



Alimentation durable : Pourquoi consommer « économie sociale » ?



Alimentation durable : Pourquoi consommer « économie sociale » ?

Dans un précédent article¹, nous fournissions quelques clés pour mieux comprendre les termes « local », « circuit-court », « bio » et les enjeux qu'ils charrient. Nous avons conclu sur la nécessité de combiner, tant que possible, les trois dans une approche *agroécologique* qui prône le respect de valeurs environnementales comme de valeurs sociales à tous les échelons des filières agro-alimentaires. Des initiatives qui combinent le meilleur des trois mondes – local, bio, circuit-court – existent et rentrent le plus souvent dans le champ de l'*économie sociale*. Ce n'est pas un hasard : agroécologie et économie sociale partagent des affinités profondes.² Depuis une dizaine d'années, des *coopératives* fleurissent dans le champ de la production et de la commercialisation alimentaires. Comment fonctionnent-elles et en quoi se distinguent-elles de la grande distribution ? Explications.

La logique de l'agro-industrie

Reprenons par le début. Qu'est-ce qui cloche dans la manière *standard* de fonctionner ?

Vache folle, dioxine, charcuterie à la listeria, viande périmée Veviba, œufs au fipronil... Ces mots sentent bon le jargon. Et, pourtant, ils se sont tous invités dans le langage courant le temps d'une crise. Les scandales alimentaires se suivent et se ressemblent. Des exceptions qui ne se reproduiront pas, à en croire les représentants des secteurs concernés. Leur enchaînement a toutefois fini par instiller une once de méfiance dans nos systèmes de production et de distribution alimentaire. À raison. Car si, dans ces cas-là, les bornes ont été suffisamment dépassées pour capter l'œil médiatique, elles sont en réalité l'arbre qui cache la forêt.³ L'intoxication n'est pas l'exception, c'est la règle.⁴ Elle se fait juste le plus souvent à petit feu. Les cancers, les taux d'obésité et de diabète de type 2 n'en finissent plus d'exploser. Cette règle, c'est celle d'une industrie : l'industrie agro-alimentaire.

Mais pourquoi ? Parce que l'alimentaire est un business. Un business comme un autre. Certains font leur affaire dans l'industrie du pneu, du cure-dent ou des ascenseurs, d'autres dans celles de la tomate⁵, du steak haché ou du plat surgelé. Il faut alors voir grand. Garantir sa compétitivité dans un secteur

concurrentiel passe par la mise en œuvre d'économies d'échelle. Il s'agit donc d'industrialiser les processus, et d'exploiter les marges de gain là où elles se présentent. Il n'y a pas de petite économie. Quand on joue avec des gros volumes, les gains marginaux font les gros profits. L'industrie de transformation développe alors ses « astuces ». Gonfler à l'eau les poissons, les poulets ou les champignons ; progressivement remplacer le miel par du sirop de glucose ; mettre de l'huile de palme partout où il faut de la matière grasse... Et puis surtout bourrer les produits transformés d'additifs, des exhausteurs de goût aux conservateurs, en passant par les édulcorants, acidifiants, émulsifiants, épaississants... L'industrie de la production primaire n'est bien entendu pas en reste. La course au rendement économique prend le pas sur la santé et l'environnement. Les pesticides favorisent les rendements à court terme, mais à quel prix ?! Des cancers pour les agriculteurs, des perturbateurs endocriniens pour les consommateurs, l'extermination de la biodiversité, la pollution de l'eau...

Le tout s'inscrit dans une lutte. Celle pour les « prix les plus bas ». La part de l'alimentation dans le revenu des ménages a drastiquement chuté en quelques décennies, passant en moyenne de 28% en 1960 à 11% en 2000 (stabilisées à 11% depuis).⁶ Cette baisse historique des prix à l'achat masque surtout que l'on paye le prix fort, mais ailleurs. La facture sanitaire est prise en charge par la sécurité sociale (donc par nos cotisations sociales). La facture environnementale par les « générations futures ». La facture sociale par les agriculteurs et ouvriers agricoles exploités (ici et ailleurs) par un système dans lequel ils sont résumés au statut de facteur de production exploitable à merci.

Les enseignes de la grande distribution sont la face visible de cette industrie. Derrière la vitrine, toutefois, c'est tout un système qui s'actionne, et que l'imagination seule ne permet pas de se représenter. Des lanceurs d'alerte et des journalistes d'investigation permettent fort heureusement de nous en donner l'image.⁷ Ce ne sont pas quelques pratiques à modifier, quelques étiquettes à changer. C'est un système à démanteler, de la fourche à la fourchette.

Comment en est-on arrivé là ? Derrière la liste des mauvaises pratiques, il faut comprendre la *logique de fond* qui les relie. Il s'agit pour l'agro-industrie, comme pour toute industrie qui se respecte, de faire de l'« optimisation sous contrainte ». L'optimisation, c'est celle des profits. La contrainte, ce sont les limites posées par la loi. Le but devient alors de s'en approcher tant que possible sans les dépasser. Nous avons vu dans notre précédent article comment cette logique dévoie l'agriculture biologique, par exemple. Ce qu'il faut comprendre, c'est que la qualité de l'alimentation et le respect des producteurs est *mécaniquement* tirée vers le bas quand les systèmes alimentaires sont organisés selon les règles « classiques » de l'économie capitaliste.

Les prétendants : un miroir aux alouettes ?

Émergent aussi, toutefois, de nouvelles enseignes bio plus souriantes, sans doute plus concernées et mieux intentionnées, moins marquées de décennies de pratiques écologiques et sociales désastreuses. Beaucoup ne remettent malheureusement pas en question le logiciel économique de base dans ses aspects les plus fondamentaux. Les Barn ou les Färm à Bruxelles, par exemple. Ces acteurs-là, nous pourrions les appeler « *les prétendants* ». S'il faut reconnaître leur succès et leur impact dans l'alimentation bio, il faut également pointer et anticiper leurs limites.

Le premier risque est de voir les logiques de la grande distribution se reproduire au sein de ces nouvelles enseignes : petits (ou gros) compromis par ci par là avec l'éthique affichée, mise en concurrence indirecte entre producteurs par voie de grossistes, pression progressive sur les prix... Aujourd'hui, ces enseignes insistent sur les producteurs locaux qui fournissent chaque magasin. Une partie seulement vient en droite ligne des producteurs. Le reste passe par des grossistes qui, pour certains produits, se fournissent sur les marchés bio mondiaux.⁸ Toute la question réside dans l'évolution qui sera prise par ces magasins. Les producteurs mis en avant serviront-ils avant tout la communication de ces enseignes, tout en ne représentant qu'une part minime de la marchandise écoulee ? C'est-à-dire tendre à faire comme la grande distribution, qui se plaît de plus en plus à afficher les trombines de quelques producteurs locaux dans les rayons à des fins purement instrumentales de marketing. Ou y aura-t-il, au contraire, une volonté de faire croître cette part progressivement, d'investir les *filères* ? Et, si une logique de développement de filières est adoptée, selon quel mode ces acteurs opéreront-ils ? Via des centrales d'achat internes de plus en plus grosses qui mettent les producteurs en concurrence (comme celles des enseignes de la grande distribution) ? Ou via une logique qui associe les producteurs et veille à leur fournir un revenu digne ? Reproduire les dérives de la grande distribution, ou lui opposer quelque chose de *vraiment* différent ? Sans procès d'intention, on peut souligner que la deuxième option – qui ne se limite pas à la *commercialisation* mais adopte plutôt une logique *filière* et un souci du *prix juste*⁹ – exige des efforts conséquents qui s'accordent mal avec les visées expansionnistes affirmées de certains de ces nouveaux acteurs de la commercialisation bio : créer beaucoup de magasins sur des durées assez courtes, à des endroits identifiés pour leur opportunité de marché plutôt que dans une approche intégrée de développement territorial.

Le deuxième risque – lié au premier – répond à la question très simple suivante : où vont les bénéfices ? Ce problème est directement lié à la structuration de ces entreprises, qui sont des entités privées, dont les décisionnaires sont les porteurs de capitaux. Certes, les actionnaires de ces structures de commercialisation naissantes encaissent les déficits des premières années de développement. Mais une

fois installés et bénéficiaires, comment sera répartie la valeur ajoutée ? Le souci de rémunérer justement les producteurs peut-il exister face aux logiques de base de l'offre et de la demande ? Les bénéfices serviront-ils à, par exemple, développer de nouvelles filières locales et équitables ? Ou à rémunérer les actionnaires ? Et, une fois la valeur de l'entreprise gonflée, qu'est-ce qui nous dit que les investisseurs ne la revendront pas purement et simplement au plus offrant – qui en fera ce qu'il souhaitera –, pour encaisser la plus-value du succès économique ?

L'idée n'est certainement pas de se prêter à des procès d'intention. Mais, précisément, si nous voulons penser une *transformation* profonde des systèmes alimentaires, il faudrait ne pas avoir à s'en remettre à des *bonnes intentions*. Il nous faut des garanties. Pour ce faire, il faut pouvoir remettre en question de façon structurée la manière « classique » de mener des activités économiques, notamment le régime de propriété privée des moyens de production. C'est à ce genre de questions que l'économie sociale apporte certaines réponses que les acteurs économiques plus traditionnels ne sont pas en mesure de fournir.

L'apport de l'économie sociale : créer du « commun »

L'économie sociale, les nombreuses coopératives qui naissent dans le secteur, entendent prendre le contre-pied. En substance, l'idée qu'elles défendent, c'est que tout cela est trop important pour être laissé aux mécanismes standards de l'économie marchande. À la logique de l'entreprise comme bien privé, l'économie sociale oppose une logique d'entreprise comme « bien commun ». Le capital qui permet de monter un magasin en alimentation durable est avant tout vu comme un *moyen* pour se doter d'un outil commun, et non comme une *fin*, comme quelque chose à faire fructifier.

Les membres d'une coopérative ne le sont pas par simple voie d'investissement, mais bien parce qu'ils sont aussi et avant tout partie prenante de la coopérative (consommateurs, producteurs, travailleurs, collectivités locales, ...). Cette « double qualité » du coopérateur est un élément central de l'identité coopérative. Dans cette même logique, les décisions importantes ne peuvent être prises par une poignée de propriétaires tous puissants : le vote en assemblée générale s'opère selon un principe de « 1 personne = 1 voix », à mille lieues de la logique standard qui fait correspondre le nombre de voix au poids financier de l'investissement. Une coopérative n'est typiquement pas pensée pour se revendre et encaisser une plus-value financière lorsqu'elle a fait succès.

Un élément central de l'économie sociale est ainsi de faire passer la rémunération du capital au second plan. Priorité doit être donnée à une digne rémunération du travail. En matière d'alimentation, cette question doit absolument être centrale quand on connaît les conditions de rémunération des petits

producteurs aujourd'hui.¹⁰ Ils travaillent énormément pour des revenus faibles. Un maraîcher bio travaille par exemple en moyenne 2800 heures par an (soit 60% plus qu'un régime de travail de salarié ordinaire) pour rarement plus que 8,50€ brut de l'heure. Les contrats de travail des saisonniers et ouvriers agricoles ne sont pas moins précaires : revenu horaire brut très faible (8 ou 9€) et sécurité sociale pratiquement inexistante pour les travailleurs détachés (la majorité).

Quand le travail est correctement rémunéré, l'économie sociale invite à investir prioritairement le surplus de valeur ajouté dans la poursuite de la finalité sociale de l'entreprise, pas dans des dividendes ou des plus-values pour les propriétaires de l'entreprise. C'est la logique poursuivie par Paysans-Artisans, par exemple, qui utilise son succès pour faciliter le développement de filières alimentaires durables dans son territoire d'action (neuf communes autour de Namur). Citons par exemple le développement de la « Fabrique Circuits-Courts » (des infrastructures de transformation au service de ses producteurs : petit abattoir, atelier de découpe de viande et charcuterie, bocalerie, légumerie) ou encore la création d'un groupement d'employeurs (pour mutualiser le besoin de certains producteurs en travail ponctuel/saisonnier tout en garantissant aux travailleurs en question un contrat stable).¹¹

Par ailleurs, le principe d'« intercoopération » est cher aux coopératives. Il s'agit de traiter *le plus possible* avec d'autres coopératives. De proche en proche, on favorise donc l'émergence de filières qui tentent d'opposer au principe général de compétition un principe de coopération à tous les étages, verticalement et horizontalement. On peut, par exemple, citer le « collectif 5C » qui rassemble une vingtaine de coopératives citoyennes wallonnes de commercialisation alimentaire en circuit-court, pour penser la mutualisation des savoirs, outils et pratiques.

Enfin, les coopératives ont vocation à ne pas simplement se considérer comme des actrices économiques, mais également comme des structures qui s'engagent envers la communauté, envers la société. Il ne s'agit pas seulement de vendre du pain ou des légumes... il s'agit d'inscrire son action économique dans une lecture politique des enjeux qui se posent aux systèmes alimentaires aujourd'hui ! C'est par exemple dans le giron du collectif 5C qu'est récemment née la revue trimestrielle « Tchak ! » – *la revue paysanne et citoyenne qui tranche* –, qui propose des analyses, témoignages et enquêtes pleinement ancrés dans la défense d'une agriculture paysanne de proximité.

Plusieurs types de coopératives

Des coopératives actives dans le secteur alimentaire, sans doute en connaissez-vous. Vous aurez peut-être noté qu'elles répondent à des réalités fort différentes. Une coopérative n'est pas une autre.

Premièrement, faisons un petit rappel utile. En droit belge, le nom de « coopérative » est très permissif. La forme juridique de « société coopérative » ne donne en réalité aucune garantie de réelle inscription dans l'esprit coopérativiste, dans les valeurs du mouvement coopératif.¹² On peut ainsi, pour certaines, parler de « fausses coopératives ». Comment s'y retrouver, dès lors ? Pour bien faire, il faut passer à la loupe les statuts d'une coopérative pour analyser les règles structurantes qu'elle se donne (en matière d'affectation des bénéfices, de plus-value, de répartition du pouvoir de décision, de types de coopérateurs, etc). Un label permet toutefois d'identifier les coopératives qui jouent le jeu : c'est l'« agrément CNC ». Celui-ci donne quelques garanties : dividendes limités, pouvoir de décision limité pour une seule et même personne en assemblée générale, gratuité des mandats d'administrateur... L'agrément CNC constitue une espèce de seuil minimum pour une coopérative qui souhaite réellement s'affilier au mouvement coopérativiste. Un agrément aux conditions duquel l'enseigne Färm ne répond par exemple pas, alors même que sa communication est notamment axée sur sa forme « coopérative ».

Deuxièmement, on trouve parmi les (vraies) coopératives plusieurs types. Une manière classique de les classer consiste à regarder qui en sont les *membres*.

D'un côté, les coopératives de producteurs. Ici, les membres, ce sont les producteurs. C'est par exemple le cas de Coprosain (active depuis plus de 35 ans, elle réunit aujourd'hui 55 producteurs), de La Botte paysanne (qui réunit 12 producteurs de la botte du Hainaut qui commercialisent ensemble en direct) ou, dans un autre style, de Faircoop (née à l'aune de la crise du prix du lait de 2009, réunit environ 500 producteurs laitiers, qui proposent un lait à prix équitable). Mais aussi de ces très nombreuses coopératives de plus petite taille de producteurs qui s'associent pour mutualiser des outils ou pour commercialiser ensemble, comme Ferme en vie, cette récente initiative qui a installé un magasin coopérative de producteurs à Marche-en-Famenne début juin.

De l'autre côté, des coopératives de consommateurs. Ici, comme son nom l'indique, les membres sont les consommateurs. Elles ont émergé en nombre ces derniers temps. On peut citer entre autres BEES Coop (Schaerbeek), Coopéco (Charleroi), Oufcoop (Liège), Bloum (Forest), Vervîcoop (Verviers)... mais aussi des plus anciennes comme Le temps des cerises (Liège). Certaines proposent des magasins participatifs (les coopérateurs travaillent quelques heures par mois au magasin), inspirés par le modèle historique de Park Slope Food Coop à New-York.

Que privilégier ? Les deux ont leur intérêt et leurs potentielles limites. Une coopérative de producteurs, si elle n'écoule pas en voie directe et doit s'en remettre à écouler sa marchandise sur le marché, risque d'être prise en tenaille par celui-ci. Une coopérative de producteurs a donc besoin d'une communauté de consommateurs pour pouvoir écouler sans devoir s'auto-infliger la pression sur les prix qu'impose la logique de marché. De leur côté, les coopératives de consommation, si elles ne s'associent pas avec des producteurs et se fournissent chez des grossistes bio *standard*, passent à côté de l'enjeu social crucial du circuit-court pour soutenir une agriculture paysanne de proximité. Les consommateurs peuvent être tentés de privilégier leur intérêt propre sur celui des producteurs, et finir par se « banaliser ». Pour s'inclure pleinement dans une logique de transformation des *filères* alimentaires, les coopératives de consommateurs ont besoin de travailler avec des producteurs identifiés !

Pour concilier les deux approches, certains font le choix de développer le circuit-court sur un territoire donné et d'inclure pour ce faire consommateurs et producteurs au sein d'une même structure coopérative. Le fait que des intérêts potentiellement divergents soient pleinement intégrés dans la coopérative est une manière de prévenir les dérives dans le temps. C'est ce qui se fait dans des coopératives comme Paysans-Artisans (Namurois), Agricovert (Gembloux), CoopESEM (région de l'entre-Sambre-et-Meuse), HesbiCoop (Hesbaye), Cocoricoop (Condroz), ...

Notons que c'est aussi, d'une certaine manière et à une plus petite échelle (mais de manière plus engageante encore), la logique que l'on retrouve dans les initiatives d'agriculture soutenue par la communauté (GASAP, AMAP) où s'associent un producteur et un groupe identifié de mangeurs qui prennent un engagement dans la durée auprès de ce dernier. Il s'agit le plus souvent d'associations informelles, sans structure juridique associée, ce qui ne les empêche pas d'être en plein dans les valeurs de l'économie sociale et solidaire.

D'autres coopératives essaient de répondre à cet enjeu – associer producteurs et consommateurs sur un territoire donné – en jouant le rôle d'intermédiaire logistique entre les producteurs d'un territoire et des acheteurs divers (collectivités, restaurants, magasins coopératifs ou de proximité ...), de petit grossiste territorialement ancré qui organise la filière en faisant primer la coopération sur la compétition. C'est par exemple la logique de la Ceinture alimentaire de Charleroi Métropole¹³, du réseau Solidairement (province du Luxembourg), ou du service « petit grossiste » de Paysans-Artisans notamment adressé aux magasins à la ferme souhaitant compléter leur gamme.

6 questions pour une consommation responsable

Lorsqu'elle s'envisage *produit par produit*, la consommation a de quoi donner le vertige. La consommation responsable gagne bien plus à être pensée en termes de structure : analyser la politique générale, la philosophie et les pratiques de l'endroit où je m'approvisionne ! Sur cette base, je pourrai – ou non – décider d'y faire mes courses en toute confiance sans avoir à m'interroger sur chaque produit acheté ! En discutant, dans ce double article, de ce qui se cache derrière les mots « local », « bio », « circuit-court » et « coopérative », nous espérons avoir donné quelques clés de lecture permettant de se poser les bonnes questions. En voici, en conclusion, quelques unes à se poser / à poser à son magasin :

1. *De quel bio parle-t-on ? Un bio paysan ou un bio industriel ?*
2. *Quand on affiche « circuit-court », ça concerne quelle proportion de ce qui est vendu ?*
3. *Quels sont les fournisseurs du magasin ? S'il s'agit de grossistes, quelles sont leurs pratiques (compétition ou coopération) ?*
4. *Comment s'assure-t-il de la juste rémunération des producteurs exactement ? Favorise-t-il des logiques de coopération ou reproduit-il des mécanismes de compétition ?*
5. *Met-il des choses en œuvre pour favoriser le développement de filières sur son territoire d'action ou se limite-t-il à la commercialisation ?*
6. *Est-il mu par une vision standard de l'économie ou s'inscrit-il dans une approche d'économie sociale ? Qui en sont les propriétaires ? Quelle est la politique d'affectation des bénéfices ?*

-
- ¹ Mathieu Vanwelde, « Bio, circuits-courts, local... Comment s’y retrouver ? », Analyse SAW-B, 2020. Disponible sur frama.link/HLJoUUym.
- ² À cet égard, voir par exemple Antoinette Dumont et al., « Clarifier les dimensions socio-économiques et politiques de l’agroécologie : au-delà des principes, des compromis ? », *Séminaire « La grande transformation de l’agriculture et de l’alimentation : 20 ans après »*, SUPAGRO, 2014. Disponible sur frama.link/bpGbAZSW.
- ³ Voir l’excellent travail de veille de l’organisation non gouvernementale *Food Watch*. www.foodwatch.org/fr.
- ⁴ Pour creuser cette question, voir notamment l’interview du lanceur d’alerte Christophe Brusset « L’agroalimentaire vu de l’intérieur, intoxication ? », Thinkerview, 2019. Visionnable sur frama.link/cjnP4zgp.
- ⁵ Concernant l’industrie de la tomate, voir Jean-Baptiste Malet et Xavier Deleu, « L’empire de l’or rouge », *Little Big Story*, 2017. Visionnable sur frama.link/Ndfr0kgV.
- ⁶ Voir Philippe Defeyt, « Les dépenses alimentaires des Belges », Institut pour un développement durable, 2020. Disponible sur frama.link/OT9j2kNy.
- ⁷ Voir notamment l’interview susmentionné de Christophe Brusset, ainsi que Sandrine Rigaud, « Industrie agroalimentaire : business contre santé », *Cash investigation*, 2016. Visionnable sur frama.link/6UexL5jf.
- ⁸ Voir par exemple « Färm: des promesses marketing pas toujours tenues », RTBF, On n’est pas des pigeons, 5 juin 2019. Accessible sur frama.link/btzV9-1U.
- ⁹ Pour une discussion plus large sur la question du « prix juste », voir Barbara Garbarczyk et Mathieu Vanwelde, *Le prix juste : et si on prenait le problème à la racine*, SAW-B, 2018. Accessible sur frama.link/7rkYuwR.
- ¹⁰ Voir, par exemple, Laurent Dombret, « Conditions de travail des producteurs de légumes en Wallonie », *Itinéraires Bio*, n°39, 2018. Disponible sur frama.link/n5K9MqHz. Cet article présente en résumé les principaux résultats de Antoinette Dumont, « Analyse systémique des conditions de travail et d’emploi dans la production de légumes pour le marché du frais en Région wallonne, dans une perspective de transition agroécologique », Thèse de doctorat, Université Catholique de Louvain, 2017.
- ¹¹ Plus d’informations sur le site de la coopérative Paysans-Artisans : paysans-artisans.be.
- ¹² Pour une discussion un peu plus élaborée de cette question, voir Mathieu Vanwelde, « Que penser du nouveau code des sociétés et des associations ? », Analyse SAW-B, 2019. Disponible sur frama.link/Y6A1jEDk.
- ¹³ Pour une analyse des dynamiques de concertation au sein de la ceinture alimentaire de Charleroi-métropole, voir Barbara Garbarczyk, « Trafic de carottes : se concerter tout au long de la filière alimentaire », Analyse SAW-B, 2019. Disponible sur frama.link/RxaFE2y2.

The logo for SAW-B, featuring the letters S, A, W, and B in a stylized, bold font. The 'A' and 'W' are connected, and the 'B' is separate. There are small colored dots (green, orange, blue) under the letters.

Avec le soutien de

A solid green rectangular graphic, slightly tilted, positioned above the main text.

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 : Mathieu Vanwelde

Relecture : Antoinette Dumont, Adrian Jehin

Illustration : Yacine Canamas (2016)

A large, abstract green graphic shape in the bottom right corner of the page, resembling a rounded triangle or a teardrop.