.

Attention, ce deuxième point du protocole n'est valable que dans la mesure ou le premier point a été effectué au préalable (i.e. Facilitateur, J. Saugy ne peut acquérir les droits d'exploitation de la plateforme que dans la mesure où elle est propriétaire de toutes les dettes portant intérêt).

Nous soulignons ici que l'objectif de ce protocole est de proposer une sortie raisonnable des fonds engagés par les bailleurs dans un projet, qui n'aurait, dans ce scénario, plus de raison d'être.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025



autres
apportunités

circuit
court

Autres opportunités

Nous souhaitons encore porter à l'attention du lecteur une série d'opportunités ou synergies qui pourraient naître de la création de **circuitcourt**, sans qu'elles en soient des buts poursuivis par l'association. Qu'il s'agisse d'actions déjà entreprises, de projets en cours de développement ou de simples concepts au stade embryonnaire, nous faisons ici une liste, non exhaustive, de nos sensibilités et préférences pour des liens qui pourraient être noués avec **circuitcourt**.

Si ces idées n'en ont pas encore dépassé le stade, elles soulignent néanmoins l'approche systémique de **circuitcourt** et le rôle éventuel que ce projet pourrait jouer au-delà de ses premières ambitions.

Droit à l'alimentation, précarité alimentaire, socialisation de l'alimentation?

En juin 2023, la constitution genevoise s'est doté d'un nouvel article (38A) qui mentionne que «le droit à l'alimentation est garanti» et que «toute personne a droit à une alimentation adéquate, ainsi que d'être à l'abri de la faim.» [110]

Depuis, une commission, qui regroupe les milieux agricoles de la production des denrées alimentaires, la distribution, l'assistance sociale, des représentants des consommateurs et ceux de la lutte contre le gaspillage alimentaire, a été constituée pour donner des lignes directrices et des éléments qui doivent être contenus dans la future loi.

Il ne s'agit plus uniquement d'approvisionner en nourriture les personnes qui souffrent de précarité, mais bien de proposer une alimentation adéquate à tout en chacun. Il est donc désormais autant question de qualité que de quantité.

Ce nouveau droit fait écho aux images de l'aide alimentaire qui a été mis en place lors de la crise du Covid-19. Un sujet qui est également au centre des projets de socialisation de l'alimentation qui prônent la mise en place d'une sécurité sociale de l'alimentation (SSA) [111] et que certains pionniers tentent d'expérimenter à l'échelle des quartiers.

Ce projet propose la création d'une caisse (ou équivalent) qui alloue un montant fixe à tout bénéficiaire afin de leur donner accès à une alimentation choisie démocratiquement. La SSA repose sur trois piliers: l'universalité (le montant est versé à tout le monde, indépendamment de son statut socio-économique), le financement par cotisation sociale (basée sur la valeur ajoutée produite par l'activité économique), et le conventionnement (i.e. l'éligibilité des produits alimentaire, définition de l'offre alimentaire).

Les crédits à l'alimentation circuitcourt comme monnaie d'échange alimentaire?

À travers la création des crédits à l'alimentation, **circuitcourt** pourrait être utilisé par l'institution responsable de la mise en place de tels projets pour transmettre la valeur de l'aide inscrite dans la loi aux bénéficiaires.

En lieu et place d'une allocation en francs suisses, qui peut facilement échapper aux filières idoines, le bénéficiaire verrait son compte **circuitcourt** être crédité du montant de l'aide. La valeur de l'aide prendrait ensuite la forme de l'alimentation dont le bénéficiaire aurait besoin à la conclusion d'un contrat avec un artisan de la plateforme.

110 https://silgeneve.ch/legis/index.aspx
111 https://securite-sociale-alimentation.org

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

L'assemblée générale pour faciliter la création des critères de conventionnement

On l'a vu, un droit à l'alimentation nécessite de se poser la question de l'éligibilité de la nourriture (e.g. un yaourt dont la date est passée?, un aliment non bio mais local et de saison?). Ce choix n'est autre que l'orientation de la production alimentaire et agricole. Il nécessite l'organisation d'un choix collectif et démocratique qui doit définir les facettes de l'offre.

Or, l'assemblée générale de circuitcourt.ch tend à représenter les parties prenantes à un système alimentaire sans intermédiaire (artisan, consommateur et coursier), nous l'envisageons donc comme un collectif représentatif et utile à la création des critères de conventionnement nécessaires à la SSA, telle qu'elle a été pensée.

Outil de sensibilisation et d'éducation alimentaire

En marge des critères de conventionnement, nous imaginons la vie associative de **circuitcourt** comme un formidable outil de sensibilisation populaire et d'éducation alimentaire. Nous envisageons, notamment, nous saisir de la question des prix pratiqués aux différentes étapes des filières alimentaires.

Des prix minimums d'entrée pour contrer le *dumping* social et écologique

Le projet est sensible à l'idée de la fixation d'un prix minimum d'entrée au marché suisse. Cette idée, qui est largement décrite dans le manifeste *Reprendre la terre aux machines* [12] (pour le marché français) et qui se rapproche de certaines initiatives politiques locales [13], propose la mise en place de prix minimum à tous les produits alimentaires commercialisés en ou vers la Suisse (importation comprise).

Ce prix est fixé au niveau du coût de revient moyen, dans des conditions pédoclimatiques, sanitaires et sociales réalistes et exigeantes pour la Suisse contemporaine. Cette disposition s'attaque à la compétitivité des produits, qui est fondée sur une logique de *dumping* social et écologique, tout en tirant la condition des agriculteurs vers le haut.

Le danger existe que la plateforme, en promouvant les produits agricoles de la région au sein d'un même système, accroisse au contraire la concurrence entre les artisans. Dans ce sens, **circuitcourt**, d'une part, n'affiche le catalogue des contrats disponibles qu'aux consommateurs déjà membres de l'association (il n'est pas disponible publiquement); d'autre part, n'hésitera pas à inscrire à l'ordre du jour de ses assemblées, des discussions ouvertes et démocratiques sur la fixation des prix pour les différentes catégories d'aliments au sein de la plateforme.

À défaut d'avoir le pouvoir de fixer des prix d'entrée, **circuitcourt** peut participer à l'échange de la «bonne» information sur les constituants des prix alimentaires et déconstruire ainsi

12 L'Atelier Paysan, *Reprendre la terre aux machines - Manifeste pour une autonomie paysanne et alimentaire*, éditions du Seuil, 2021.
13 https://www.24heures.ch/colere-agricole-les-prix-plancher-sinvitent-a-berne-348034206833

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

l'idée d'une alimentation locale si onéreuse que le plus grand nombre ne peut pas se la permettre.

Mieux que les labels, la transparence?

Les labels, qui selon notre définition englobent tous les moyens de contrôle d'une qualité en fonction d'un cahier des charges (e.g. AOP, AOC, Bio, Suisse garantie, etc.), possèdent des désavantages certains.

Premièrement, le coût de leur gestion vient immanquablement s'ajouter à la valeur ajoutée de la filière qu'ils défendent. Si les artisans sont ceux qui paient le prix des contrôles et de la bureaucratie que le label génère, ils arrivent parfois à l'intégrer au prix final de l'aliment. Outre les cahiers des charges qui créent directement des pratiques agricoles plus onéreuses (et généralement plus respectueuses), le coût bureaucratique du label augmente donc une deuxième fois le prix de revient de l'aliment certifié.

Cette différence s'exprime assez clairement sur les étalages des magasins et peut systématiser une croyance populaire (e.g. «Le bio est forcément plus cher que le conventionnel»), qui provoque des incohérences dans les comportements d'achat (e.g. «Je ne regarde donc jamais les offres alimentaires certifiées bio»), voire de l'irrationalité (e.g. «Même en ayant la preuve qu'une offre alimentaire comparable et certifiée bio existe à un prix égal ou inférieur, je choisis l'autre par habitude ou rejet de la certification bio»).

Les labels ont également créé des logiques commerciales, qui n'ont rien à voir avec la promotion du cahier des charges sous-jacent, mais répondent simplement d'un positionnement marketing.

Un apiculteur genevois nous confiait ne plus pouvoir travailler avec un grand distributeur sans passer l'entier de sa production sous label bio. Peu importe les convictions de l'artisan, qui peut très bien suivre le cahier des charges bio sans avoir à en payer le prix du contrôle, ni la justesse de l'application d'un label qui demanderait à des abeilles de ne pas butiner dans certaines zones. En terme de distribution, le miel genevois, labellisé ou non, sera de toute façon plus cher que la concurrence étant donné qu'il est élaboré dans une région où tous les coûts de production sont plus élevés.

Dès lors, pour ce distributeur, il semble que la certification permette simplement de justifier un prix de vente supérieur pour le miel local tout en s'assurant de cibler la clientèle bio qui lui permettra d'écouler la marchandise. Il ne s'agit donc plus ici de soutenir des méthodes agricoles respectueuses d'une quelconque morale, mais bien d'un travail de positionnement et de segmentation marketing.

Deuxièmement, nous doutons que les labels répondent réellement au besoin de transparence des consommateurs. Les cahiers des charges comportent de nombreuses pages et ne sont pas édités pour être lus facilement, ni pour répondre à des questions précises. Il est dès lors difficile de les utiliser pour contrôler un aspect précis de la qualité de l'aliment.

Au même titre que le sujet des prix, nous pensons que la vie associative que circuitcourt tend à créer est à même de s'emparer des sujets de qualité qui entourent l'alimentation. Les artisans étant plus directement au contact des consommateurs, ils peuvent non seulement répondre aux questions de ces derniers, mais également faire part des nuances qui caractérisent leurs choix d'employer certains moyens de production. Ce contact replace la relation artisan–consommateur sur le plan de la confiance et de la responsabilité. En outre, elle participe à créer un nouveau «vivre-ensemble» dans les centres urbains qui sont régulièrement décrits comme favorisant l'individualisme.

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

circuitcourt, un nouveau commun?

Un commun désigne une ressource produite et/ou entretenue collectivement par une communauté d'acteurs hétérogènes, et gouvernée par des règles qui lui assurent son caractère collectif et partagé [114]. La mutualisation en est une caractéristique forte.

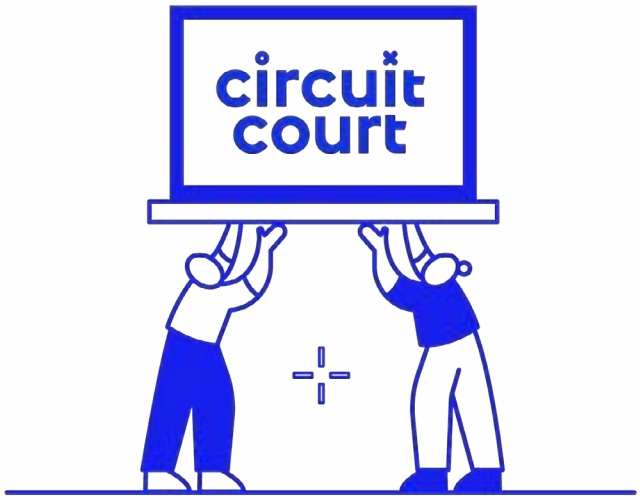
Au même titre qu'une route n'aurait pas le même sens, si elle n'était utilisée que par une seule personne, un outil numérique qui accroit l'autonomie des artisans n'aurait pas la même raison d'être, s'il n'était employé que par un seul acteur. Nous ne savons pas si **circuitcourt** rencontrera le succès qu'on lui souhaite, mais nous pouvons déjà acter que le projet n'a aucun sens s'il n'embrasse pas une communauté d'acteurs hétérogènes. Le but ne sera jamais de favoriser l'évolution d'un acteur, mais bien de soutenir l'émergence d'un collectif ayant un intérêt commun pour la plateforme et qui, après s'être approprié les fonctionnalités de l'outil, sera à même d'en mutualiser l'entretien, la mise à jour et la sécurité.

Ces tâches font l'objet, dans cette plaquette, d'un mandat de gestion que l'assemblée générale attribue, annuellement, sur la base d'un appel d'offres, mais nous imaginons ici la possibilité de nous en passer en participant à la création d'une association tierce dédiée à cet effet.

Ainsi, la partie digitale serait sous la responsabilité d'une nouvelle entité qui pourra notamment organiser les règles du commun numérique **circuitcourt**, en faire la promotion et accueillir de nouveaux membres, qui, comme circuitcourt.ch, utiliseraient et entretiendraient cette même plateforme IT.

Le choix d'Octree Sàrl s'est d'ailleurs fait dans l'optique de donner une sensibilité accrue aux communs digitaux et ce dès le début du projet. L'entreprise étant favorable à la création de l'entité précitée, nous nous efforcerons d'avancer dans la même direction.

Notons, enfin, que le code de **circuitcourt** est protégé par la licence *open source* AGLPL v3 [115]. Cette licence garantit un accès public et libre à n'importe quelle personne ou entité, mais incite également à la collaboration, car toute modification de code doit être rendue selon la même licence. Il est donc dans l'intérêt de chacun d'améliorer l'application et d'en faire profiter les autres, plutôt que de développer quatre fois la même solution.



114 https://communs.societenumerique.gouv.fr
115 https://www.gnu.org/licenses/agpl-3.0.fr.html

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

annexes

circuit court

États financiers, Cash-flow et autres informations financières

Scénario «BASE»

Bilan «Base»

Actifs	2026	2027	2028	2029	2030
Liquidités	6'822	1'687	866	3'019	31'565
IP	-	-	-	-	-
Frais de Dev et Orga	209'600	209'600	209'600	209'600	209'600
Graphisme	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000
Fonds amortissement	-59'280	-102'000	-144'720	-180'197	-204'720
Total Actifs	161'142	113'287	69'746	36'422	40'445

Passifs	2026	2027	2028	2029	2030
Prêt	216'300	198'800	181'300	163'800	146'300
Capital	-11'004	-55'158	-85'513	-111'554	-127'378
Résultat	-44'154	-30'356	-26'040	-15'825	21'524
Total Passifs	161'142	113'287	69'746	36'422	40'445

Exploitation «Base»

	2026	2027	2028	2029	2030
Cotisations	-	1'535	2'781	4'720	7'080
Commission IT	2'775	7'043	14'478	25'435	39'130
frais encaissement IT	*-2'388*	*-2'388*	*-2'388*	*-2'388*	*-2'388*
abo planif itinéraire IT	-	*-1'200*	*-1'200*	*-1'200*	*-1'200*
Marge IT	387	3'455	10'890	21'847	35'542
CA mise à dispo RH	-	151'200	191'520	262'080	352'800
Cout mise à dispo RH	-	-129'730	-164'325	-224'866	-302'704
Marge mise à dispo	-	21'470	27'195	37'214	50'096
Marge brute	387	26'461	40'866	63'780	92'718
Mandat de gestion IT	-5'000	-9'000	-9'000	-18'000	-18'000
Secrétariat Association	-	-	-9'000	-18'000	-18'000
Imprévus	-701	-2'646	-4'087	-6'378	-9'272
EBITDA	-5'314	14'814	18'780	21'402	47'447
Intérêt	-5'000	-2'450	-2'100	-1'750	-1'400
Amortissements	-33'840	-42'720	-42'720	-35'477	-24'523
EBT	-44'154	-30'356	-26'040	-15'825	21'524

Cash Flow «Base»

	2026	2027	2028	2029	2030
EBT	-44'154	-30'356	-26'040	-15'825	21'524
+ Amortissements	33'840	42'720	42'720	35'477	24'523
CF Exploitation	-10'314	12'364	16'680	19'652	46'047
CF Investissement	-85'613	-	-	-	-
CF Financement	16'300	-17'500	-17'500	-17'500	-17'500
FCF	-79'627	-5'136	-820	2'152	28'547

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

États financiers, Cash-flow et autres informations financières

Scénario «FAIBLE»

Bilan «Faible»

Actifs	2026	2027	2028	2029	2030
Liquidités	6'822	3'455	438	7'869	10'925
IP	-	-	-	-	-
Frais de Dev et Orga	209'600	209'600	209'600	209'600	209'600
Graphisme	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000
Fonds amortissement	-59'280	102'000	-144'720	-180'197	-204'720
Total Actifs	161'142	115'055	69'318	41'272	19'805

Passifs	2026	2027	2028	2029	2030
Prêt	216'300	198'800	181'300	173'019	164'738
Capital	-11'004	-55'158	-83'745	-111'982	-131'747
Résultat	-44'154	-28'587	-28'237	-19'765	-13'185
Total Passifs	161'142	115'055	69'318	41'272	19'805

Exploitation «Faible»

	2026	2027	2028	2029	2030
Cotisations	-	1'220	1'220	1'220	1'220
Commission IT (HT)	2'775	4'590	4'590	4'590	4'590
frais encaissement IT	*-2'388*	*-2'388*	*-2'388*	*-2'388*	*-2'388*
abo planif itinéraire IT	-	*-900*	*-900*	*-900*	*-900*
Marge IT	387	1'302	1'302	1'302	1'302
CA mise à dispo RH	-	112'000	112'000	112'000	112'000
Cout mise à dispo RH	-	-96'097	-96'097	-96'097	-96'097
Marge mise à dispo	-	15'903	15'903	15'903	15'903
Subvention Ville GVA	-	-	-	-	-
Marge brute	387	18'425	18'425	18'425	18'425
Mandat de gestion IT	-5'000	-	-	-4'500	-4'500
Secrétariat Association	-	-	-	-	-
Imprévus	-701	-1'843	-1'843	-1'843	-1'843
EBITDA	-5'314	16'583	16'583	12'083	12'083
Intérêt	-5'000	-2'450	-2'100	-1'059	-745
Amortissements	-33'840	-42'720	-42'720	-35'477	-24'523
Produits réeval.	-	-	-	4'688	-
EBT	-44'154	-28'587	-28'237	-19'765	-13'185

Cash Flow «Faible»

	2026	2027	2028	2029	2030
EBT	-44'154	-28'587	-28'237	-19'765	-13'185
+ Amort/prod. Réeval	33'840	42'720	42'720	35'477	24'523
CF Exploitation	-10'314	14'133	14'483	15'712	11'338
CF Investissement	-85'613	-	-	-	-
CF Financement	16'300	-17'500	-17'500	-8'281	-8'281
FCF	-79'627	-3'367	-3'017	7'431	3'056

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Calendrier du projet

Mai – Juin 2023
- Sélection équipe de développeurs (ACP-Admin, Basesecrete, 2Gik, Octree Sàrl)
- Premières discussions avec Octree Sàrl (cahier des charges IT, gouvernance du projet, mise en place de l'association)

Juillet – Décembre 2023
- «Proof of concept», étude de faisabilité, choix de la technologie IT
- Identité visuelle
- Plaquette d'information (fonctionnement plateforme)
- Recherche de fonds publics pour financement POC

Janvier – Décembre 2024
- Design plateforme IT
- Plaquette d'information
- Premières discussions avec utilisateurs potentiels (MAPC, autres boulangeries)
- Recherche de fonds

Janvier – Août 2025
- Développement MVP I
- Premiers tests plateforme par Levain.ch et corrections

Septembre 2025 – Avril 2026
- Migration contrats Levain.ch, corrections
- Test plateforme démo par autres artisans
- Mise en place première documentation et gouvernance association

Mai – Septembre 2026
- Développement fonctionnalité «Boutique»
- V.2 canal offre spéciale
- Design location de services
- Développement radis

Octobre – Décembre 2026
- Présentation publique circuitcourt
- Recherche artisan•e•s / producteur•rice•s pionnier•ière•s

2027
- Mise en place assurances sociales, contrats
- Finalisation de la structure juridique et vie associative
- Lancement du secrétariat RH (premiers membres coursiers)
- Démarrage du contrat de gestion IT

Modèles de contrat (location de services)

Modèle de contrat temporaire
https://www.arbeit.swiss/dam/secoalv/fr/dokumente/publikationen/arbeitsvermittlung-personalverleih/mustervertraege/Temporaer_Arbeitsvertrag_01_2015_de.docx.download.docx/Temporaer_Arbeits-vertrag_01_2015_de.docx

Modèle de contrat de location de services
https://www.arbeit.swiss/dam/secoalv/fr/dokumente/publikationen/arbeitsvermittlung-personalverleih/mustervertraege/Verleihvertrag_neue_Adresse_SECO_2014d.doc.download.doc/Verleihvertrag_neue_Adresse_SECO_2014d.doc

Modèle de contrat de mission
https://www.arbeit.swiss/dam/secoalv/fr/dokumente/publikationen/arbeitsvermittlung-personalverleih/mustervertraege/Einsatzvertrag_2012d.doc.download.doc/Einsatzvertrag_2012d.doc

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Statuts

La dernière version des statuts est disponible ici:
https://circuitcourt.ch/annexes/Statuts.pdf

Devis développement www.circuitcourt.ch

Offre Octree POC et design
https://circuitcourt.ch/annexes/OffreOctreePOC.pdf

Offre Octree Développement
https://circuitcourt.ch/annexes/OffreOctreedéveloppement.pdf

Offre Octree Module livraison
https://circuitcourt.ch/annexes/OffreOctreelivraison.pdf

Calcul • Droit de vote

Une convocation adressée à:
- 5 membres du comité;
- 10 artisans de produits/services alimentaires, 20 artisans de produits/services non alimentaires;
- 1000 consommateurs de produits/services alimentaires, et 500 consommateurs de produits/services non alimentaires;
- 100 coursiers de produits/services alimentaires, et 20 coursiers de produits/services non alimentaires;

Donne les droits de vote suivants:
- 1115 membres avec droit de vote (alimentaires);
- 540 membres sans droit de vote (non-alimentaires).

Chaque catégorie possède donc: (1115 x 25%) = 278,75 voix, réparties comme suit:
- 1 membre comité = 55,75 voix;
- 1 membre artisan = 27,88 voix;
- 1 membre coursier = 2,78 voix;
- 1 membre consommateur = 0,28 voix.

Comptabilisation d'un paiement (exemple)

1. Un consommateur règle TTC CHF 85.– à un artisan soumis à TVA + TTC CHF 10.– de cotisation annuelle à **circuitcourt**
2. Le paiement est effectué par carte de crédit dont les frais de transaction s'élèvent à 1.35% + CHF 0.18 (TVA 0%)
3. La cotisation due pour **circuitcourt** s'élève à 1% TTC (soumis à TVA 8.1%)

Facture de l'artisan au consommateur TTC CHF 85.– selon détail ci-après:

- Produit alimentaire:	CHF 50.00 TTC (2.6%)
- Livraison:	CHF 15.00 TTC (8.1%)
- Article additionnel:	CHF 20.00 TTC (8.1%)

TVA comprise: 3.89 // Total HT: 81.11

Facture de circuitcourt au consommateur TTC CHF 10.–
Cotisation annuelle 2026: 10.00 TTC (TVA 0%)

Facture de circuitcourt à l'artisan TTC CHF 0.92
Commission *circuitcourt*: 0.85 TTC – 1% X 85.00
TVA 8.1% sur 0.85 TTC: 0.06 TVA

Facture du processeur de paiement à l'artisan TTC CHF 1.33
Frais trx: 1.33 TTC – 1.35% X 85.00 + 0.18 (TVA 0%)

Facture du processeur de paiement à circuitcourt TTC CHF 0.32
Frais trx: 0.32 TTC – 1.35% X 10.00 + 0.18 (TVA 0%)

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025

Calcul • Coût horaire employeur (location de services)

Salaire brut de base: CHF 25.00
(selon salaire minimal genevois [116] et CCNT syndicom [117])
+ Jours fériés (3.9% – 9 jours): CHF 0.975
+ Vacances (10.64% – 5 semaines): CHF 2.66

Salaire brut total: CHF 28.635
+ Charges sociales employeur [118]: 8.87% (AVS 5.3; AC 1.1; AF 2.28; Amat 0.038; CPE 0.07; LFP 0.082)
+ LAA professionnel: 0.942% (selon contrat actuel Mobilière LEVAIN)
+ JM (maladie): 1.042% (50/50 selon contrat actuel Mobilière LEVAIN, moyenne H/F)
+ LPP: 9% (estimation selon plan prévoyance «symphonie», chez NODE LPP [119])

Coût employeur horaire total: CHF 34.32

Calcul • Assainissement des dettes

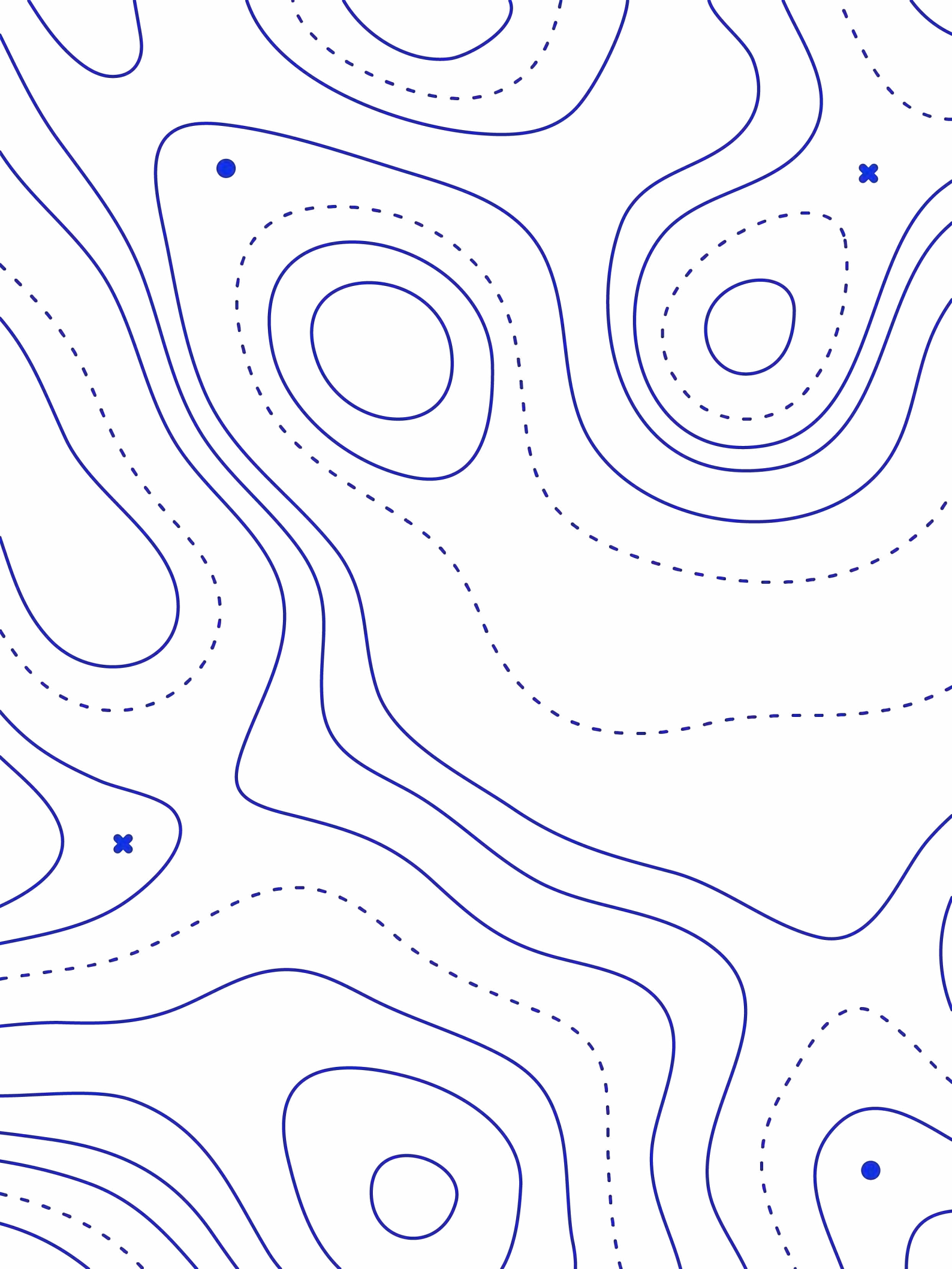
Solde des créances portant intérêt (2%) au 31.12.2028:
- Facilitateur, J. Saugy: CHF 25 000.–
  (40 000.– ./. 15 000.- trois premières annuités)
- Autres créanciers: CHF 62 500.–
  (100 000.– ./. 37 500.– trois premières annuités)

Abattement de 7.5% et reprise des dettes par Facilitateur, J. Saugy, au 01.04.2029:
(intérêts courus: CHF 312.50)
- Abattement: CHF 62 500.– x 92.5% = CHF 57 812.50
- Reprise: CHF 57 812.50 + 312.50 = CHF 58 125.–, versés aux autres créanciers

État des dettes au 01.04.2029:
Facilitateur, J. Saugy: CHF 82 812.50, remboursable sur 10 ans à 1% d'intérêt.

Liste des frais de transaction Payrexx (2026)

Carte de débit/crédit:	1.35% + 0.18 CHF TTC (0%)
PostFinance app:	1.3% + 0.20 CHF TTC (0%)
Twint app:	1.25% + 0.18 CHF TTC (0%)
Facturation automatique:	0.5% + 1.00 CHF TTC (0%)

116 https://www.ge.ch/appliquer-salaire-minimum-genevois
117 https://syndicom.ch/fileadmin/user_upload/Web/Website/GAV/28_Velokuriere/GAV_Velokuriere_f_20.9.2022_rl.pdf
118 *op. cit.*, note 106.
119 https://static1.squarespace.com/static/510b9f3fe4b037ObOd589c4e/t/6452O3O257e6aa5ff1df19b6/1683O96322869/NODE+LPP+-+Tableau+récapitulatif+des+plans+2023.pdf

© Facilitateur, J. Saugy – décembre 2025