

Un coup d'accélérateur au circuit-court

CONSOMMATION La coopérative Paysans-Artisans ouvre sa première épicerie à Namur

► La coopérative écoule des denrées produites pas des petits producteurs en circuit-court.

► Avec comme objectif de changer notre modèle de production et de consommation.

C'est une tentative de remake de David contre Goliath. Le second personnage étant la tentaculaire grande distribution ; le premier, une coopérative de 70 petits producteurs dénommée Paysans-Artisans.

Fin octobre, cette dernière a ouvert sa première épicerie à Namur, en face du cinéma Caméo. Mais ne parlez pas de « magasin », dites plutôt « espace circuit-court ». Bertrand Delvaux, coordinateur chez Paysans-Artisans, explique la nuance : « S'il est important de faire du volume et du chiffre pour prendre des parts à la grande distribution, on n'y fait pas que de la vente. Des animations, des actions de sensibilisation et des rencontres avec les producteurs pour retisser du lien avec les consommateurs y sont également mises sur pied. » Des débats sont aussi prévus, pour les adultes et les écoles du primaire.

L'ambition de Paysans-Artisans n'est pas seulement économique, elle est aussi sociale, politique et culturelle. Avec en trame de fond, la volonté de changer de modèle de production et de consommation. Les clients que l'on rencontre devant les tréteaux de l'épicerie ou dans l'un des 16 points de dépôt de la coopérative permettant d'écouler les achats en ligne sont curieux des méthodes de production employées. Ils sont heureux de pouvoir discuter avec les artisans qui confectionnent leur nourriture et avec qui ils souhaitent être solidaires.

A taille humaine

Quant aux producteurs ayant intégré les rangs de Paysans-Artisans, ils ne jurent que par le circuit-court. « Dans la coopérative, tous sont des petits producteurs, fiers de leur production, avec un savoir-faire souvent en voie de disparition. Mécanisés mais pas



Une à deux fois par semaine, des bénévoles remplissent, dans un des points de R'Aliments, les bacs de commandes passées on-line. © D.R.

à outrance, dans une exploitation à taille humaine, explique Bertrand Delvaux. Nos 70 producteurs sont en bio, en conversion, en bio non labellisé, ou viennent de l'agriculture conventionnelle mais s'engagent dans l'agriculture raisonnée, donc limitent fortement les intrants chimiques. »

Jusqu'à l'ouverture de l'espace circuit-court, Paysans-Artisans était exclusivement un modèle de vente par internet de denrées du terroir issues de petits producteurs. Les commandes se prélevaient dans 16 points de dépôts, sis dans 9 communes du Namurois, appelés « Point de R'Aliment ». Ils sont autoportés par des groupes de villageois de 20 à 30 bénévoles. Une à deux fois par semaine, ces volontaires préparent les bacs bleus contenant les victuailles diverses comman-

dées par internet.

« On construit un mouvement. Désormais, plus de 400 bénévoles portent le projet. Ce sont des gens qui parlent ensemble, réfléchissent et agissent à la construction d'un autre modèle. Ils en sont fiers parce que ça marche et prend de l'ampleur », poursuit Bertrand Delvaux.

Pour les agriculteurs membres de la coopérative, plus question de se voir imposer des prix indécentement bas par la grande distribution. Désormais, ils fixent eux-mêmes le prix final qui sera demandé au client. Sur celui-ci, la coopérative Paysans-Artisans prélève 20 % de commission en cas de vente en ligne et 30 % pour la vente en magasin, cela en raison de davantage de logistique, de travail et de risque de déchets.

En effet, « lors de ventes en ligne, on achète au producteur l'exacte quantité totale commandée. On est ainsi sûr de n'avoïr aucune perte, aucun gaspillage », précise Bertrand Delvaux. Aucun contrat ne garantit aux producteurs une quantité minimale de denrées qui leur sera commandée durant l'année. C'est le client qui

fait le choix d'acheter ses produits ou pas.

Saine concurrence

Comment éviter une concurrence destructrice entre certains producteurs de la même denrée ? « Il y a une certaine concurrence, mais elle est saine. C'est normal qu'un producteur qui fait du bon à un bon prix soit gratifié pour son travail, explique Benoît Dave, coordinateur de la coopérative. Mais pour empêcher une concurrence néfaste, on limite le nombre de producteurs. Aussi, pour les produits de notre terroir, on ne travaille qu'avec des petits producteurs de notre région. Et, concernant nos 7 maraîchers, on se réunit chaque année en décembre pour planifier collectivement les cultures. » Et ce, afin d'éviter que tout le monde fasse de la carotte et personne des radis.

Par ailleurs, les producteurs ont différents moyens de distribution, en plus de Paysans-Artisans. Ils passent par d'autres coopératives, organisent des maga-

4 sociétés détiennent, en Belgique, 85 % de la commercialisation des produits alimentaires

sins à la ferme ou font des marchés.

« Mais ils essaient à tout prix de rester maîtres de leur commercialisation,

de n'avoïr qu'un seul intermédiaire », poursuit Bertrand Delvaux.

La nouvelle épicerie namuroise devrait permettre d'augmenter leur volume de vente. En effet, l'établissement va drainer une population jusque-là non touchée par Paysans-Artisans. « C'est une diversification. Notre objectif, c'est de toucher un maximum de personnes. Et de les retirer du temple de la consommation organisée par les 4 sociétés qui, en Belgique, détiennent 85 % de la commercialisation des produits alimentaires. Mais aussi de leur proposer une alternative, analyse Bertrand Delvaux. Tous les moyens sont bons pour faire la nique à la grande distribution et aux producteurs qui ne font pas, ne serait-ce qu'un petit pas vers un autre modèle de production. » ■

LAETITIA THEUNIS

ALIMENTATION

Du circuit-court à longue distance

Chez Paysans-Artisans, on respecte bien entendu les saisons. Pas question de proposer des tomates fraîches à la vente en plein hiver. Mais quid des agrumes et autres produits non cultivés chez nous ? « Pour les agrumes, nous travaillons avec une coopérative d'une trentaine de petits producteurs siciliens. Alors qu'ils ne s'en sortaient plus car ils vendaient à la grande distribution, ils se sont regroupés en coopérative pour vendre en circuit-court (donc sans intermédiaire, NDLR), chez eux mais aussi à l'étranger. Ce sont des camarades, tous en bio. C'est pareil pour notre huile d'olive. Bio, de haute qualité, elle vient d'un petit producteur grec. Pour d'autres produits non cultivés en Belgique, comme le riz, on travaille avec Oxfam, car on apprécie leur éthique, explique Bertrand Delvaux. Bientôt, on va également travailler avec des Turcs et des Indiens. Le circuit-court, on le fait dans la relation. »

L.T.H.

LOISIRS

Susciter l'intelligence collective

La coopérative a aussi ouvert un restaurant. Chaque vendredi soir, pour 40 à 100 personnes, des petits plats sont mitonnés à petits prix avec les produits des producteurs. « C'est une autre façon de refaire le monde, en faisant la fête cette fois », sourit Bertrand Delvaux. Une université populaire comptant une multitude d'ateliers est aussi sur pied. « On essaie de créer de l'intelligence collective qui débouche sur de l'action collective. Il y a des ciné-débats, des formations et conférences, des pièces de théâtre... et puis des ateliers d'échange en cuisine, en jardinage, etc. Lorsque les gens se rencontrent, on essaie d'y donner du sens. »

L.T.H.

La vie de nos partenaires

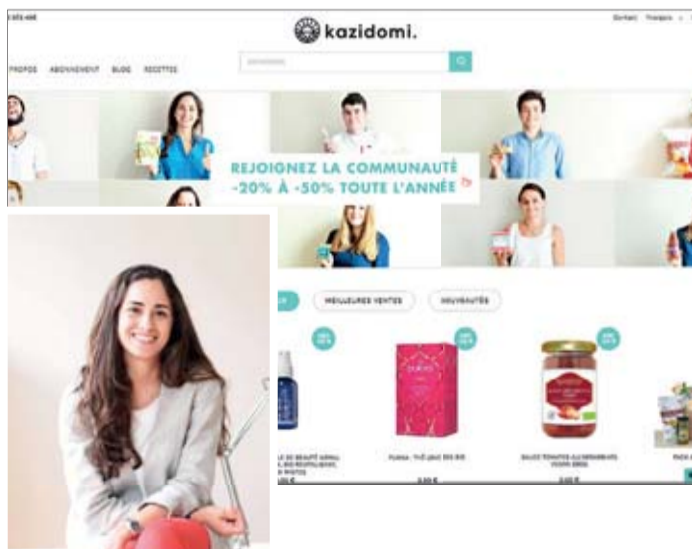
KAZIDOMI : L'ALIMENTATION SAINNE COMME UNE LETTRE A LA POSTE

Vous vous souciez de votre alimentation et vous ne voulez plus manger sans savoir ce que vous avez dans votre assiette ? Ne passez plus votre temps à étudier les étiquettes de vos produits préférés, www.kazidomi.com, le site de vente en ligne de produits sains le fait pour vous !

Alors qu'elle est encore étudiante en ingénierie en gestion à Solvay, Emma Everard est déjà tentée par l'aventure entrepreneuriale. Issue d'une famille de médecins, la jeune étudiante est très sensible à l'alimentation saine et aux questions liées à la nutrition. A la sortie de ses études, elle lance donc www.kazidomi.com, un magasin en ligne de produits alimentaires spécialisés : « De très nombreuses personnes souffrent d'allergies et d'intolérances alimentaires. Ce n'est pas toujours facile pour elles de se procurer les bons produits et elles doivent souvent courir plusieurs magasins spécialisés. Avec Kazidomi, un clic et leurs courses sont livrées par la poste. » Très vite, Emma Everard se rend compte que le site séduit aussi les personnes qui font attention à ce qu'elles mettent dans leur assiette et cherchent à réduire l'impact de leur alimentation sur l'environnement. Elle élargit donc la gamme et développe des critères de sélection qui associe santé, environnement et plaisir.

Des produits triés sur le volet

La clef de Kazidomi, c'est une sélection minutieuse des produits sur base de 300 critères. L'équipe procède à un premier screening des produits, validé ensuite par un comité d'experts de la santé. « Nous ne



proposons que des produits riches en nutriments essentiels et nous chassons impitoyablement conservateurs chimiques, émulsifiants, exhausteurs de goût et autres édulcorants » annonce la CEO. Dans les quelques 1500 références proposées sur le site, on ne trouvera pas non plus ni sucres

et farines raffinés ni huile de palme ou de maïs.

Car les critères environnementaux ne sont pas davantage négligés : la plupart des produits présentés sont issus de l'agriculture biologique et fabriqués selon des procédés naturels. Ainsi, produits crus ou cuits à basse température trouvent une belle place dans l'assortiment. Finalement, le goût est aussi primordial et tous les produits sont testés par l'équipe, histoire de s'assurer qu'ils sont aussi savoureux que bons pour la santé.

Manger bon sans se ruiner

Mais la qualité a un coût et il n'est pas toujours évident de pouvoir y consacrer le budget nécessaire. « Le prix est un réel frein pour certaines personnes. Nous avons donc cherché une solution pour permettre au plus grand nombre de manger sainement sans se ruiner » explique la fondatrice. La formule d'abonnement annuel mise en place il y a quelques mois rencontre ainsi un franc succès et a fait décoller le chiffre d'affaires : « Pour 100 euros par an, nos clients ont accès à des réductions de 25 à 50 % sur tous les produits proposés dans notre catalogue. C'est très vite rentabilisé. Et si à la fin de l'année, ce ne l'est pas, nous remboursons la différence en produits »

Pour en savoir plus

www.kazidomi.com