

Société

Alimentation saine et locale, accessible à tous ?

Le cas « Les Petits Producteurs »

On constate souvent que les initiatives de transition écologique s'adressent à un public favorisé. Ainsi, on entend souvent dire que « *les épiceries bio, c'est pour les bobos* » tout en déplorant que les personnes financièrement fragilisées n'ont pas accès à une nourriture saine produite localement. Il existe pourtant des initiatives qui ambitionnent d'être économiquement viables et accessibles au plus grand nombre. C'est le cas de la coopérative liégeoise « Les Petits Producteurs ». Alors qu'en est-il sur le terrain ?

Avec le soutien de la



Les Petits Producteurs (LPP) est une coopérative de magasins¹ d'alimentation locale et/ou biologique qui ambitionne de « *favoriser l'accès de tous les Liégeois à une alimentation de qualité, locale et/ou bio, tout en soutenant les petits producteurs* »².

L'objectif est de proposer des produits sains à prix justes et en achetant directement aux producteurs. Les produits sont sélectionnés avec soin et dans une optique de respect de l'environnement. Même si tous leurs producteurs ne sont pas labellisés « bio », LPP veille à avoir un contact direct avec eux et cautionne leurs pratiques au niveau écologique et social. LPP se situe donc dans l'esprit du mouvement « slow food » et entend proposer une alimentation bonne, de qualité et produite dans des conditions justes pour les agriculteurs, artisans... .

Pour parvenir à proposer des prix bas pour les clients, Les Petits Producteurs limite fortement les coûts de fonctionnement avec, par exemple, un aménagement minimaliste des magasins, des produits en vrac autant que possible et une gamme réduite sur le principe « *un besoin, un produit* », limitant ainsi les coûts logistiques.

Aux yeux de la coopérative, un prix juste, c'est surtout un engagement fort vis-à-vis des producteurs. Il s'agit de soutenir véritablement les agriculteurs, les éleveurs et les transformateurs en leur achetant directement leurs produits, sans négocier les prix, en s'engageant sur des volumes et en payant rapidement. En permettant, enfin, d'écouler les surplus et en offrant des prix de soutien en cas de difficultés dans les cultures.

Dans sa forme institutionnelle et juridique, LPP est une coopérative à finalité sociale (SCRLFS) dont les coopérateurs ne recherchent pas prioritairement un bénéfice financier direct mais veulent favoriser l'objectif social du projet.

Une success story liégeoise

C'est en septembre 2016 que le premier magasin est lancé dans le centre de Liège (En Neuvicé) dans le cadre de la dynamique de la Ceinture Aliment-Terre Liégeoise³ en partenariat avec Les Compagnons de la Terre⁴ et La

¹ Au moment où cette analyse est rédigée, la coopérative compte trois magasins, tous à Liège.

² Voir le site de la coopérative : <https://lespetitsproducteurs.be/cooperative>

³ Voir www.catl.be

⁴ Coopérative liégeoise de production agroécologique qui a fait faillite. Voir : www.cdlb.be

Coopérative Ardente⁵. Ce premier magasin, dès la phase de test, attire immédiatement du monde. Fort de ce succès, en août 2017, la coopérative est créée. Un an plus tard, un deuxième magasin voit le jour dans le quartier de Sainte-Walburge à Liège. Il trouve lui aussi son public. Fin 2018, c'est un troisième magasin qui ouvre ses portes dans les Vennes, toujours à Liège.

Au-delà des bonnes intentions...

Il est courant de voir des initiatives de transition écologique et solidaire ambitieuses stagner dans leurs bonnes intentions. Souvent, la réalité du marché oblige à faire de tristes concessions sur les objectifs fondateurs. La coopérative Les Petits Producteurs semble prouver qu'il est possible de joindre les paroles aux actes.

Trois ans après le lancement de son premier magasin, Les Petits Producteurs semble rester fidèle à ses valeurs. Si les trois antennes ont trouvé leur clientèle et que de nombreux emplois ont été créés, cela ne s'est pas fait au détriment du prix juste ou du soutien aux producteurs. François Olivier, chargé de communication à LPP, nous explique que les échos positifs de la part des producteurs sont nombreux. Il prend comme exemple Julien Vandeclee, producteur de légumes bio à Houtain-Saint-Siméon (à 20km de Liège). Sa spécialité : les chicons en hiver et les fraises en été.



À la suite d'un problème de champignons, ses chicons se sont ouverts et ont perdu leur « belle » forme. Résultat : les grossistes n'en voulaient pas. LPP, par contre, a vendu ces stocks de chicons, en misant sur l'information à la

⁵ Coopérative de consommateurs qui distribue des produits alimentaires et ménagers issus de productions locales, biologiques et/ou éthiques, à ses coopérateurs et clients, sur le territoire de la Ville de Liège. Elle le fait via une plateforme en ligne. Voir : www.lacooperativeardente.be

clientèle. Certes la forme pouvait étrange, mais ces chicons bio étaient parfaitement bons à consommer. Comme Julien Vandeclee, nombre de producteurs se disent contents de ne plus affronter les problèmes tout seuls.

Soutien supplémentaire : maintenant LPP les décharge aussi de la lourde tâche de livrer. Depuis un an, une entreprise de transport se charge d'aller chercher les produits chez les producteurs et fournit les magasins. Pour être cohérent avec ses valeurs, LPP a décidé de répercuter ce coût supplémentaire sur les produits importés⁶, histoire de les discriminer...

Notons que l'onglet « producteurs » du site de LPP et sa page Facebook sont de parfaites illustrations des circuits courts, tant elle regorge de portraits de petits producteurs.

Autre originalité, LPP, qui se veut un lieu de transition, pousse, chaque année, ses employés à travailler une journée chez le producteur de leur choix. Les équipes du magasin connaissent ainsi l'envers du décor et peuvent faire le lien entre producteurs et clients.

LPP continue à travailler sur des partenariats de longue durée, au moins un an à l'avance et à se passer au maximum des grossistes bio. Tous les samedis, ils appellent les producteurs pour voir ce qu'il y a sur le champ. Pascal Hennen, coordinateur de la coopérative, va rendre visite aux producteurs très régulièrement. C'est seulement pour compléter ce qu'il n'y a pas sur le champ que LPP fait appel aux grossistes bio.

Implication de tous : coopérateurs et clients
François Olivier indique que les clients sont plus exigeants envers LPP (qu'envers les grandes enseignes classiques) et que les coopérateurs, eux aussi très à cheval sur les valeurs et objectifs de LPP, sont garants de la bonne conduite du projet. Ce faisant, LPP se contente de 2 % de bénéfice par an...

Des prix justes, mais des prix accessibles ?

Les Petits Producteurs semble pouvoir garantir un prix juste pour les producteurs, et donc lutter contre la précarité des agriculteurs, ce qui n'est déjà pas si mal. Mais propose-t-elle aussi un prix accessible ?

⁶ Comme les oranges et les citrons venant d'une coopérative sicilienne. Ou les « légumes ratatouilles » - tomates, courgettes, aubergines – importés depuis cette même coopérative, pour prolonger la très courte saison de production sur le sol belge. Toujours en respectant les saisons.

Si l'alimentation bio et/ou locale est inévitablement plus chère que l'alimentation industrielle produite dans de mauvaises conditions sanitaires et sociales, LPP propose des prix souvent plus intéressants que dans les épiceries bio classiques. Établir une comparaison n'est pas chose évidente. Les prix fluctuent en fonction de la saison. Mais par exemple, le kilo de champignons bruns bio est à 4 euros environ alors qu'on les trouve à environ 9 euros ailleurs. Pourquoi ? Parce que non seulement ces champignons bruns cultivés à Ében-Émael (20km de Liège) par Théo Jodogne sont achetés directement à ce producteur, un des derniers producteurs de champignons des grottes en activité, mais qu'en plus ils sont vendus avec leur pied non coupé. Cela est moins cher pour le porte-monnaie du client. Il doit cependant les nettoyer un peu et couper la base du pied avant de les préparer. Cet exemple des champignons indique une différence de prix flagrante. Souvent les prix des productions locales vendues par LPP se révèlent plus intéressants qu'ailleurs. Mais dans une moindre proportion. .



Une clientèle plus diversifiée socialement ?

En matière d'accessibilité, une question fondamentale reste de savoir si la clientèle de LPP est plus diversifiée socialement que celle des épiceries « bio/circuits courts » classiques. En répondant à cette interrogation, tout le monde chez LPP reste prudent !

François Olivier, qui travaille aussi en magasin, pense que si le modèle économique de LPP permet l'accès de plus de personnes à des produits de

qualité cultivés localement, il ne peut garantir qu'un public plus fragilisé y fait ses courses. « *Le magasin du centre-ville a une clientèle composée d'étudiants, de jeunes et de personnes aux revenus plus élevés* ».

Il faut dire que *En Neuvise*, la rue du magasin du centre-ville, est devenue « tendance » (après une belle réhabilitation menée par la Ville - le projet *Créashop*). « *Le deuxième magasin a plutôt une clientèle familiale, mais je pense plutôt aisée* », confie encore François Olivier qui pense qu'une partie du problème réside dans l'image dont souffre le bio. « *Le bio, ce n'est pas forcément plus cher, c'est souvent juste le distributeur qui gagne plus. Les grandes enseignes profitent souvent du bio pour faire plus de fric. Elles jouent sur 'ce côté premium', genre produit de luxe, pour attirer une belle clientèle et faire payer plus cher. Ça participe à construire et entretenir cette image que le bio, c'est forcément cher* ».

Le chargé de communication va plus loin. Pour lui, l'idée que l'on a du prix de l'alimentation a été cassée par la grande distribution : les supermarchés proposent des fruits et légumes pour trois fois rien, sans prendre en compte les coûts pour la santé et l'environnement !

Parmi le personnel de LPP, on entend dire qu'il y a bien quelques familles qui « comptent leurs sous » parmi les clients, mais que c'est une minorité. On remarque aussi qu'il y a les gens qui sont habitués à prendre les légumes dans les caisses à 50% (produits déjà vieux) ; mais qui peut dire s'ils sont en difficultés ?

Le troisième magasin (dans les Vennes, à Liège) aurait été ouvert près de logement sociaux pour toucher un autre public. Mais pour une vendeuse de ce magasin, c'est difficile de dire si un public plus fragilisé économiquement y fait réellement ses courses : « *Les gens ne parlent pas de leur situation économique quand ils viennent faire leurs courses. Il y a bien des gens du coin qui viennent faire leurs courses. Et certainement des gens des logements sociaux qui viennent faire des courses de dépannage* ». Quoiqu'il en soit, si le magasin du centre-ville attire une clientèle « en transition » qui se déplace à pied, et en transports en commun, la difficulté d'accéder en voiture dans le centre a reporté une partie de la clientèle du premier magasin sur celui des Vennes, justement. François Olivier observe que 56 % des clients de ce magasin y viennent en voiture parce que c'est plus facile pour se garer.

Conclusion : une mixité sociale toujours difficile à mettre en œuvre

Malgré un projet bien mené, fidèle à ses valeurs et à ses objectifs, malgré des prix plus intéressants pour les clients, force est de constater que LPP continue à attirer en grande majorité un public sensibilisé aux défis environnementaux et climatique, soucieux des circuits courts, au capital culturel et social élevé et une classe moyenne « qui a les moyens ».

Le modèle économique de LPP prouve qu'il est possible de créer de l'emploi tout en soutenant les petits producteurs et en prenant soin de la santé de la planète et des gens. Mais les freins culturels et sociaux restent de sérieuses barrières à une réelle inclusion des plus fragilisés dans la transition écologique. Certains diront que cette barrière est économique. Pourtant le prix global « du panier de la ménagère » est moins cher chez LPP parce que l'on n'est pas tenté par toute une série de produits superflus comme dans les grandes surfaces. Mais LPP reste plus cher que la nourriture « discount » des grandes enseignes. S'aligner sur ces prix « discount », ce serait agir au détriment des producteurs. Qui alors lutterait alors contre la pauvreté des agriculteurs et des petits producteurs de la région ?

Jean-Yves Buron
Coordinateur régional Vivre Ensemble Liège



Avec le soutien de



Disponible sur www.vivre-ensemble.be

Exemplaires sur demande : info@vivre-ensemble.be ou 02 227 66 80