



CONSOMMER LOCAL : DU PANIER BIO AU SUPERMARCHÉ ALTERNATIF ?

Barbara Garbarczyk
Chargée de projets
Études & animations

Analyse 2015

DOSSIER « CIRCUITS COURTS »

GAC, GASAP, La Ruche qui dit Oui : du pareil au même ?

Consommer local : du panier bio au supermarché alternatif ?

Les coopératives énergétiques citoyennes : réponses locales à un problème global ?

Que ce soit pour des raisons écologiques, politiques ou de santé, nous sommes de plus en plus nombreux à essayer de désertier le système ultra rodé et hégémonique des grandes chaînes de distribution alimentaire. *Essayer*. En effet, celui-ci est diablement efficace. Mais ces intermédiaires sont régulièrement montrés du doigt et face à eux, des circuits alternatifs se développent : paniers de légumes, vente directe chez les producteurs, groupes d'achats, etc. Ces circuits permettront-ils demain de se passer réellement des grandes chaînes de distribution ? Ou bien faudrait-il essayer de « dédramatiser » les intermédiaires, pousser les alternatives à changer d'échelle et réfléchir à de nouvelles formes de supermarchés ?

Dans une précédente analyse¹, nous avons comparé différents modèles de circuits courts en nous concentrant sur deux exemples : les GASAP et la Ruche Qui Dit Oui. Ici, nous abordons la question en changeant d'échelle et en partant à la découverte de plusieurs modèles de supermarchés alternatifs : *färm*, OIKOPOLIS ainsi que BEES coop. Quelles sont leurs caractéristiques en en quoi peuvent-ils représenter une alternative à plus grande échelle ?

SUPER ET HYPERMARCHÉS : LES COÛTS CACHÉS DU « BON MARCHÉ »

Si les super et hypermarchés proposent des prix si bas, ce n'est pas sans contreparties. Et les coûts cachés sont nombreux. Pour résumer, nous pouvons distinguer deux grands types de désastres que causent ces structures. Premièrement, des désastres sociaux : les conditions de travail y sont difficiles et les personnes mal rémunérées, ce sont souvent des grandes chaînes de magasins qui ne paient que très peu d'impôts et ne contribuent donc pas (assez) aux caisses de l'Etat², les producteurs sont mis sous pression pour proposer des prix toujours plus bas... Deuxièmement, des désastres environnementaux : le gaspillage alimentaire, bien qu'il soit de plus en plus régulé, s'y compte par tonnes, des aliments parcourent la moitié de la planète par avion ou dans des camions qui roulent parfois à vide, les légumes y sont remplis de pesticides... Tout cela a évidemment des conséquences sur la santé des consommateurs, et sur le budget de la santé publique. « *En cherchant le bon marché à tout prix, on économise sur le dos de l'avenir de nos enfants* »³ comme l'explique Sarah Van Liefferinge, militante écologiste et membre du Parti Pirate. Avec le traité transatlantique en cours de négociation, le paysage des supermarchés n'est pas près de s'améliorer⁴....

Et pourtant, ces supermarchés ont le quasi-monopole des dépenses alimentaires des ménages. Pourquoi ça marche autant ? Plusieurs éléments peuvent être relevés : horaires

¹ Voir notre analyse « GAC, GASAP, La ruche qui dit oui : du pareil au même ? », disponible sur www.saw-b.be

² RYDBERG E., « Le coût salarial chez Carrefour : essai de mise au point », disponible sur www.gresea.be

³ VAN LIEFFERINGS S., « Le bon marché nous coûte trop cher », opinion *Le Vif*, 12 août 2015, www.levif.be

⁴ Voir notre analyse « Contre le traité transatlantique ! », disponible sur www.saw-b.be

d'ouverture très flexibles (adaptés à des travailleurs pressés et tout aussi flexibles...), concentration de tous les produits essentiels au même endroit, facilité d'accès, bas prix (mais qui poussent à la surconsommation), intégration de produits bios ou locaux pour maintenir des clients plus attentifs à cet aspect...

VENTE DIRECTE ET PANIERS : DU « SUPER-MARCHÉ » AU « SUPER-CONSOMMATEUR » ?

Face au désastre du système des grandes surfaces, ce sont, souvent à juste titre, les intermédiaires qui sont montrés du doigt. Ainsi, de nombreuses initiatives proposent de réduire, voire de supprimer tous les intermédiaires via un système de circuit court⁵. Certains consommateurs préfèrent aller acheter directement chez les producteurs et y voient de nombreux avantages : prix plus intéressant, contact avec le producteur, meilleure connaissance de la provenance des produits, etc. Cette solution est évidemment la meilleure si le producteur s'avère être aussi notre voisin. Cependant, parcourir de nombreux kilomètres (en voiture) pour aller chercher des produits (chez différents producteurs) pour échapper aux supermarchés est à la fois réservé à une certaine élite (ayant du temps et les moyens) et un total non-sens écologique et économique. Imaginez que toute la population (même d'un village) aille se fournir directement chez les producteurs de la région : ce qui sera économisé lors de l'achat sera dépensé pour les frais d'essence (et sans parler de la perte de temps, des embouteillages et de la pollution supplémentaire que cela provoquerait : un comble pour des gens qui militent pour une alimentation plus saine !). De plus, cela nécessite un aménagement spécial des locaux ainsi que du personnel (ou bien le temps précieux du producteur lui-même) chez les producteurs pour pouvoir accueillir et s'occuper des clients.

Le système des paniers est alors une autre alternative, avec des formules existantes variées (GASAP, GAC...), mais un même principe : le consommateur s'engage pour un certain temps à acheter des paniers chez un producteur (ou un groupement de producteurs). Il paie un forfait à l'avance, et partage ainsi la responsabilité et les risques (mauvais temps, etc.) avec les producteurs. Les consommateurs s'organisent entre eux pour aller chercher les produits, les répartir entre les paniers des différents ménages, gérer la logistique, les entrées-sorties des membres du groupe ainsi que les permanences. Beaucoup d'entre eux apprécient cette formule pour sa convivialité (les permanences sont aussi une occasion de voir les autres membres, des soirées festives sont parfois organisées au sein d'un GAC), ainsi que pour la sensation de « mettre la main à la pâte », se réappropriant réellement son alimentation. Du côté des producteurs, la formule est avantageuse car ils maîtrisent mieux les stocks et les conditions financières sont meilleures qu'en passant par des grossistes, sans oublier l'aspect social également valorisant (reconnaissance du travail fourni par des consommateurs connus). Cependant, très peu de producteurs parviennent à vivre exclusivement de la formule paniers.

Cette formule est néanmoins assez exigeante pour les consommateurs qui doivent s'engager à long terme, et consacrer de nombreuses heures pour assurer collectivement la logistique du groupe (même si, rappelons-le, cette partie peut également être source de satisfaction pour les consommateurs). En abandonnant le supermarché, ils se voient devenir des « super-consommateurs », assumant les rôles d'acheteur, mais aussi de transporteur, dispatheur, animateur de groupe, chargés de communication... Ainsi, tant que le travail à temps-plein restera une norme dans notre société, ce système, bien qu'intéressant, risque de ne convenir qu'aux personnes ayant le temps, ou étant fortement sensibilisées et engagées.

⁵ La Région Wallonne définit un circuit court comme « un mode de commercialisation de produits agricoles et horticoles, qu'ils soient bruts ou transformés, dans lequel au maximum un intermédiaire intervient entre le producteur et le consommateur » (source : http://agriculture.wallonie.be/apps/spip_wolwin/article.php3?id_article=355).

Autrement dit, si réduire les intermédiaires est tout à fait souhaitable, on ne peut supprimer les distributeurs. D'ailleurs, pour bien se faire comprendre, nous devrions plutôt parler de « pôles », avec un « pôle consommation » (les consommateurs), un « pôle distribution » (les magasins et les grossistes), et un « pôle production » (les agriculteurs et les transformateurs). Chaque pôle inclut un certain nombre de tâches. Contrairement aux apparences, ce n'est pas parce qu'on supprime les magasins qu'il n'y a plus de tâches de distribution à faire (une carotte ne passera jamais des mains de l'agriculteur à l'assiette du consommateur par magie) : celles-ci sont dans ces cas-là prises en charge par les consommateurs ou par les producteurs. Ce pôle distribution, bien qu'en apparence moins « concret » que les deux autres, est donc indispensable au bon fonctionnement du circuit économique.

TROIS INITIATIVES À PLUS GRANDE ÉCHELLE : FARM, OIKOPOLIS, BEESCOOP

Quand les tâches du pôle distribution sont assurées par des magasins, les dérives dont nous avons parlé plus haut sont-elles inéluctables ? De plus en plus d'initiatives nous prouvent le contraire, et nous proposons ici d'analyser trois sortes de magasins qui voient grand : *färm*, magasin coopératif bruxellois, OIKOPOLIS, un groupe d'alimentation locale luxembourgeois ainsi que Beescoop, (futur) supermarché coopératif à Bruxelles.

***färm* : « Changeons les liens des hommes à leur alimentation pour changer les liens entre les hommes. »**

Avec un tel slogan, le projet de *färm* est ambitieux. Cette récente coopérative réunit pour le moment deux magasins à Bruxelles (et va en ouvrir d'autres). Un magasin bio ? « *Pas que* », se défend Baptiste Bataille, biologiste et co-fondateur du projet. En plus du magasin, *färm* vise à devenir un lieu de production-transformation (et notamment boulangerie et charcuterie) ainsi que de sensibilisation et d'actions citoyennes autour des enjeux alimentaires. Si cette coopérative n'est pas à proprement parler de l'économie sociale⁶, le modèle n'en reste pas moins proche sur le plan des valeurs et intéressant à de nombreux égards.

À la fin des années 2000, les deux co-fondateurs étudient le système des paniers alors en émergence. Très vite, ils se focalisent finalement sur un point de vente. « *Nous ne voulions pas passer par le stade ASBL, car ça reste toujours dépendant des volontés politiques. Nous on voulait montrer qu'une coopérative peut avoir des valeurs fortes, que sont la coopération, l'exemplarité, la justesse et la joie de vivre, tout en ayant un modèle qui est rentable. Rentable au détriment de personne, rentable pour tout le monde* » précise Baptiste Bataille.

Un des grands enjeux du projet, c'est la transparence à tous les niveaux, et c'est également pour cela que c'est le modèle coopératif qui a été choisi. Du champ à l'assiette, chaque membre de la chaîne doit essayer de comprendre le travail des autres, et ainsi se rendre compte de ce qu'est un prix juste⁷. Le but est de créer des solidarités fortes entre les acteurs de la chaîne : *färm* n'hésite pas à investir chez des producteurs émergents qu'il souhaite soutenir (en préfinançant par exemple trois tonnes de quinoa cultivé en Belgique alors qu'il en vend 500 kg/an). Le magasin privilégie également les circuits courts et les petits producteurs locaux, même si un effort de logistique est alors indispensable des deux côtés : « *on aimerait bien fédérer des producteurs, et que eux-mêmes se mettent*

⁶ La distribution des dividendes n'est pas limitée à 6% : « *si un jour on peut offrir un dividende de 10% à tout le monde, au détriment de personne, pourquoi pas ?* » explique Baptiste Bataille. On trouve des coopérateurs à la fois chez les clients, les producteurs, des investisseurs et les fondateurs. La volonté est qu'au Conseil d'Administration, il y ait des représentants de chaque type d'acteurs. Notons également que le magasin applique une limitation des salaires de 1 à 5.

⁷ Il y a même eu l'idée d'afficher les marges que prend le magasin... Seulement, sans une formation du client et une comparaison avec d'autres magasins, ces marges peuvent parfois être mal interprétées.

en coopérative et qu'on vienne leur acheter leurs produits au prix discuté autour de la table, qui est rentable pour nous, 'fair' pour eux, et soutenable pour le client » explique le co-fondateur.

Et l'idée est de grandir, ouvrir d'autres magasins en ville, pour ne pas pénaliser les personnes qui n'ont pas de voiture et leur donner la possibilité d'avoir accès à des produits de qualité, « *sur un modèle plutôt Biocoop que Delhaize* ». « *Et si un jour on doit fermer car on a trop de concurrents, c'est que quelque part on aura réussi* » conclut Baptiste Bataille avec le sourire.

OIKOPOLIS : mettre tous les acteurs de la chaîne autour de la table

L'aventure OIKOPOLIS démarre en 1988 quand deux frères agriculteurs installent une petite laiterie pour garder la mainmise sur la plus-value de leur production. Ils veulent échapper aux dictats de l'industrie agroalimentaire mais trouvent difficilement des vendeurs pour leurs produits laitiers. Ils créent alors un magasin pour vendre eux-mêmes leurs fromages. De fil en aiguille, la structure va grossir pour devenir aujourd'hui un groupe composé de cinq entreprises : une coopérative de producteurs bio (Biog) ; la société Biogros qui commercialise les produits de la coopérative et des produits importés, les transforme et les distribue vers des magasins spécialisés mais aussi des grandes surfaces ; une chaîne de 14 magasins Naturata ; une société immobilière propriétaire des bâtiments et terrains (OEKImmO) et une société de participations financières (OIKOPOLIS Participations).

Que reste-t-il aujourd'hui des circuits courts qui ont été à l'origine de cette grosse entreprise ? A première vue, plus grand-chose quand on sait que seul 15 % des produits qui transitent par Biogros sont d'origine luxembourgeoise. Et pourtant, OIKOPOLIS offre aux producteurs locaux un soutien logistique important, les aide à s'installer ou à s'agrandir, etc. Mais le groupe leur donne surtout la possibilité d'être présents sur des marchés et auprès de consommateurs qu'ils ne pourraient jamais toucher seuls, notamment dans les grandes surfaces qui ne négocient qu'avec des grossistes. Et cela sans brader les valeurs initiales. Grâce à sa force de frappe, OIKOPOLIS a en effet réussi à imposer aux grandes surfaces une manière de travailler qui implique une concertation annuelle avec les producteurs locaux. Ces tables rondes permettent de nouer des liens directs entre producteurs, consommateurs et distributeurs puisque des représentants de chacune de ces parties prenantes sont présents. Elles fixent, pour chaque filière, les quantités à produire et les prix, déterminent des modes de communication, etc.

Par ailleurs, le groupe applique ce qu'il appelle le « principe de régionalité », à savoir qu'il privilégie sciemment les produits biologiques luxembourgeois à une marchandise importée, même moins chère. Partout où c'est possible, il travaille avec des matières premières locales ou s'appuie sur une collaboration avec des transformateurs compétents choisis dans la région.

En veillant toujours à garder centrales les valeurs qui l'ont fondé, le groupe OIKOPOLIS a réussi à devenir un outil au service des producteurs locaux qui gardent le contrôle sur l'ensemble de la « chaîne de valeurs », du champ à l'assiette.

BEES coop : un supermarché coopératif, accessible et engagé !

Pour le moment, BEES coop est un groupement d'achats qui permet de fournir, toutes les six semaines, des produits secs à environ 200 ménages bruxellois. Une attention particulière est portée sur la qualité des produits, mais aussi leur provenance, l'idée étant d'avoir des produits sains, le plus possible locaux, et de limiter les emballages inutiles.

Mais BEES coop voit grand : demain, ce sera un supermarché coopératif et participatif⁸. Cette coopérative à finalité sociale vise à proposer une alimentation saine, diversifiée et surtout accessible financièrement, pour lutter contre l'image élitiste du bio. Comment ? Avec un modèle économique original, où les clients sont à la fois coopérateurs (et donc co-propriétaires de l'entreprise) et travailleurs (chacun preste 3h par mois bénévolement au supermarché). De cette manière, les produits peuvent être proposés à des prix réduits, tout en rémunérant correctement les producteurs et en gardant une indépendance financière (pas de subsides). Et ce modèle fonctionne déjà à New-York, à la Park Slope Food Coop, dans le quartier de Brooklyn... depuis 1973 ! La coopérative connaît un réel succès⁹ et compte aujourd'hui environ 16 000 membres, et malgré le rachat de bâtiments avoisinant, elle ne peut pour le moment en accueillir plus, faute de place. À Paris, La Louve¹⁰, un projet semblable, est sur le point d'ouvrir ses portes.

Au-delà d'une réponse au besoin d'avoir accès à des produits bio moins chers, il y a dans le projet BEES coop d'autres enjeux de société : développer des systèmes de prises de décisions participatifs, encourager la coopération à l'intérieur et à l'extérieur du projet, renforcer le tissu social de la ville et la solidarité, pour que, au-delà d'un lieu pour faire ses courses, ce supermarché soit également un lieu de vie, de projets et d'échanges.

Quelle place pour le bénévolat dans les activités économiques marchandes ?

Evidemment, le modèle du bénévolat n'est pas sans poser un certain nombre de questions. D'aucuns argumenteront qu'il s'agit de concurrence déloyale vis-à-vis d'autres types de circuits alternatifs qui cherchent à rémunérer leurs employés (et qui donc doivent pratiquer des marges plus grandes, ce qui se répercute sur les prix), et cette question mérite effectivement d'être posée. D'ailleurs, elle concerne également les GAC, les GASAP ou encore des structures comme Oxfam-Magasins du Monde. Rappelons que juridiquement, il est tout à fait légal de travailler bénévolement pour une entreprise à finalité sociale.

D'un point de vue plus éthique ou « philosophique », différentes réponses peuvent être apportées à cela. Tout d'abord, certains diront que les bénévoles ne « remplacent » pas des salariés, mais créent des circuits économiques qui sinon n'existeraient pas, et qui font vivre des producteurs. Si les bénévoles ne créent pas d'emploi au sein de leurs structures, ils permettent parfois la création d'un grand nombre d'emplois externes qui peuvent perdurer grâce à leur structure.

Par ailleurs, ce débat est intéressant car il pose la question de la place de l'emploi dans les activités économiques, mais aussi dans notre société en général. Nous nous retrouvons finalement dans des situations paradoxales : d'un côté nous nous rendons compte de l'extrême difficulté de trouver ou créer des emplois, et de l'autre côté nous voyons parfois d'un mauvais œil des activités économiques intéressantes qui s'émancipent du modèle salarial classique. Est-ce vraiment si étonnant que des personnes ayant grandi dans les années 80-90, à qui on a répété à quel point la situation du monde du travail allait être difficile pour elles (et elle l'est), se retrouvent à vouloir créer des structures alternatives et intéressantes aux marges du salariat ?

Enfin, rappelons également que de nombreux projets innovants (et éventuellement créateur d'emplois par la suite) naissent et se développent sans attendre une

⁸ L'ouverture est attendue au printemps 2016.

⁹ La vie coopérative y est fortement développée, avec une gazette pour faire patienter les membres dans les files pour la caisse, une crèche pour laisser ses enfants quand on travaille ou quand on fait ses courses, il existe même le « Fund for new food coops » qui vise à soutenir la création d'autres coopératives du même type, etc. Voir le reportage : <https://www.youtube.com/watch?v=RwRG6stOI0I&feature=youtu.be>

¹⁰ www.lalouve.net

reconnaissance ou une ouverture de postes. L'explosion du chômage, mais aussi l'émergence de l'économie collaborative, des *makers*¹¹ ou encore des projets open-source ne font qu'accentuer le besoin de redéfinir ce que travailler, participer aux activités économiques ou encore contribuer à la société veulent dire.

POUR UNE « BIODIVERSITÉ » DES SYSTÈMES DE DISTRIBUTION !

Deux éléments importants relient les trois exemples analysés. Premièrement, il s'agit d'entreprises qui n'ont pas peur de voir grand et sortent de l'idée que les alternatives sont toujours des « petits projets » à la marge du système (et donc qui ne le déstabilisent pas) : ils veulent se présenter comme un modèle à part entière dans le circuit de distribution. Deuxièmement, ils dépassent les modèles plus « classiques » de coopératives de consommateurs ou de producteurs, pour essayer de penser un système solidaire qui rassemble tous les acteurs de la chaîne autour d'un même projet. Ils se rapprochent donc des « associations économiques » qui ont pour objectif de réunir tous les acteurs concernés par une production, transformation, distribution ou consommation de biens et de services donnés afin d'augmenter leur connaissance des réalités économiques concrètes de terrain. Cette connaissance mutuelle vise à mettre en place une réelle concertation, et ainsi à prendre des décisions plus justes pour l'ensemble de la chaîne. Les associations économiques ne sont donc pas reconnaissables par un statut juridique particulier, mais bien par la volonté d'agir de manière globalement cohérente et solidaire : chaque acteur a donc conscience des interdépendances qui le lie aux autres acteurs d'un même système.

Paniers, supermarchés alternatifs ou autres modèles encore à inventer... A l'image de la biodiversité que nous offre la Nature, il nous semble sain de faire coexister différents modèles de distribution alimentaire (sans oublier l'autoproduction !), adaptés à la diversité des modes de vie. L'important semble d'ouvrir des lieux de concertation entre acteurs d'une même chaîne afin d'éviter de faire pression les uns sur les autres, mais au contraire, se comprendre, se soutenir... et devenir plus forts, en finissant plutôt par faire pression sur le modèle dominant !

¹¹ De l'anglais *make* (faire). Les *makers* prennent part à des projets collectifs orientés ingénierie pour construire eux-mêmes une série de produits, en accordant une grande importance à l'apprentissage de compétences pratiques.


LES ANALYSES DE SAW-B

Rédigées avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les analyses de SAW-B se veulent des outils de réflexion et de débat. Au travers de ces textes, SAW-B souhaite offrir la possibilité aux citoyens mais aussi, plus spécifiquement, aux organisations d'économie sociale de décoder – avec leurs travailleurs et leurs bénéficiaires – les enjeux auxquels ils sont confrontés dans leurs pratiques quotidiennes. Cette compréhension des réalités qui les entourent est essentielle pour construire, collectivement, les réponses et dispositifs adaptés aux difficultés rencontrées. Ces analyses proposent également aux travailleurs de l'économie sociale de poser un regard critique sur leurs pratiques et leurs objectifs mais aussi sur notre société, ses évolutions, nos modes de consommations, de production, de solidarité, etc.

Ces textes ne sont pas rédigés « en chambre » mais sont le résultat direct des interpellations des acteurs de terrain. Nous vous invitons à les prolonger en nous relayant vos interpellations, commentaires et propositions. Si vous le souhaitez, au départ d'un de ces sujets d'analyse, nous pouvons aussi co-organiser avec vous une animation sur mesure au sein de votre entreprise sociale ou de votre groupe citoyen.

Nos analyses sont disponibles sur notre site www.saw-b.be, à côté de nos études, où elles sont classées selon les thématiques suivantes :

- Contours, objectifs et fonctionnement de l'Economie sociale
 - o Définitions et objectifs de l'Economie sociale
 - o Fonctionnement de l'Economie sociale
 - o Démocratie économique et participation
 - o Frontières de l'Economie sociale
 - o Financement de l'Economie sociale
- Economie sociale et enjeux politiques
 - o Enjeux européens et internationaux
 - o Enjeux belges et régionaux
 - o Economie sociale et enjeux de société
- Economie sociale et travail
 - o Insertion socioprofessionnelle
 - o Sens du travail
- Produire et consommer autrement
 - o Distribution et alimentation
 - o Logement
 - o Services
 - o Environnement
 - o Culture



SAW-B (Solidarité des Alternatives Wallonnes et Bruxelloises) est un mouvement pluraliste pour l'alternative économique et sociale. Créée en 1981, l'ASBL rassemble les femmes et les hommes qui construisent une économie centrée sur le respect de l'humain et de l'environnement et non sur le profit. Ses membres représentent plus de 300 entreprises sociales - soit 15 000 travailleurs - en Wallonie et à Bruxelles : des ASBL, des coopératives, des fondations et des sociétés à finalité sociale actives dans de nombreux secteurs tels la culture, la formation, la santé, les énergies, les services à la personne, ...

SAW-B vise à défendre, représenter et développer l'économie sociale et les entreprises qui la composent. Elle est reconnue comme agence-conseil par la Wallonie et comme acteur d'éducation permanente par la Fédération Wallonie-Bruxelles. Toutes nos analyses sont sur www.saw-b.be