Fiche 10

Pour favoriser l'accessibilité de tous, y compris des plus vulnérables, à l'alimentation durable, il faut

soutenir des modes alternatifs d'approvisionnement

Pourquoi ?

Alors que la grande distribution reste le lieu d'approvisionnement par excellence des consommateurs tant en France qu'en Belgique[1], les grandes surfaces ne respectent que peu les critères de durabilité (offre axée majoritairement vers des produits transformés et ne tenant pas ou peu compte de la saisonnalité des produits, approvisionnement mondialisé, rémunération faible des producteurs, encouragement de comportements de surconsommation, suremballage ….).

Face à ce constat, il importe **d'éclairer les choix du consommateur** lorsqu'il se rend en grande surface (voir fiche n°7). Il est, toutefois, aussi nécessaire de mettre **en lumière d'autres manières de s'approvisionner** pour tendre vers plus de durabilité. C'est l'objet de la présente recommandation.

Valoriser ces modes alternatifs a pour objet de faire connaître l'offre de produits alimentaires de proximité répondant, en tout ou en partie, aux critères de l'alimentation durable. Il s'agit de rendre **« pratiquement et concrètement »** accessibles ces produits, y compris pour les personnes en situation de vulnérabilité.

A titre d'exemple, l'évaluation menée auprès des participants des Défis Alimentation Durable déployés dans le cadre du projet AD-In a mis en avant un intérêt de principe pour la production locale. Bien que ce type de production locale soit spontanément associé à des produits de plus grande qualité dans l'esprit de ces participants, ces derniers ont également fait part de leurs difficultés à passer concrètement à l'acte. Ils ont ainsi évoqué les nombreux obstacles auxquels ils sont confrontés dont des difficultés de mobilité, la crainte d'un surcoût éventuel ou encore la méconnaissance de ces lieux de production et de vente.

En tant que professionnel, vous êtes l'un des maillons essentiels pour accompagner vos publics dans leur découverte de ces modes d'approvisionnement **pour en garantir une plus grande accessibilité effective**.

Comment ?

Quels sont ces modes alternatifs d'approvisionnement ?

Nous visons ici des modes d'approvisionnement qui permettent aux consommateurs de reprendre un rôle central dans le choix de leur alimentation, notamment en favorisant une participation directe. La valorisation du circuit court y est également prépondérante. Sans chercher à être exhaustifs, nous visons ici plusieurs modes alternatifs, tels que :

- les groupes d'achat collectifs ;
- les marchés qui favorisent les producteurs locaux et/ou bio ;
- les supermarchés coopératifs ;
- la vente directe chez le producteur (éventuellement par les systèmes de paniers) ;
- les initiatives de regroupement de producteurs sur un même lieu (ex. halle des producteurs).

En tant que professionnel, nous vous proposons **deux modalités d'action** en la matière :

Faire connaître les initiatives existantes à votre public

1. Répertorier/cartographier les initiatives existantes sur mon territoire

La première étape sera de répertorier ce qui existe sur un territoire proche. Dès cette étape, il importe d'associer le public dont les connaissances pourront servir de base à ce recensement, notamment dans la vérification de critères de durabilité des initiatives repérées.

Des outils en ligne sont disponibles pour vous aider dans cette étape :

- En Belgique, vous pouvez notamment consulter le site des consommateurs responsables : https://www.asblrcr.be/
- En Région des Hauts de France, vous pouvez notamment consulter les sites suivants : https://www.amap-hdf.org/reseau-association-amap-hauts-de-france/ ; http://www.ouacheterlocal.fr/

Dans le cadre du projet AD-In, une plateforme « *Port'Alim* » permet également de répertorier, sur les territoires-pilotes du projet[2], les initiatives d'approvisionnement où le caractère inclusif est mis en avant : https://portalim.eu/

Tant en France qu'en Belgique, de nombreux guides des producteurs locaux sont également édités sur les territoires. Le plus souvent, ces derniers sont disponibles auprès de services communaux.

2. Faire connaître ces initiatives auprès de mon public

La seconde étape sera de faire vivre ce recensement auprès de votre public.

Sur ce point, il s'agit de travailler à lever les freins culturels qui peuvent parfois exister. En effet, travailler les représentations liées à ces modes de consommation alternatifs est un enjeu majeur pour favoriser la transition vers un système alimentaire plus durable. Il est donc important de connaître les freins éventuels de votre public à cet égard pour les déconstruire ensemble.

Si certaines personnes de vos publics ont déjà expérimenté ce type d'approvisionnements alternatifs, il est aussi intéressant qu'ils puissent témoigner de leur expérience. Ces témoignages de pairs constituent des gages de confiance par rapport à des pratiques de consommation parfois méconnues.

Comme indiqué en introduction, il s'agira de dépasser les différents obstacles matériels liés à la fréquentation de ce type de lieux. Là encore, il peut être utile d'imaginer des solutions en tenant compte des expérimentations personnelles de chacun.

À ce propos, travailler la question de l'accessibilité géographique est essentiel. Ainsi, lorsque nous évoquions la mise en place d'un répertoire des différentes initiatives, il peut être intéressant que ce répertoire s'accompagne d'informations pratiques sur l'organisation des trajets, par exemple en transports en commun.

Le frein financier ne peut pas non plus être négligé. Là aussi, différents outils peuvent permettre d'**aborder la question budgétaire**, notamment en privilégiant des produits de saison ou encore en limitant le gaspillage alimentaire. Voici quelques exemples de ces outils :

- « Pour vos achats de nourriture : petite boussole pour ne pas perdre le nord », Solidaris : https://www.solidaris-liege.be/servlet/Repository/peps-a_mini-guide-pour-les-achats-de-nourriture.pdf?IDR=14737&IDQ=20&LANG=fr
- Manger sain et durable sans grignoter son budget : Trucs et astuces, Alimentation 21 : https://drive.google.com/file/d/0B6LJeKXUMCJ1YVkxVVRyOFV5dzA/view

Toutefois, on ne peut ignorer que de nombreuses personnes en situation de vulnérabilité se trouvent en situation de précarité économique. Cette donnée ne peut être ignorée dans les discours de promotion de l'alimentation durable[3].

D'après les différents porteurs de projets au sein du projet AD-In, **l'accompagnement vers les lieux d'approvisionnement alternatif** est souvent un bon moyen pour dépasser les *a priori* du public. En effet, lorsqu'une rencontre directe peut avoir lieu avec un producteur, les difficultés souvent éprouvées par ce dernier (notamment économiques) peuvent faire écho à celles que vos publics vivent eux-mêmes.

Une attention particulière à certains **freins administratifs** doit être accordée. Par exemple, le fait de disposer d'un revenu de remplacement peut, sous certaines conditions, empêcher de prester des heures de bénévolat et donc, s'impliquer dans une initiative telle qu'un supermarché coopératif. Prenez en compte ces freins pour aider vos publics à les dépasser.

Mettre en place ce type d'initiatives

Sur certains territoires, l'étape de l'identification peut mettre en avant des lacunes dans l'offre de proximité. Si une demande émerge de la part de votre public, il peut être opportun que vous soyez vous-même à l'origine d'une telle initiative en fonction de vos ressources financières et humaines. À cet égard, les groupements d'achat sont sans doute l'une des pistes les plus aisément concrétisables. Encore une fois, il s'agira d'associer votre public dès les premières étapes de la mise en place d'une telle initiative. L'exemple du CPAS de Charleroi présenté ci-dessous constitue une bonne illustration de cette participation à toutes les étapes du processus.

Il peut aussi être envisagé de s'associer à d'autres acteurs de votre territoire pour lancer des initiatives plus ambitieuses (par exemple, l'organisation d'un marché des producteurs locaux au sein des murs de votre institution). De tels partenariats peuvent être gages de mixité sociale, par ailleurs.

Enfin, n'hésitez pas à solliciter l'appui logistique, financier ou communicationnel de vos élus locaux. Il est toujours précieux.

S'inspirer ...

Nous présentons ici en France et en Belgique, des initiatives rencontrées dans le cadre du projet AD-In qui nous semblent être des pas dans la bonne direction. Toutefois, notons que le caractère inclusif reste un défi majeur et ce, même si toutes ces initiatives tentent des ajustements en continu en la matière. Leurs différentes expérimentations apparaissent comme une base de réflexion intéressante.

1. Le Supermarché Coopératif Coopéco, Charleroi

« Super-marché » coopératif et participatif ouvert depuis octobre 2016, il rassemble 400 coopérateurs réunis par la volonté de trouver une alternative à la grande distribution. Cette initiative mise en place par des consommateurs insatisfaits par l'offre de leur territoire vise à « offrir à chacun une nourriture de qualité et des prix accessibles. Le tout dans une démarche respectueuse de l'environnement et de l'humain. »[4] L'initiative se développe autour de 4 piliers : la santé, l'environnement, l'aspect humain et l'équilibre du porte-monnaie. Pour ce faire, le magasin est achalandé en circuit court par des producteurs locaux favorisant une production éthique, de saison tout en luttant contre le gaspillage alimentaire.

Pour devenir coopérateur, il s'agit d'acquérir une part de la sprl[5] et de s'engager à offrir mensuellement 3h de son temps au sein de l'un des groupes de travail, dénommés « caddies », organisés autour de différentes thématiques (communication, achat des produits, organisation du magasin ...). Les coopérateurs sont à la fois travailleurs, propriétaires et clients du Super-marché. Pour favoriser le caractère inclusif de l'initiative, des parts « suspendues[6]» sont disponibles pour que le frein financier ne soit pas un obstacle. De plus, des coopérateurs ont à cœur de présenter leur projet dans des lieux que fréquentent les publics en situation de vulnérabilité comme les espaces citoyens des CPAS de la région. Atteindre cette mixité sociale reste néanmoins un enjeu de taille et montre que l'accompagnement des publics vers ce type d'initiative est essentiel au-delà de l'étape de les faire connaître.

Pour plus d'infos : https://coopeco-supermarche.be/

2. Les paniers solidaires, Communauté d'Agglomération du Douaisis (CAD)

Cette action portée par Bio-Haut de France et financée par l'Etat et la CAD dans le cadre de la Politique de la Ville, vise à rendre accessibles des paniers de produits bio et locaux à des personnes ayant de faibles revenus (allocataires de minima sociaux et/ou avec un quotient familial inférieur ou égal à 1 000 euros). Pour cela, les paniers sont proposés via des structures relais (ex : centres sociaux), à des tarifs réduits (50% du prix). Ils sont accompagnés d'ateliers de formation pour les professionnels relais (ex : référents familles de centres sociaux) et de temps de sensibilisation pour les usagers (ex : visite de ferme, ateliers cuisine). L'idée est de faire tomber les idées reçues autour du bio et d'accompagner les structures à animer de façon autonome le dispositif. Le centre social de Dorignies est actuellement engagé dans ce dispositif, avec une réelle satisfaction des bénéficiaires de ces paniers. Depuis, un autre centre socioculturel, de Dechy, s'est également joint à l'opération.

Pour plus d'infos : http://www.centres-sociaux-douai.fr/web_centres/centres_do/cs_dorignies.htm

3. Le Groupe d'achat collectif, CPAS de Charleroi

Suite à leur participation aux Défis Alimentation Durable du projet AD-In, les membres de l'Espace citoyen de Dampremy (CPAS de Charleroi) ont souhaité mettre en place un groupe d'achat collectif. Après avoir identifié les producteurs présents sur leur territoire, une visite a été organisée pour aller à la rencontre de certains de ces producteurs. Chaque membre du groupe intéressé occupe un poste défini. Le groupe fonctionne sur base de précommandes.

Notons qu'un groupe d'achat pré-existait sur la région de Charleroi mais que les personnes ont préféré monter leur propre groupe. Cet entre-soi peut constituer une première étape rassurante. Des ponts peuvent néanmoins être envisagés et encouragés entre les différentes initiatives d'un même territoire.

Pour plus d'infos : https://www.cpascharleroi.be/fr/insertion-sociale/espaces-citoyens/espace-citoyen-de-dampremy/activites-partager-l-espace-citoyen-de-dampremy

4. Le marché de producteurs locaux, Courcelles

Depuis 2014, à l'initiative de l'Echevin de l'économie, ce marché se tient mensuellement de mai à octobre dans l'objectif de favoriser les circuits courts. Il rassemble une trentaine de producteurs locaux, engagés dans l'agriculture biologique ou raisonnée, réunis dans un réseau. Le cahier des charges prévoit que les producteurs soient situés dans un rayon de 40 à 50 km. Le critère 'agriculture raisonnée' (et non exclusivement « bio ») a pour objet de prendre en compte les réalités des petits producteurs de la commune qui n'ont pas nécessairement tous les moyens ou l'envie de répondre à l'ensemble des critères du label bio, mais qui néanmoins cultivent leurs produits en respectant les critères environnementaux et sociaux.

Autour de ce marché se greffent une série d'activités orientées vers l'éducation permanente – prise en charge par une asbl locale - pour sensibiliser le public, notamment à la portée environnementale des circuits courts.

De l'avis des initiateurs de ce projet, il semble que les personnes en situation de vulnérabilité fréquentent toutefois peu ce marché, pour lui préférer le marché hebdomadaire traditionnel. L'horaire du marché de producteurs locaux (vendredi soir) a été décidé pour attirer la frange de la population qui travaille en journée. Les conditions d'accueil – présence d'un bar – ont pour objectif d'en faire un moment festif. Attirer les personnes précarisées sur ce marché des producteurs locaux est un défi qui reste à relever et où l'accompagnement et le soutien des activités d'éducation permanente pourraient être des leviers.

Pour plus d'infos : http://courcelles.eu/evenements/marche-des-produits-locaux

Notes de fin

1. Concernant le public-cible d'AD-In, le processus d'évaluation mené auprès des participants des Défis Alimentation Durable (public en situation de vulnérabilité) a mis en avant une fréquentation quasi exclusive de la grande distribution (à l'exception d'un territoire plus rural où le marché hebdomadaire reste un lieu fréquenté, notamment pour la convivialité qu'il permet et la représentation positive associée à la qualité des produits proposés).

2. En Belgique : Charleroi et en France, la Communauté de communes de la région d'Audruicq.

3. Notons le processus d'évaluation mené auprès des participants des Défis Alimentation Durable (public en situation de vulnérabilité) qui a mis en avant que si le frein financier est un des freins prégnants dans les changements des comportements alimentaires, les répondants insistent également sur le fait que ce frein financier ne peut être le seul à prendre en considération. L'influence de l'entourage est ainsi apparue chez une très grande majorité de répondants comme une autre limite dans le choix alimentaire.

4. Source : https://coopeco-supermarche.be/

5. Société privée à responsabilité Limitée

6. Ces parts sont financées par d'autres coopérateurs et mises en attente pour être proposées à des personnes souhaitant devenir coopératrices et qui auraient des difficultés à financer l'achat de leur part.

Avec le soutien du Fonds européen de développement régional

Financeurs :

Opérateurs associés :

Opérateurs partenaires :

Interreg France-Wallonie-Vlaanderen
AD-In