

GROUPEMENTS D'ACHATS ET PETITS PRODUCTEURS, MÊME COMBAT !



Objet de l'analyse : Les groupements d'achats (GA) dont il est question dans le texte qui suit concernent des achats groupés de produits alimentaires organisés au sein du mouvement des Amis de la Terre-Belgique ou au sein d'associations avec lesquelles ils ont été en contact.

Contexte : Les Amis de la Terre-Belgique ont déjà consacré un numéro de leur revue à la question des groupes d'achats (voir bibliographie). Plusieurs groupes d'achats sont organisés par des groupes locaux du mouvement. Des membres d'un groupe local concerné (Seraing) pratiquent, par ailleurs, et approfondissent depuis plusieurs années la question des filières alimentaires alternatives. Ils ont fait bénéficier le mouvement de cette expérience notamment en collaborant à la revue sur les groupements d'achats. Fin 2003, les GA des Amis de la Terre se sont réunis pour examiner leurs pratiques et aller plus loin dans la réflexion.



INTRODUCTION

Les groupements d'achats actuels trouvent leur inspiration tant dans des expériences passées que dans des préoccupations plus orientées vers l'avenir. La formule, en effet, n'est pas neuve. Ainsi, les milieux populaires, au début du vingtième siècle, s'organisaient déjà pour acheter et distribuer des produits d'alimentation. Le système permettait d'aider les familles touchées par la maladie, le manque de travail, la pauvreté. Il a existé parallèlement aux coopératives et se liait parfois à la mise en place des jardins ouvriers collectifs.

Actuellement, c'est davantage le souci de se procurer une alimentation saine produite en respectant l'environnement qui est à la base des GA. Le public des GA s'est ainsi déplacé des couches populaires vers les classes moyennes et plus particulièrement les milieux sensibilisés à l'écologie.

Ignorés par la loi, tolérés par les marchés commerciaux, de nature à géométrie très variable, les GA peuvent être englobés dans la mouvance dite « alternative ». Volontairement discrets mais aussi déforçés par leur profonde disparité, ils n'ont pas encore trouvé l'énergie ou la motivation nécessaires pour parler d'une même voix publique afin de faire entendre leurs visions sociales et leurs demandes.

Il y a pourtant urgence car leur précarité, créative et dynamisante, peut également les précipiter rapidement dans l'oubli. Quels dangers les menacent ? Le renforcement de l'arsenal réglementaire dans le domaine des échanges commerciaux et de la production est favorable aux marchés classiques. La croissance hégémonique de ces derniers laisse de moins en moins de place aux alternatives. D'un autre côté, les producteurs, que les GA choisissent pour leur taille et organisation humaines, leur proximité, leur exigence de qualité, connaissent des difficultés de plus en plus aiguës et peinent à survivre.

LES PARTICIPANTS AUX GA

UNE CLIENTÈLE PANACHÉE

L'étude sociologique reste sans doute à faire, mais l'observation empirique permet déjà de constater que se retrouvent nombre de catégories sociales dans la composition des groupements d'achats. Les jeunes semblent plus actifs dans les milieux urbains. Certains groupements concentrent des familles des classes moyennes. Inscrits dans l'action associative, d'autres comptent davantage de militants. Mais généralement se côtoient dans les groupements d'achats des familles et des personnes seules, des chômeurs et des cadres supérieurs, des ouvriers et des universitaires. Les femmes semblent dominer en nombre, mais comme beaucoup y participent en famille, leur implication reste liée à la répartition habituelle des tâches domestiques par laquelle l'approvisionnement tout autant que la préparation des repas leur sont encore pour beaucoup dévolus.

Cette diversité correspond à la multiplicité des apports nécessaires pour que vive un GA : que vous mettiez votre véhicule à disposition des transports nécessaires ou que vous offriez une heure mensuelle à tenir une permanence, vous trouverez quelque chose d'utile à y faire. Il y en a pour tous les moyens, financiers, humains, techniques ou autres.

Participer ne demande non plus aucune compétence spécifique. Il suffit, en l'occurrence, de savoir consommer et de partager la volonté d'améliorer cette fonction.

EXCLUS, S'ABSTENIR ?

S'engager dans un GA semble par contre difficilement compatible avec certaines situations de détresse : alcoolisme, handicap physique important, extrême pauvreté, maladie grave, troubles psychologiques importants. Il faudrait sans doute, pour pallier ce défaut, que les GA passent à une vitesse supérieure en terme d'organisation et d'encadrement. Cependant, on le verra plus loin, les



GA peuvent constituer un outil utile pour améliorer l'intégration sociale et économique des personnes en difficultés.

UNE PARTICIPATION RÉELLE

Il est possible de limiter sa participation aux stricts échanges nécessaires. A l'autre bout de la palette relationnelle, certains GA éprouvent des difficultés à s'ouvrir à de nouveaux participants, le groupe de base ayant développé des relations à haute valeur amicale. En règle générale, les GA étant construits sur des objectifs communs, il est plus ou moins implicitement recommandé d'en tenir compte. Les relations purement commerciales ne sont ainsi guère prisées. Les participants de cette veine étant souvent perçus comme plus exigeants, peu ou pas coopératifs, bref « ils se trompent d'adresse ».

LES PRODUITS

Les groupes s'organisent pour acheter des produits essentiellement alimentaires : légumes, fruits, viande, produits laitiers, céréales. Des produits d'épicerie peuvent s'y ajouter selon l'organisation et les producteurs ou fournisseurs choisis par le GA.

DU BIO

La volonté de s'approvisionner en produits labellisés biologiques a souvent été à l'origine des GA actuels. Cela explique, par exemple, qu'en Flandre où les GA se sont coordonnés sur une plus grande échelle avec cet objectif, ceux-ci ont tendance à diminuer en même temps que les produits biologiques font leur entrée en force dans le réseau de la grande distribution.

Les GA étant plus étroitement liés aux producteurs, il semble assez naturel de constater qu'ils ont parfois intégré les attitudes de ces derniers. Ainsi, certains producteurs de produits bio ayant décidé de ne plus payer les processus de labellisation, des GA élargissent leurs fournitures à des produits non labellisés bio mais dont ils connaissent la qualité à leurs contacts directs avec les producteurs.

DE LA QUALITÉ

La qualité reste une préoccupation largement partagée chez les utilisateurs des GA. Cette exigence ne s'enracine pas uniquement dans le souci d'une alimentation correcte, mais aussi dans la volonté de favoriser des procédés de production qui prennent en compte une série de critères qualitatifs : respect des processus naturels, refus d'empoisonner les sols par des produits chimiques ou de mettre en péril le patrimoine botanique par l'utilisation d'organismes génétiquement modifiés (OGM), respect des travailleurs.

DE L'ÉTHIQUE

Le caractère éthique des produits est donc aussi une exigence des GA. Statut et traitement corrects des travailleurs, acceptation du « juste prix », etc, autant de caractéristiques demandées par les acheteurs. Ainsi, les produits du commerce équitable se retrouvent fréquemment dans les listes proposées à l'achat.

DE LA PROXIMITÉ

L'origine des produits fait, elle, débat : pour certains, priorité est donnée aux producteurs répondant aux critères précités et pour d'autres, s'y ajoute le critère de localisation. La proximité du producteur prime alors, les GA concernés souhaitant rester cohérents avec le souci de diminuer non seulement les intermédiaires mais surtout les déplacements. Plusieurs motivations à cette attitude : ne pas augmenter les nuisances dues à la circulation (émissions de gaz à effet de serre, bruit, qualité des voiries, encombrement de l'espace public), conserver une proximité favorisant les contacts directs entre producteurs et consommateurs, souci d'agir au niveau de sa région et de contribuer à y développer des filières alternatives.



Ainsi, les GA des Amis de la Terre insistent sur ce critère de proximité, cohérent avec la recommandation du mouvement « favoriser les circuits courts en matière de consommation ». C'est ici le souci de protéger l'environnement qui passe en première ligne.

DES PRIX INTÉRESSANTS GLOBALEMENT

Le prix ne semble pas relever d'exigence particulière. S'il doit rester raisonnable, il peut être plus élevé que dans le commerce habituel. A condition que les critères précités soient respectés, les usagers acceptent d'en payer le prix.

Toutefois toute une série de mécanismes corrigent les dérapages éventuels vers le haut :

- le système de paniers tout préparés peut s'accompagner d'un montant plafonné (on commande pour une somme maximum),
- l'achat groupé permet de se partager un animal entier dont la découpe et le conditionnement sont partagés ce qui baisse le prix final,
- un changement alimentaire permet de compenser l'aspect coûteux (diminution ou suppression de la viande, par ex),
- le système des GA permet aux familles de diminuer fortement les achats en grandes surfaces commerciales dans lesquelles les acquisitions dépassent toujours les besoins listés au départ (conditionnement publicitaire fort),
- les échanges d'informations (recettes, conseils culinaires) permettent d'utiliser des produits meilleur marché peu connus ou peu utilisés,
- le système d'approvisionnement réduit les frais de déplacement du poste alimentation du budget familial.

Pour beaucoup, le système des GA offre une possibilité d'approvisionnement de qualité pour un investissement qui reste raisonnable voire avantageux. Simplement, il est parfois nécessaire de prévoir un mécanisme qui évite le paiement ponctuel de sommes importantes, par exemple, pour la livraison d'une importante provision de viande, car cela peut rebuter certaines personnes en situation précaire.

LES PRODUCTEURS

Une des particularités des GA est l'établissement de contacts directs et plus ou moins réguliers avec les producteurs. Plusieurs motivations à cette volonté : réduire ou supprimer les intermédiaires, instaurer un dialogue et des échanges permettant à la fois une meilleure adéquation entre les besoins respectifs et une meilleure compréhension des situations, des difficultés de chacun. En prime, l'installation d'un processus de contrôle de la production basé sur la transparence et une bonne connaissance réciproque. Ce processus permet également une compréhension de l'établissement des prix de vente tout autant que des négociations pour les aménager éventuellement.

Les producteurs sont généralement des agriculteurs et des éleveurs appliquant les principes de culture et d'élevage de l'agriculture biologique ou biodynamique.

Ils travaillent dans des unités à caractère familial ou se regroupent au sein de coopératives pour organiser leurs ventes. Dans ces derniers cas, la coopérative devient le point de contact des GA, ce qui n'empêche pas des visites directement chez les producteurs.

Des productions achetées par les GA proviennent d'autres groupements comme des jardins collectifs.

Plus rarement, les GA utilisent des points de vente (magasins) qui permettent d'élargir l'offre de petits producteurs locaux à des produits provenant d'une halle de produits bio et à des produits d'épicerie, d'entretien.



A noter que la participation à un GA permet aux utilisateurs de mieux localiser les producteurs de leur région (lieu de production, de vente) et de compléter éventuellement leurs achats dans leurs points de vente entre deux livraisons.

L'ORGANISATION

MOTIVATION ÉCONOMIQUE

Il existe, sur la « toile » informatique, des sites de groupements d'achats virtuels. Il est ainsi possible de s'affilier, de recevoir un code et de bénéficier de promotions, d'informations sur des sites marchands, d'échanges d'avis comparatifs, etc. La vente est poussée par des formules de parrainage : vous affiliez un ou plusieurs filleuls que vous vous engagez à réactiver régulièrement. Bénéfice : un pourcentage des ventes ainsi réalisées. Il s'agit d'organisations à caractère commercial sans dimensions idéologiques même si des produits du commerce éthique peuvent être acquis de cette manière. Le plus souvent, les sites informatiques de ce type permettent surtout de grouper ?vendeurs et clients potentiels.

Le groupement d'achats peut également concerner les entreprises qui s'organisent pour obtenir matières premières et matériel à des conditions avantageuses, communiquer à plus grande échelle, augmenter leurs assortiments. Les entrepreneurs mutualisent ainsi conseils marketing, juridiques et fiscaux, accompagnement à la gestion, formations spécialisées et échangent leur savoir-faire...

Plus généralement, des personnes étant amenées à se côtoyer régulièrement (collègues, familles, membres d'un groupement existant) utilisent la formule d'achats groupés de produits. Ceux-ci sont souvent proposés par l'un ou l'autre, dont la fibre « commerçante » est forte ou, plus simplement, qui souhaite partager un filon d'approvisionnement voire augmenter sa ristourne. C'est une pratique plus ou moins tolérée dans les administrations, par exemple. Cela peut également concerner des achats plus ciblés en lien direct avec l'activité qui réunit les participants : semences et plants pour les membres d'un cercle horticole, matériel spécifique pour les spéléologues amateurs affiliés à un club, etc ?

MOTIVATION SOCIALE

Dans les CPAS, les Ecoles de consommateurs ont été mises sur pied pour aider des personnes en détresse économique à sortir du surendettement, en redevenant maître de leur consommation, mais aussi pour revaloriser l'image qu'elles ont d'elles-mêmes. Et surtout, pour briser sa solitude, réintégrer la société. Parfois, les participants ont ainsi décidé d'organiser des achats groupés pour obtenir de meilleures conditions d'achats.

MOTIVATION MILITANTE

Acheter en se regroupant constitue une activité pratiquée au sein de plusieurs associations. Déjà organisés en groupes ou en réseaux, les membres mettent plus facilement sur pied ce genre d'organisation. Leur motivation varie selon le « créneau » de l'association. Chez Nature & Progrès, les organisateurs de GA recherchent le développement de la convivialité et des circuits courts pour rapprocher le producteur du consommateur dans l'esprit de la charte de Nature et Progrès: "Mes aliments ont un visage". Chez les Equipes Populaires, les groupements d'achats sont en lien avec le souci de procurer une alimentation saine aux participants. Les GA des Amis de la Terre privilégient l'objectif d'une agriculture à caractère durable et d'une consommation de saison et de proximité.

Ces aspects plus militants des GA les mettent ainsi naturellement en lien avec des initiatives à caractère « alternatif » : jardins collectifs, SEL (systèmes d'échanges locaux), etc.



FONCTIONNEMENT

DU SYSTÈME D À L'ASBL

Le type de fonctionnement interne propre aux GA est ce qui les diversifie le plus. En effet, si les produits achetés en commun sont peu ou prou de nature similaire, par contre la manière de les choisir, les conditionner, les répartir, les transporter, bref les gérer, varie fortement d'un GA à l'autre.

La formule oscille depuis quelques familles réduisant au strict minimum les corvées indispensables et se les répartissant en tournante jusqu'à l'organisation en asbl avec personnel permanent assurant transport, contacts avec les producteurs et information pour plusieurs centaines de familles.

Bien évidemment, le mécanisme des prises de décision (organisation du pouvoir) fluctue également, se panachant entre cogestion libertaire, délégation des tâches, répartition hiérarchisée et codifiée.

LES OBSTACLES

Chaque formule présente des avantages et des inconvénients. Quelles sont les difficultés les plus fréquentes ?

L'effet entonnoir : les tâches les plus ingrates se retrouvent peu à peu confiées aux personnes les plus motivées ou les plus responsabilisées. Celles-ci s'épuisent lentement mais sûrement et dégoûtent toute relève potentielle.

Les conflits de personnes : faute de trop formaliser, les échanges « tiennent » grâce à leur qualité de confiance et leur fiabilité. Lorsque ces qualités se détériorent ou viennent à faire défaut, malentendus et sentiments d'injustice se répandent, pouvant conduire au départ de participants voire à l'échec du GA.

Les conflits idéologiques : proximité d'abord ou bio ? légumes seuls ou viande et produits laitiers ? Il y a intérêt à préciser dès le début ou à l'arrivée d'un nouveau participant quels sont les critères de choix des producteurs et des produits décidés par le GA sous peine de remises en question perpétuelles et démotivantes.

Le manque de porteurs : si les tâches sont réparties sur quelques têtes, il faut pouvoir les soutenir et préparer la relève. Les « porteurs » se retrouvent souvent le point de contact entre les différents acteurs du GA et sont ainsi amenés à recevoir remarques et critiques qui ne les concernent pas directement alors qu'au départ, ils voulaient simplement aider à l'organisation. Il n'est donc pas simple d'assurer ces rôles. Une association peut pallier ces problèmes en offrant, par exemple, des formations, un service d'aide-conseil, une intervention pour aider à l'évaluation du projet.

Le transport des denrées : il faut que les fournitures arrivent à bon port et en bon état, c'est à dire le plus rapidement possible, du producteur au participant du GA. Plusieurs solutions sont possibles :

- le producteur livre dans un local où les commandes sont préparées, mise dans des sacs ou des bacs, contrôlées par rapport à la commande transmise. Chaque participant passe prendre sa commande aux heures prévues pour la permanence.
- un membre du GA se rend chez le producteur, prend livraison des denrées et, soit, les stocke chez lui où chacun passe, soit les livre directement chez chacun
- le GA s'organise pour financer un transport commun (cotisation payant les trajets ou personnel rémunéré)

Pour ne pas avoir à utiliser un véhicule d'importance commerciale (camionnette) ou permettre de répartir les trajets entre les participants, les GA doivent limiter leurs moyens de transport à un



véhicule de taille familiale. Cette restriction a amené certains GA à limiter leurs participants à une dizaine de familles, un nouveau GA étant créé si ce nombre est dépassé.

Le conditionnement : là aussi, les formules varient. Si le système du panier est choisi (assortiment composé par le producteur ou le point de vente intermédiaire selon des demandes pré-établies), c'est généralement le fournisseur qui pèse et emballe. Dans d'autres cas, où les denrées arrivent groupées par type, ce sont les volontaires du GA qui pèsent et conditionnent les commandes. La question du contenant n'est pas anodine : sacs en papier, bacs réutilisable, ? il faut pouvoir organiser éventuellement un retour des contenants vidés.

La manipulation d'argent : il est impératif que la comptabilité des GA soit transparente et régulière. L'inscrire dans la comptabilité d'une asbl (l'association porteuse, le GA lui-même ou un regroupement de GA) garantit sa distinction avec une activité à caractère marchand, clarifiant la situation légale et l'attitude que l'administration peut développer à son égard (surveillance de la concurrence, taxation, lutte contre le travail illégal, etc).

D'autre part, le paiement des fournitures peut poser problème à des personnes démunies chroniquement ou temporairement. La stabilité du GA joue alors un rôle important, permettant des explications et des résolutions sur une période longue grâce à la qualité relationnelle qui s'y est construite.

Les locaux : un local consiste souvent un souhait des GA car il permet un lieu de répartition, de conditionnement des achats qui n'empiète pas sur la vie privée des participants. On peut également y stocker du matériel pour le transport des achats, y organiser l'une ou l'autre activité complémentaire. Un local pose aussi la question de sa gestion : location ou achat, entretien, gardiennage. Il peut aussi compliquer l'organisation. Ainsi, en Flandre, un local qui servait à regrouper les achats avant distribution a été inspecté par l'administration qui exigeait des conditions d'aménagement similaires à un local commercial de stockage d'aliments (frigorifiques, carrelages, etc).

L'affiliation : participer, cela doit se marquer par une procédure d'adhésion. Celle-ci dépend de la nature du GA (association de fait, association sans but lucratif, groupe local d'une association) et peut se traduire par une simple acceptation ou, plus formel, une cotisation versée à l'association porteuse. L'affiliation n'est pas toujours claire pour quelqu'un qui souhaite rejoindre un GA et il importe de préciser dès le départ le type d'affiliation et ce qu'elle comporte comme obligations et comme avantages. Souvent, la participation pratique au système d'achats groupés est rapidement acceptée et un temps de transition permet de clarifier voire formaliser la participation complète à l'organisation.

LES OUTILS

La plupart des GA ont affronté ces différents problèmes avec les moyens classiques mais efficaces de réunions préparatoires, de conventions d'organisation, d'information claire aux participants, de contacts fréquents avec les producteurs et, surtout, d'une évaluation régulière permettant d'identifier les difficultés et de les dépasser.

LES DÉVELOPPEMENTS

L'organisation de groupements d'achats ouvre la porte à toute une série d'activités plus ou moins développées selon les moyens, la situation, le mode d'organisation des participants. Ces activités se situent pour une grande part dans le champ de l'action citoyenne, beaucoup moins dans le champ des échanges commerciaux. Elles confortent la poursuite des objectifs des GA.

INFORMATION

- sur les producteurs : que ce soit l'information à caractère publicitaire des producteurs ou de leurs coopératives ou des échanges de témoignages, d'avis, de compte-rendu de visites sur place, les données circulent avec les achats, transmises et parfois débattues à l'occasion des



commandes, de la fourniture ou du conditionnement ainsi que pendant les réunions d'organisation. Les participants précisent ainsi leur compréhension des modes et choix de production, des problèmes et succès rencontrés par les producteurs, de l'évolution de leur secteur d'activité et de ses liens avec les autres secteurs de production et de vente alimentaires.

- sur les produits : mise en commun de documentation, échanges de recettes, de procédés de conservation ou de transformation (conserves, confitures, préparations diverses), explications relatives à des produits peu connus (légumes « oubliés », céréales) ou lointains (produits du commerce équitable), recherche et réflexion sur les productions locales et saisonnières, ? tout fait farine au moulin de la convivialité des GA.
- sur les points de fourniture : quels sont les points de vente de la région conformes à la philosophie des GA ? Y a-t-il des points de restauration dans lesquels ces produits sont utilisés ? Que valent-ils (échange de témoignages) ? Quelles sont les meilleures modalités pour atteindre ces fournisseurs ? Que peut-on trouver comme approvisionnements complémentaires (vente sur les marchés, portes ouvertes chez un producteur, foire locale ?).
- sur des produits non alimentaires : des informations circulent également au sein des GA sur des actions citoyennes proches (par exemple la campagne « vêtements propres »), des fournitures à caractère éthique ou écologique (produits de bioconstruction, d'hygiène et d'entretien préservant l'environnement).
- sur des questions liées à l'alimentation : particulièrement dans les GA organisés au sein d'associations, les rencontres et réunions permettent aux membres des GA d'approfondir des sujets comme la santé (ex les allergies au gluten), les relations nord-sud, la mondialisation et le commerce international, les productions agricoles, le bien-être animal, les transports d'aliment, l'eau de consommation, etc.

ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

Plus concrètes que l'information, des activités sont mises sur pied au sein des GA soit de l'initiative des organisateurs soit de celle des participants.

- visites groupées des lieux de production des fournitures achetées
- prospection organisée des producteurs locaux
- réunions, conférences, bar lorsqu'il y a un local
- achats groupés ponctuels : d'une bête entière conditionnée ensemble, de poissons sur la côte belge.
- action de promotion ou de défense de producteurs (accompagnement d'un stand sur le marché avec distribution de prospectus)

CONTACTS ET RÉFLEXION COMMUNE

Participer à un GA est donc, pour beaucoup, un choix à forte connotation citoyenne. Il est ainsi naturel d'y retrouver des personnes soucieuses d'aller plus loin dans la démarche. Ces dernières jouent ainsi un rôle de moteur pour mettre les participants en relation mais aussi pour élargir les contacts aux autres acteurs (producteurs, intermédiaires éventuels), aux autres groupements d'achats et aux organisations fédérant consommateurs, producteurs, associations.

Ainsi, en 2001, des journées de rencontre ont été organisées à Assesse sur le thème du développement des filières de production agricole certifiées de qualité. Plusieurs groupements d'achats y participaient et une lettre ouverte a été rédigée sur les labels agricoles wallons à destination du ministre wallon de l'agriculture de l'époque (annexe 1).

Le 29 mars 2003, l'asbl Vivre?S a organisé à Seraing une rencontre nationale de groupements d'achats qui ont permis à des GA indépendants, associatifs, wallons, bruxellois et flamands, ..ainsi qu'à des producteurs de mieux se connaître et d'échanger leurs expériences.



Si, en Flandre, plusieurs dizaines de GA se sont regroupés au sein des Voedselteams pour mieux organiser leur défense des productions locales de qualité, côté francophone, le réseau garde un caractère informel.

PROMOTION DU GA

L'organisation d'un GA ressemble à un club privé avec les modalités habituelles pour adhérer ou quitter. Un GA peut donc se contenter d'une information « de bouche à oreille » pour survivre.

Plus souvent, nombre de « porteurs » et de participants étant des personnes sensibilisées et motivées et les GA développant souvent des activités complémentaires plus ou moins ouvertes, une information est élaborée afin de faire connaître le GA dans sa région, auprès de nouveaux adhérents potentiels, etc.

Cette information peut prendre la forme de dépliants, d'articles dans un journal local, de présentation dans une émission radiophonique, de reportage, etc.

Elle répond aussi à une préoccupation fréquente des participants : faire en sorte que le GA puisse, par son existence, susciter une réflexion dans la société sur les filières alimentaires, une meilleure attention aux productions locales de qualité, un changement des modes de production et d'élevage traditionnels.

LES ENJEUX ET PERSPECTIVES

Les GA sont-ils voués à disparaître ou vont-ils se multiplier ? Ont-ils intérêt à garder une organisation différenciée ou à harmoniser leurs fonctionnements ? Difficile de répondre.

Expérimentation sociale en marge mais aussi liée aux marchés, les GA ouvrent en tout cas un champ de consommation de produits de faible distribution et de haute qualité accessible à de petits producteurs et à des consommateurs moyens qui, sans les GA, ne se rencontreraient pas forcément.

Le type d'exigences de ces consommateurs gagnerait à être reconnu comme une tendance de consommation à prendre en compte dans les systèmes de production comme dans la régulation mise en place par les autorités publiques.

D'autre part, les GA sont directement dépendants de l'existence et du bon fonctionnement des producteurs répondant à leurs critères d'achats. Il est donc naturel qu'ils s'organisent dans le futur afin de participer activement à la défense de ces producteurs. Le faire via des actions ponctuelles et localisées ne suffira sans doute pas à enrayer l'avalement des petits producteurs par le marché. Les GA devront donc rapidement se regrouper pour, sinon s'uniformiser, au moins parler fort et ensemble pour que les mesures nécessaires soient prises afin de préserver le potentiel de production locale de produits fermiers de qualité, de produits biologiques, de produits fabriqués à partir d'un patrimoine botanique local lui aussi parfois menacé.

Jusqu'où devra aller l'organisation des groupements d'achats ? A eux de le déterminer mais plusieurs questions devront faire l'objet d'un examen et de décisions :

Quels produits, quels labels, quels producteurs, quels distributeurs ?

Quels avantages offrir aux participants par rapport au circuit classique (prix, livraison, qualité, contrôle, contacts..) ?

Quelle organisation encourager au sein des GA (répartition des tâches, prise de décision, information interne et externe, représentations extérieures, modalités de fonctionnement, etc) ?

Quel statut favoriser (associatif, commercial, ? ?)

Quelles activités complémentaires développer ?

Quelles aides (financières, administratives, techniques) solliciter ? Quels partenariats envisager ?



Quelles relations formaliser avec les producteurs (contrat d'achats ? contacts ? information ? contrôle ? établissement des prix ?)

Le débat et le champ d'action reste ouvert.

ADRESSES UTILES :

- **Velt - Uitbreidingstraat** 392c 2600 Berchem - tel. 03 281 74 75 - fax 03 281 74 76 - courriel : info@velt.be - site : www.velt.be. Une organisation flamande pour la promotion des produits bio. (voir aussi : www.biodichtbijhuis.be)
- **Voedselteams vzw** - Hilde Delbecque - Blijde Inkomststraat 50 3000 Leuven - tel. 016 31 65 99 - courriel : voedselteams@vredeseilanden.be - site : www.voedselteams.be. Une structure flamande regroupant des GA.
- **ASBL Vivre?S** - Place Cardinal Mercier, 16 4102 Seraing - tél. 04 336 60 17
- **Réseau de Consommateurs Responsables** : Rue Saint Roch 32 à 1325 Chaumont-Gistoux - Tél : 010 88 18 60 - Fax : 010 88 18 61 - courriel : info@rcr.be - site : www.rcr.be
- **GAC-ULB** - tél : 02 640 69 67 - courriel : gaculb@yahoo.fr Pour demander la liste des groupements d'achats à Bruxelles

BIBLIOGRAPHIE

- MARRIACIA Stéphanie, Guide du consommateur. : Mieux orienter ses achats pour favoriser le commerce équitable et le développement durable, Paris, Sang de la Terre, 12 mai 2003.
- MINET Luce, La constellation des groupes d'achats en Belgique, Seraing, ASBL Vivre?S, 2003.
- Les groupes d'achats, Revue des Amis de la Terre-Belgique, n°68, janvier 2002.
- NEJZSATEN Michel, Au nom de l'hygiène, de formidables atouts disparaissent !, Seraing, ASBL Vivre?S, 2003.
- MINET Luce, « Groupes d'achats : le retour » in : Inter-Environnement-Wallonie, n°5, novembre 2003, p. 3.
- « Agriculture biologique - Un projet de société » in Silence, n°275, octobre 2001, pp. 4-8.
- « Groupement d'achat : comment démarrer ? » in Passerelle Eco, n°13, hiver 2003, pp. 18-19.

date de rédaction finale : 1/10/2004

ont participé à ce document : Claudine Liénard, Luce Minet, Xavier Adam, Ezio Gandin



ANNEXE 1 :

LABELS AGRICOLES WALLONS : LETTRE OUVERTE A JOSE HAPPART

Réunis à Assesse les 30 janvier et 8 mars 2001 divers groupements (1) et associations attachés au développement de filières de production agricole certifiées de qualité ; et acteurs au sein de ces filières au niveau de la production, de la transformation, de la distribution ou de la consommation ont échangé sur les différents aspects des filières certifiées, qu'il s'agisse de production intégrée, de production sous label ou d'agriculture biologique. Ces rencontres les ont aidés à avoir une vision plus globale des problématiques et de la sensibilité des autres acteurs (2).

Suite à ces rencontres, ils envoient ce jour une lettre ouverte au Ministre José Happart.

L'agriculture certifiée est un moteur du changement agricole : les pionniers d'aujourd'hui posent les jalons de la réglementation générale de demain ;

Les pouvoirs publics doivent mettre en place ou garantir des normes et des signes de qualité véritablement différenciés, en production sous label ou en agriculture biologique et intégrée ;

Seule cette intervention publique permet un contrôle démocratique, transparent, du respect des intérêts de chacun des acteurs de la filière.

Les responsables publics doivent accorder à ces filières une caution claire dans l'ensemble de leurs déclarations et projets politiques, et en faire une priorité dans leurs décisions et actions ;

Tout en reconnaissant la qualité des produits non « labellisés », les participants d'Assesse ne veulent pas que soit banalisée la notion de « qualité certifiée ou différenciée » ;

Les cahiers des charges des produits de qualité certifiée ou différenciée doivent favoriser le développement d'une agriculture « paysanne », à taille humaine, garante de l'environnement et de la biodiversité, créatrice d'emplois, occupant le territoire (gestion de l'espace, du paysage, lien au sol,?), assurant l'animation rurale et fournissant des produits qui respectent les normes sanitaires, qui offrent des garanties supplémentaires pour la santé publique et qui présentent des qualités organoleptiques supérieures à un coût abordable ;

Ces cahiers des charges doivent être exigeants, afin de permettre une qualité nettement différenciée, justifiant un prix supérieur aux yeux du consommateur, mais aussi dynamiques afin de pouvoir évoluer rapidement ;

Le contrôle doit peser au minimum sur les producteurs, peu enclins aux tâches administratives et ne pouvant supporter un coût de certification prohibitif ;

La pluralité et l'indépendance des organismes certificateurs sont des conditions essentielles pour l'efficacité et la fiabilité des contrôles, de même qu'une accréditation et qu'un contrôle très strict (procédure d'agrément, audit, contrôle de terrain,?) du travail de ces organismes par l'administration de tutelle ;

Une approche prospective et volontariste devrait conduire à consacrer à l'encadrement et à la recherche spécifiques à ces filières une part des efforts équivalente ou supérieure à la place qu'elles sont appelées à occuper (ou qu'on souhaite leur voir prendre) dans les années à venir.

Cela signifie que l'agriculture biologique et l'agriculture labellisée doivent représenter chacune 10 à 20 % du paysage wallon ;

Une façon privilégiée d'atteindre cet objectif est de favoriser le contact entre les producteurs et les consommateurs via la vente directe, les circuits courts, les groupements d'achats et l'identification du producteur (viandes). Une aide doit être fournie aux producteurs désireux de développer cette approche ;



La Région wallonne dispose de deux organismes chargés de la promotion des produits de son agriculture : le fonctionnement de l'O.R.P.A.H. et de l'O.P.W. doit être revu au plus tôt afin que ces organismes puissent apporter une information claire et permanente aux consommateurs à propos des signes de qualité, et puissent réaliser de façon prioritaire une promotion efficace et continue de ces filières.

Enfin, les signataires demandent au Ministre HAPPART de les associer à la réflexion entamée et liée à la politique des produits de qualité en Région wallonne.

(1) Ces groupements sont : Centre culturel Barricades, Consumer Group, Coprosain s.c., Front Uni des Jeunes Agriculteurs, Groupe d'Achat commun de Liège-GAC, Groupement de Viande Biologique d'Origine Belge, Inter-Environnement Wallonie a.s.b.l., Les Amis de la Terre, M. Victor Leyens, pionnier du label wallon, Li Cramignon, groupement d'achat de Liège a.s.b.l., M. José Michel, Horeca Liège, boucher PQA), Mouvement d' Action Paysanne, Nature et Progrès asbl, Porc Qualité Ardennes s.c.r.l., Réseau de Consommateurs Responsables a.s.b.l , Réseau Eco-Consommation, SCAR, Solidarité des Alternatives Wallonnes, Union Nationale des Agrobiologistes Belges, Viande Ardenne, Vivre?S, groupement d'achat de Seraing, a.s.b.l.

(2) Cette démarche s'inscrit dans un triple contexte :

- Une volonté générale, à tous les niveaux de pouvoir, de favoriser le développement d'une agriculture certifiée de qualité ;
- la future et probable régionalisation des compétences fédérales en matière de gestion des cahiers des charges de l'agriculture biologique et intégrée mais également en matière de recherche en agriculture ;
- la future réforme des structures et législations wallonnes en matière de productions labellisées (au sens «label wallon», décret du 7/9/89) par le Ministre HAPPART. Cette réforme se veut globale, concerne tant la dénomination de nouveaux labels certifiés par les autorités wallonnes que la réforme des structures tels les organismes certificateurs, les organismes de promotion,? Potentiellement, elle peut aussi concerner l'agriculture biologique et l'agriculture intégrée.