



Les supermarchés coopératifs et participatifs rendent-ils nos systèmes alimentaires plus justes et résilients ?



©François de Limoges

BEES Coop, Bab'I Market, Oufitcoop, Bloum, Coopéco, ... Les supermarchés coopératifs et participatifs ont le vent en poupe à Bruxelles et en Wallonie. Leur modèle s'inspire des célèbres Park Slope Food Coop à New York et la Louve à Paris. Le modèle est dit coopératif : toute la clientèle doit être coopératrice du supermarché. Il est également participatif : toute la clientèle doit travailler environ 3 heures par mois dans le magasin. Les coûts de fonctionnement sont ainsi réduits et la clientèle coopératrice¹ peut avoir accès à des produits de qualité à faible prix.

Dans cette analyse, nous nous interrogeons sur l'impact des supermarchés coopératifs sur nos systèmes alimentaires. Sont-ils une piste pertinente pour rendre nos systèmes plus justes et résilients ? Pour le comprendre, nous avons choisi de donner la parole à Martin Raucant, cofondateur de la BEES Coop à Bruxelles, et à Raeto Cadotsch, cofondateur de La Fève à Meyrin, à proximité de Genève en Suisse. Tous les deux sont fondateurs et pionniers dans l'histoire des supermarchés coopératifs et participatifs. Mais ils n'en tirent pas les mêmes leçons ! Pour le premier, le modèle génère des tensions constantes mais fertiles. Pour le second, le modèle devrait être profondément revu pour être source de justice et résilience.

Interview

Martin Raucant et Raeto Cadotsch, vous avez chacun participé à la création d'un supermarché participatif, à but non lucratif : Martin, la BEES Coop à Bruxelles et Raeto, La Fève en Suisse, dans la banlieue de Genève. Pourriez-vous retracer en quelques mots l'histoire de votre coopérative et nous en dire plus sur vous et les autres fondateurs ?

Martin : Je suis à la BEES depuis le tout début de l'aventure. Je suis aujourd'hui salarié et je parlerai ici en mon nom propre.

L'idée de la BEES a émergé du réseau ADES, qui est un réseau pour des alternatives démocratiques, écologiques et sociales. Nous étions des étudiants et étudiantes militantes de Louvain-La-Neuve et nous avons créé une structure pour continuer à travailler et militer ensemble. Un petit groupe, sur Bruxelles, a eu envie de travailler sur l'alimentation durable et l'accès à une alimentation de qualité. Nous avons fait le constat que dans le croissant pauvre bruxellois², il n'y avait pas de magasin bio et que le bio n'était accessible qu'à une certaine élite culturelle et économique. On voulait décroïsonner tout ça. On a pas mal réfléchi sur le modèle à l'époque. On est allé voir la Park Slope Food Coop à Brooklyn et on s'est lancé juste après l'ouverture de La Louve à Paris. Le magasin a ouvert en 2017.

Raeto : Je suis issu du mouvement de l'agriculture contractuelle qui a démarré à la fin des années 1970 à Genève. L'agriculture contractuelle, c'est un mouvement qui rassemble des initiatives liant des producteurs et productrices et des consommateurs et consommatrices par un contrat, comme les AMAPs (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) ou, à Bruxelles, les GASAPs (Groupement d'Achats Solidaires à l'Agriculture Paysanne). Je suis aussi fondateur de la première AMAP en Europe, Les Jardins de Cocagne. À l'origine, j'étais paysan, je suis maintenant retraité depuis 5-6 ans.

La Fève est issue de la rencontre entre ce mouvement des paniers bio et le mouvement des coopératives d'habitation. Les coopératives d'habitation sont une spécificité suisse, elles visent l'autogestion des immeubles et ont le vent en poupe parce qu'elles répondent au besoin de l'Etat de mettre en place des logements sociaux avec une mixité sociale³. La Fève est née de la rencontre de ces deux mouvements, dans un nouveau quartier d'une commune, Meyrin, qui comptait à l'époque 10 000 habitants et en compte maintenant 25 000. Avec l'aide de la commune, quatre coopératives d'habitation, de 500 logements au total, ont pu être créées. Alors, nous, des producteurs et productrices de paniers bio, on a rencontré les promoteurs et promotrices de ces coopératives de logement et on a dit : « avec 500 appartements, on peut envisager de faire un magasin ».

Notre idée, c'était d'aller plus loin que les paniers individuels, c'était d'avoir un panier global pour un quartier. C'est ainsi qu'on a créé en 2018 La Fève, un *Supermarché Participatif Paysan*, dont la clientèle coopératrice est constituée soit de consommateurs, soit de producteurs. Les producteurs font donc partie de la clientèle, qui travaille bénévolement pour le magasin, au même titre que les consommateurs.

Pourriez-vous nous donner quelques chiffres clés pour comprendre le fonctionnement actuel de votre magasin, en termes de nombre de consommateurs, producteurs, chiffre d'affaires ?

Martin : Le magasin est ouvert 7 jours sur 7 et se veut être un « one stop shop ». On y trouve tous les produits, pour que la clientèle coopératrice puisse y faire l'entièreté de ses courses. Nous avons environ 1 500 coopérateurs et coopératrices actifs, qui travaillent bénévolement 2h45 par mois dans le magasin, et le magasin nourrit plus ou moins 4 000 personnes. Ces chiffres varient. En 2022, avec la crise, on était un peu en perte de vitesse ; 2023 est plus encourageant. On a 100 à 120 fournisseurs. Nous avons 9 employés, dont 8 sur fonds propres et un sur subsides. Notre chiffre d'affaires annuel est d'environ 4 millions d'euros.

Raeto : Nous, on n'est pas ouvert 7 sur 7 mais on arrive à ouvrir 5 jours sur 7. La clientèle coopératrice comprend 220 personnes, ce qui ne suffit pas pour assurer l'ouverture du magasin toute la semaine. Cette clientèle doit également travailler bénévolement 2h45 par mois. On a un employé à plein temps qui fait la coordination, un responsable du bureau des membres à 40% et un comptable à 20%. Pour le reste, tout le magasin est tenu par du bénévolat. À mon avis, ce n'est pas tenable mais pour le moment on n'a pas les moyens d'engager des gens. On a une soixantaine de fournisseurs. Notre chiffre d'affaires annuel est d'environ 900 000 €.

En lisant vos statuts, on voit que vos deux coopératives poursuivent une finalité large, qui vise à la fois le soutien aux producteurs, l'accessibilité aux consommateurs et à toucher un quartier dans toute sa diversité sociale. Cela n'est pas évident ! Chez SAW-B, on constate que « soutien aux producteurs et accessibilité aux consommateurs » est une équation insoluble dans le contexte économique néolibéral actuel. Où avez-vous décidé de placer le curseur dans votre modèle ? Quelles difficultés avez-vous rencontrées et quels compromis avez-vous dû faire par rapport au projet initial ?

Martin : Dans les statuts, quand on lit la finalité sociale, on remarque la tension entre accessibilité et durabilité. On veut d'un côté soutenir les producteurs et productrices, les filières locales, le circuit court et de l'autre côté on veut être accessible au niveau prix pour la clientèle plus précaire. Notre positionnement, c'est de poursuivre les deux. Mais c'est une tension constante et on se pose des questions tous les jours. Par exemple, est-ce que l'on prend des carottes bio moins chères ou est-ce qu'on continue de travailler avec notre

producteur de carottes qu'on aime bien, avec qui on travaille depuis longtemps mais qui est plus cher car il est sur des moyennes surfaces ? On bosse avec lui mais du coup, on n'est pas du tout concurrentiel sur les carottes alors qu'on défend un modèle de prix concurrentiels.

Notre manière de trancher entre accessibilité et durabilité n'était pas claire à l'époque et ne l'est toujours que partiellement. On est une coopérative de consommateurs et consommatrices. Donc pour nous, c'était normal de pouvoir proposer différentes gammes d'un même produit afin que la clientèle puisse choisir. Mais il y a eu une grosse levée de boucliers, qui nous a amenés à bosser sur une « charte produits », qui questionne essentiellement les enjeux de durabilité. Cette charte, on a pris deux ans à l'écrire, avec beaucoup de soirées de discussions. Le processus s'est terminé par un vote en Assemblée Générale. En gros, la charte dit que ça doit être soit du bio soit, si ce n'est pas bio, du local. Le local est défini belge. Mais il reste des questions non tranchées dans cette charte. La première, c'est : est-ce qu'on propose des produits qui répondent uniquement au critère du prix bas ? Et si oui, lesquels ? Pourquoi ? Comment ? La deuxième concerne les fruits et légumes de saison : est-ce qu'on propose un minimum de fruits et légumes qui ne sont pas de saison ?

En résumé, notre positionnement, c'est qu'on propose à la clientèle un choix entre les deux : des produits super durables qui peuvent être chers et des produits accessibles qui néanmoins respectent la « charte produits ». Avec une exception pour les fruits et légumes. Du fait qu'on les vend en vrac, on ne peut pas mettre côte à côte une carotte bio industrielle et une carotte d'un petit paysan. À la balance pour payer au kilo, il y aurait des erreurs. Pour les fruits et légumes, on doit arbitrer en amont et on ne propose qu'un produit.

Raeto : Pour La Fève, l'objectif était d'aller un pas plus loin qu'avec les AMAPs dans le soutien aux paysannes et paysans. L'idée de départ vient de paysannes et paysans qui se sont dit : on va faire un contrat entre un groupe de paysans et tout un quartier. Le but était de toucher une plus large clientèle et aussi de ne pas se limiter aux légumes, comme dans les AMAPs. Notre but, ce n'était pas seulement de se préoccuper du droit à l'alimentation mais aussi de soutenir l'agriculture paysanne, d'avoir une influence sur la politique agricole. Mais dans la pratique, on est noyé dans une série de contradictions, à cause de cette tension entre l'envie d'être ouvert à tout le monde et celle de soutenir les paysans.

Cette tension est d'autant plus forte que notre projet initial n'a pas pu être réalisé. On avait prévu d'ouvrir un magasin de 500 mètres carrés et, finalement, un supermarché classique nous a doublé en cachette dans les négociations avec le promoteur. Aujourd'hui, on est coincé dans un magasin de 100 mètres carrés. Avec cette taille-là, le magasin n'est pas assez grand pour être concurrentiel sur les prix. On n'a pas accès aux produits bio industriels, moins cher et produits en grande quantité. Leurs producteurs et productrices ne sont pas intéressés par les trop petites quantités qu'on peut leur acheter, ce qui en retour limite le type de clientèle qu'on peut attirer. Aujourd'hui, on est concurrentiel sur le haut de gamme, des produits bio suisses de producteurs et productrices sur petites et moyennes surfaces. Là, on est même moins cher que les grands distributeurs car eux prennent des marges abusives sur ces produits-là. Et puis, ce qui limite aussi notre capacité à attirer une clientèle plus précaire, c'est la dévaluation de l'euro par rapport au franc suisse et le fait que la France est à 200 mètres de chez nous. Cela étant dit, nous avons l'impression que nous souffrons moins que les autres acteurs sur les marchés ou les magasins bio. Actuellement, le secteur de la bio et des petites structures de vente se porte très mal.

Mais, fondamentalement, je pense que la société civile peut seulement faire un tout petit pas pour répondre au double enjeu d'accessibilité et de soutien aux producteurs et productrices. Pour le reste, c'est surtout à l'État de régler ce problème. À un moment donné, c'est un débat de société et il doit y avoir des subventions si on veut maintenir une agriculture paysanne et la rendre accessible.

Comment fixez-vous vos prix d'achat aux productrices et producteurs ? Avez-vous une politique de soutien aux petits paysans et paysannes bio ? Si oui, comment cela se traduit-il dans la pratique ?

Martin : Comme je le disais, pour chaque produit, nous avons du bio industriel et du bio local issu de petites surfaces, sauf pour les fruits et légumes où l'on a soit l'un, soit l'autre. Pour arriver à des prix plus justes pour nos maraichers, on a mis autour de la table les trois maraichers avec lesquels nous travaillons en direct (une partie des légumes provient d'un grossiste). Ils discutent ensemble de qui va produire quoi, du prix, des conditions et des quantités. Ils se répartissent les légumes en fonction de leurs envies, de leur terre, de leur rotation de cultures. Au départ, on pensait même faire des contrats avec eux et réaliser ensemble leur plan de culture, mais ils ne se sont pas montrés intéressés. Par ailleurs, on voulait initier ces tables de concertation depuis longtemps mais il nous fallait une vue sur les volumes d'achats qu'on peut écouler. Il faut préciser que chez nous, tous nos coopérateurs et coopératrices sont des consommateurs ou consommatrices. Nos maraichers ne sont pas membres de BEES Coop, contrairement à La Fève. Ils sont nos partenaires et même si on comprend leur besoin de fixer des prix rémunérateurs, on doit parfois discuter leur proposition de prix. Ce sont des choix difficiles mais au moins cela se fait en leur présence et par le biais d'une discussion.

Pour les producteurs et productrices de produits secs, certaines fois, on leur demande aussi de vendre à nos grossistes plutôt qu'en direct chez nous. Travailler en direct avec tout le monde, ça fait beaucoup de contrats, de trajets, les livraisons sont moins courantes, la gestion des stocks est plus compliquée, ... Actuellement, on a des grossistes très agressifs sur le marché qui viennent avec des propositions de prix où on est moins cher via le grossiste qu'en direct ! Du coup, ça arrive, même pour un producteur ou une productrice qu'on aime beaucoup, de l'appeler pour lui exposer la situation : « on est une coopérative de consommateurs et consommatrices, notre objectif c'est quand même que nous puissions payer le prix le moins cher. Qu'est-ce qu'on fait ? ». Et on discute pour voir si c'est envisageable pour lui d'aligner ses prix. Là, il y en a un qui ne veut pas aligner ses prix. Dans un cas comme celui-là, nous, les salariés, on ne se sent plus légitimes pour décider. On va lancer un sondage auprès des membres coopérateurs, et puis on va amener la question en Assemblée Générale où on va décider.

Raeto : Chez nous, pour les légumes, ce sont les producteurs et productrices de l'agriculture contractuelle de la région de Genève qui décident ensemble des prix lors d'une réunion annuelle. Ils font une liste de prix pour chaque légume pour toute l'année. Donc le prix ne fluctue pas avec les saisons. Et ces prix-là sont appliqués aussi chez nous. Pour l'instant nous avons trois producteurs et productrices qui se sont mis d'accord pour produire pour La Fève. Nous ne pouvons en soutenir plus car nous n'avons pas assez de ventes. L'idée de départ est que le magasin porte le risque et qu'on les soutienne réellement. On a dit : « on estime ce dont on a besoin pour 200 membres et puis on passe un contrat avec un groupe de paysans et paysannes. C'est au magasin de faire la publicité auprès de ses membres, de leur expliquer la situation des producteurs et productrices, pour arriver à porter le risque ». Le magasin a réussi à honorer son contrat avec les paysans et paysannes au sens où il les a payés pour les produits non vendus. Mais nous avons eu des débats non-stop

parce que les pertes devenaient trop grandes et le contrat avec les paysans et paysannes était tout le temps négocié à la baisse pendant l'année.

On essaye également de respecter la philosophie des AMAPs où le prix est basé sur le travail fourni plutôt que sur l'unité ou le poids du produit. Par exemple, pour nos œufs, on propose aux gens de louer une poule. Vous avez un rayon dans le magasin sur lequel vous trouvez vos 2, 3, 4 œufs suivant les semaines de l'année. Le système est rationalisé : il y a 60 poules pour 60 locataires, et c'est la moyenne des œufs pondus que vous recevez chaque semaine. On a plusieurs projets comme ça où le ou la cliente ne paye pas le produit, il ou elle paye le travail et reçoit le résultat du travail. Et là, ce qui est intéressant, c'est que les gens cherchent à soutenir un modèle d'agriculture, plutôt qu'à comparer les prix du marché.

Le cheval de bataille de La Fève reste les contrats basés sur la rémunération du travail plutôt que du produit. Si on veut sauver l'agriculture paysanne, les contrats sont nécessaires. Mais on a besoin d'un magasin plus grand et de plus de clientèle. Idéalement, on aurait une partie du magasin réservée aux produits de l'agriculture contractuelle de proximité, des produits du quotidien qu'on est à peu près sûr de liquider pour ne pas faire de tort au magasin, et une autre partie avec les autres produits qu'on trouve sur le marché pour attirer plus de monde. Mais pour l'instant, on est coincé dans un magasin trop petit.

Quelles mesures avez-vous prises pour favoriser l'accessibilité des produits paysans et bio à un public diversifié socialement ? Sans mesure concrète, on se retrouve vite entre consommateurs et consommatrices privilégiés, non ?

Raeto : L'éternel débat est : est-ce qu'il faut faire la discussion sur l'accessibilité en dehors du magasin ou dans le magasin. Nous on pense qu'il faut le faire dedans. Pour que les gens viennent, il faut ouvrir le magasin à une gamme de produits très large. Et puis, une fois dans le magasin, proposer des contrats. Mais la pratique dans notre magasin n'est pas celle-là comme je le disais, car on est trop petit.

On discute aujourd'hui de plein d'alternatives, comme faire trois prix différents et que les gens choisissent le prix qu'ils payent à la caisse. Mais plus que baisser les prix, on pense qu'il faut subventionner les gens pour leur permettre d'avoir accès à nos produits. Aujourd'hui, les membres de deux coopératives d'habitation peuvent obtenir des subventions de leur coopérative. Ceux-là ne payent alors pas le prix plein dans notre magasin. Par exemple, pour un contrat d'achat mensuel de 150 francs suisses, ils payent 120 francs, ou 90 francs s'ils ont vraiment des bas revenus, et c'est la coopérative d'habitation qui paye le reste.

Malgré tout, on n'arrive pas à attirer un public diversifié, et difficilement les étrangers. C'est le look du magasin, le prix, la peur d'aller dans un magasin bio haut de gamme... Je suis aujourd'hui convaincu que ce n'est pas le fait de devoir travailler dans le magasin qui est le blocage principal pour fréquenter le magasin. Sur les 2 500 habitants du quartier, on ne touche peut-être que 10 %. Les autres, ils vont dans d'autres supermarchés classiques suisses. C'est très difficile d'attirer les gens dans un magasin bio de quartier.

Martin : On sait que certains produits de notre gamme sont en fait très violents symboliquement, à cause de leur prix. Comme pour les œufs, où on a fait le choix de n'avoir qu'une seule productrice bio, à 0,39 cents l'œuf TVAC, ce qui fait que, pour les œufs, on est trois fois plus cher qu'ailleurs dans le quartier, alors que les consommateurs et consommatrices doivent travailler dans le magasin ! Je ne sais pas si c'est une bonne chose.

Moi je pense que c'est essentiel que le supermarché ne soit pas moralisateur, donc qu'il ne propose pas que des produits haut de gamme ou que du bio. Et en fait, ça ne marcherait de toute façon pas, parce qu'il y a peu de gens qui ont une capacité financière pour acheter 100 % bio. Cela explique notre choix de proposer des produits non bio, mais qui respectent une charte, notre « charte produits ». Cela étant dit, environ 90% de notre assortiment est bio.

Sinon, je rejoins à fond Raeto sur le fait que si on veut avoir une alimentation durable et de qualité, donc plutôt issue de petits producteurs et paysans, accessible à tous et à toutes, il faut une intervention publique extérieure. C'est ce constat qui a amené la BEES à aller toquer à différentes portes, et notamment celle du CPAS de Schaerbeek avec qui on a démarré un test. On a mis sur pied une sorte de projet pilote pour une « Sécurité sociale de l'alimentation »⁴ dont beaucoup parlent aujourd'hui. En 2022, il y avait 20 personnes du CPAS qui bénéficiaient de 150 € par mois à dépenser à la BEES. En contrepartie, ces personnes devaient devenir coopératrices et s'intégrer dans la dynamique de la BEES. Sur les 20, il y en a 12 ou 13 qui sont venues régulièrement. On a renouvelé le dispositif en 2023 avec différents financements. Actuellement, c'est 62 personnes qui bénéficient de 120 à 150 € par mois. La sélection des personnes s'est faite via le CPAS, qui a mis le focus sur des personnes âgées et des familles monoparentales, et via EPISOL, une épicerie sociale de Schaerbeek, qui a mis le focus sur des personnes ne touchant bientôt plus d'aide alimentaire. C'était important pour nous de ne pas avoir à sélectionner nous-mêmes les bénéficiaires, on n'est pas des assistants sociaux.

On n'a pas encore pu tirer de conclusions de ces tests. L'analyse est en cours. On va faire des entretiens avec les participants et participantes, et puis on va formuler des recommandations et conclusions.

Pour être membre de votre coopérative, il faut travailler 2h45 par mois. Cela peut représenter un obstacle considérable pour certaines personnes, comme une maman seule qui travaille à temps plein. Quels efforts faites-vous pour encourager la participation d'une diversité de bénévoles ?

Martin : C'est un vrai problème, celui de la participation, qui est différent mais lié à celui de l'accessibilité économique. La réponse qu'on a mise en place, ce sont des shifts de solidarité. Chaque membre coopérateur peut venir faire un shift de plus qui va dans un pot commun et les gens en besoin peuvent prendre des shifts de solidarité. On demande quand même que les gens fassent minimum 8 shifts par an sur les 13. Par ailleurs, les gens en congé de maladie, de parentalité, ou autre, peuvent bénéficier d'exemptions de shift. En fait, toute personne qui a un couac dans sa vie, à un moment donné, peut demander à BEES d'être exemptée de shift de manière temporaire ou permanente. Ce genre de choses est discuté par le bureau des membres, donc les coopérateurs et coopératrices qui sont en charge de ça.

Mais c'est clair que pour les familles monoparentales, c'est très compliqué. La meilleure réponse aurait été la crèche, comme ils l'ont fait à Park Slope, avec une garderie pour les enfants des personnes qui travaillent, le temps de la durée de leur shift. À Paris, ils ont aussi fait une crèche mais ils l'ont fermée parce qu'il n'y avait pas assez de demandes. Nous, on a un peu cherché pour créer une garderie, mais c'est vraiment très compliqué d'être un milieu d'accueil de la petite enfance car il y a des questions d'assurance, de responsabilité, ... Du coup, voilà, pour le moment, on n'a que des réponses partielles.

Raeto : La réponse qu'on a apportée à ce problème-là, c'est d'être très souple. Donc donner beaucoup de pouvoir au bureau des membres qui gère ces questions-là, qu'il puisse le régler au cas par cas. Que chaque

situation individuelle puisse être prise en compte quand on fait les contrats de participation des membres coopérateurs. Idéalement, on trouverait des règles généralisables pour tout le monde, on en est conscient, mais on ne les a pas encore trouvées.

Beaucoup d'initiatives comme les vôtres font appel à du bénévolat et à des subsides. Ne risquent-elles pas de faire concurrence à d'autres acteurs de l'économie sociale, comme des groupements d'achat ou des magasins de productrices et producteurs qui ne bénéficieraient pas des mêmes soutiens ?

Martin : On a eu des subsides au lancement et maintenant on a des subsides pour certains projets spécifiques. Mais je pense qu'une des grosses différences entre nous et un autre magasin, c'est que nous on est sans but lucratif et du coup il n'y a personne qui s'enrichit derrière. Il n'y a pas de plus-value et il n'y a pas de dividendes. Donc ça, c'est vraiment une très grosse différence avec soit un indépendant, soit une chaîne de magasins bio où, même dans le cas où ils soutiendraient l'agriculture paysanne, il y a un enrichissement personnel de certains membres et donc une captation de la plus-value. En fait, on fait une mission de service public en quelque sorte.

Ceci dit, on n'a pas la prétention de dire que le modèle de la BEES est universel et doit être universel. Si les gens n'ont pas envie de travailler dans le magasin et qu'ils gagnent 4 000 € ou 6 000 €, je leur dis : « allez dans un supermarché bio ; vous allez retrouver le même produit, vous le payerez juste 30 % plus cher ». Ou si vous voulez soutenir à fond l'agriculture paysanne : « prenez un panier dans le réseau des GASAPs, où les gens s'engagent à soutenir les producteurs et productrices sur un an ».

Notre philosophie, c'est de dire : travaillons ensemble avec ceux et celles qui ont les mêmes valeurs. Les GASAPs, c'est aussi sans but lucratif et c'est 100% de soutien à l'agriculture paysanne et on travaille ensemble sur certains dossiers. Alors, c'est vrai qu'on a fait concurrence au GASAP de notre quartier. Quand on s'insère dans un marché, on fait souffrir nos concurrents directs, même celles et ceux qui partagent les mêmes valeurs. Mais bon, c'est inévitable. Heureusement le GASAP, est toujours là même s'il a dû un peu se réinventer.

En conclusion, les supermarchés coopératifs et participatifs sont-ils selon vous un outil de transformation de nos systèmes alimentaires ?

Raeto : C'est une question politique. Quel rôle a encore l'alimentation dans notre société ? Nous on s'interroge beaucoup sur la forme 'magasins'. Est-ce que vraiment on peut combattre une politique agricole ou une politique alimentaire par une politique de supermarché ? Est-ce que la transition de notre société est possible sans remettre en question le fait que le prix ait plus d'importance que la relation humaine dans les échanges commerciaux ? Je ne le crois pas.

En développant La Fève, on s'est écarté du modèle originel des AMAPs par la création d'un magasin où l'on souhaitait garder la notion de contrat et de réciprocité, où la relation humaine reste plus importante que le prix, mais globalement on n'y est pas arrivé. Je ne sais pas s'il faut supprimer le modèle de supermarché coopératif, mais en tous les cas, comme nous l'expérimentons, on a échoué. Le problème d'un magasin, c'est que la clientèle a le réflexe du consommateur : on discute et regarde le prix et la qualité, et rien d'autre. Le travail, la politique, tout ça disparaît. Mais dès qu'on se remet autour de la table pour discuter tous ensemble, là, le respect pour le paysan, la paysanne, et leur travail reviennent. Qu'on revienne à la logique des AMAPs

où on ne discute pas du prix du kilo de la carotte mais de combien la clientèle paye par an pour avoir accès à une certaine quantité de nourriture et faire vivre les paysans. Quand les consommateurs et consommatrices connaissent les salaires des paysans et paysannes, ils sont souvent d'accord de payer pour qu'ils puissent vivre correctement.

Après, on ne peut pas supprimer les magasins, il y aura toujours des magasins. Et pour moi, garder des magasins aurait un sens si leur rôle était de faire des contrats : de bien livrer ce qui aurait été prévu par les contrats, d'assurer leur réalisation dans le quotidien. Et que le magasin devienne une sorte de base alimentaire soutenue politiquement. J'aimerais tout faire pour que ces questions ne soient plus des questions de morale pour les consommateurs et consommatrices, mais un choix de société, politique. C'est à la société de décider quelle agriculture elle veut soutenir.

Pour aller plus loin ...

Comment choisir le lieu où l'on va faire ses courses ? Raeto et Martin nous le montrent bien, en remplissant notre caddie, on fait toutes et tous de vrais choix politiques, tout en étant limité par nos capacités financières et individuelles. Aucune alternative aux supermarchés classiques n'est parfaite. Pour autant, les alternatives ne soutiennent pas toutes le même modèle socio-économique et n'ont pas le même impact sur la transition vers un système agro-alimentaire plus juste et résilient. Pour conclure cette analyse, nous vous proposons quelques questions à vous poser avant de choisir où faire vos courses :

- En tant que consommateur, consommatrice, on ne connaît pas forcément en profondeur le modèle économique du magasin que nous fréquentons, quand bien même celui-ci se présente comme alternatif au modèle dominant. Soutenons-nous un modèle ancré dans la logique de marché, concurrentiel, avec des prix compétitifs, ou un modèle qui privilégie des logiques de réciprocité et de solidarité entre producteurs et consommateurs, et de redistribution entre personnes plus ou moins aisées ? Pour mieux comprendre les logiques économiques sous-jacentes à la construction des prix et identifier ce que vous souhaitez pour vous-même, nous vous invitons à (re) découvrir notre étude « Le prix juste. Et si on prenait le problème à la racine ? »⁵.
- Martin et Raeto réclament une intervention de l'Etat et des politiques publiques pour assurer une alimentation de qualité et juste pour toutes et tous. En effet, des politiques publiques sont nécessaires pour changer radicalement les logiques de nos systèmes alimentaires, et ainsi soutenir à la fois la paysannerie et permettre aux personnes précarisées d'acheter des produits locaux et bio. A ce jour, c'est essentiellement la Politique Agricole Commune (PAC) qui façonne nos systèmes alimentaires et ses résultats sont décevants. Pour réfléchir à la manière dont les politiques publiques pourraient soutenir un système agro-alimentaire plus juste et plus résilient, nous vous invitons à (re)découvrir notre analyse sur le sujet : « Repenser la politique agricole européenne comme une politique d'intérêt général ... Une douce utopie ? »⁶.
- Construire une initiative entre consommateurs et consommatrices uniquement ou avec d'autres parties prenantes n'aboutit pas aux mêmes résultats. Chaque partie prenante à ses intérêts propres. Il ne suffit pas d'être conscientisé par rapport aux enjeux globaux de la transition alimentaire pour

connaître les réalités de chaque maillon de la chaîne alimentaire. Quelle place donc pour les paysans et paysannes et, plus globalement, les différentes parties prenantes (consommateurs, distributeurs, épiciers, etc.) dans les processus de décision ? Et comment fonctionner ensemble quand on représente des intérêts divergents ? Pour creuser davantage ces questions, nous vous invitons à (re)découvrir notre analyse qui met en lumière comment, dans la pratique, des systèmes de commercialisation peuvent combiner intérêt général de la société et intérêts particuliers de différentes parties prenantes : « Impliquer différents acteurs dans la construction des circuits courts : pourquoi ? Comment ? Quels enjeux ? L'expérience de trois coopératives de distribution et vente alimentaire. »⁷

¹ Chez SAW-B, nous avons choisi de tester dans nos dernières publications différents modes d'écriture inclusive. Pour cette analyse, nous avons choisi d'utiliser tant que possible des formes épiciques (quitte à être un peu inventif !) ou de doubler les formes au masculin et féminin. Lorsque le texte devenait vraiment trop lourd à lire avec le doublement et que la forme épicienne n'existait pas, nous avons gardé la forme masculine.

² Le « croissant pauvre » correspond à une zone de Bruxelles comprenant des parties des communes de Saint-Josse Molenbeek, Anderlecht, Forest, Schaerbeek, Laeken et Saint-Gilles.

³ Le but de ces coopératives d'habitation est d'avoir une mixité sociale. Il y a des appartements fortement subventionnés, des appartements légèrement subventionnés et il y a aussi des loyers libres.

⁴ Pour en savoir plus sur le projet de « Sécurité Sociale de l'Alimentation » en Belgique, voir : Fian Belgium, 2023, « Sécurité Sociale de l'Alimentation », <https://www.fian.be/+-Sociale-Voedselzekerheid-+>, consulté le 25 mai 2023.

⁵ Garbarczyk Barbara et Vanwelde Mathieu, 2018, « Le prix juste. Et si on prenait le problème à la racine ? », SAW-B, https://saw-b.be/wp-content/uploads/sites/39/2020/05/etude_sawb_2018_web.pdf, consulté le 18 août 2023.

⁶ Dumont Antoinette, 2020, « Repenser la politique agricole européenne comme une politique d'intérêt général ... Une douce utopie ? », SAW-B, <https://saw-b.be/wp-content/uploads/sites/39/2020/10/A2008-PAC-PolitiqueInteretGeneral.pdf>.

⁷ Dumont Antoinette et Claeys Priscilla, 2022, « Impliquer différents acteurs dans la construction des circuits courts : pourquoi ? Comment ? Quels enjeux ? L'expérience de trois coopératives de distribution et vente alimentaire. », SAW-B, https://saw-b.be/wp-content/uploads/sites/39/2022/12/A2207_CooperativesMultiActeursCircuitsCourts_VF.pdf, consulté le 18 août 2023.



Ce texte vous parle, nos idées vous interpellent ? C'est le but !

Cette analyse s'inscrit dans notre démarche de réflexion et de proposition sur des questions qui regardent la société. Si vous voulez réagir ou en discuter avec nous au sein de votre groupe, de votre espace, de votre entreprise, prenons contact. Ensemble, faisons mouvement pour une alternative sociale et économique !

N'hésitez pas à nous contacter : info@saw-b.be ou 071 53 28 30

À la fois fédération d'associations et d'entreprises d'économie sociale, agence-conseil pour le développement d'entreprises sociales et organisme d'éducation permanente, SAW-B mobilise, interpelle, soutient, et innove pour susciter et accompagner le renouveau des pratiques économiques qu'incarne l'économie sociale. Au quotidien, nous apportons des réponses aux défis de notre époque.

Rédaction : Antoinette Dumont et Priscilla Claeys

Relecture : Hugues De Bolster

Avec également les retours de : Martin Raucent et Raeto Cadotsch, que les autrices remercient chaleureusement

Illustration : La Fève (©François de Limoges)