

**UCL**

Université  
catholique  
de Louvain

Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (ESPO)

Ecole des Sciences Politiques et Sociales (PSAD)

## **RESPONSABILISER LES CITOYENS À UNE ALIMENTATION DURABLE**

### **Comment communiquer pour sensibiliser ?**

Mémoire réalisé par  
**Odile Marchand**

Promoteur  
**Etienne Verhaegen**

Lecteur  
**Geoffrey Pleyers**

Année académique 2017-2018

**Master en sciences de la Population et du Développement, finalité Développement**

« Je déclare sur l'honneur que ce mémoire a été écrit de ma plume, sans avoir sollicité d'aide extérieure illicite, qu'il n'est pas la reprise d'un travail présenté dans une autre institution pour évaluation, et qu'il n'a jamais été publié, en tout ou en partie. Toutes les informations (idées, phrases, graphes, cartes, tableaux,...) empruntées ou faisant référence à des sources primaires ou secondaires sont référencées adéquatement selon la méthode universitaire en vigueur.

Je déclare avoir pris connaissance et adhérer au Code de déontologie pour les étudiant(e)s en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses et savoir que le plagiat constitue une faute grave. »

## **Remerciements**

Merci à *Quinoa*, à *AlimenTerre*, au *Début des Haricots*, à *Rencontre des Continents*, à *Inter-Environnement Wallonie*, à la *BEES coop*, à l'*APAQ-W* et à l'*Institut Bruxellois pour la Gestion de l' Environnement*, sans qui la réalisation de ce mémoire n'aurait pas pu être possible. Merci aux représentants de ces organisations pour leur ouverture, honnêteté et esprit critique pendant les entretiens.

Merci à Étienne Verhaegen, promoteur de ce mémoire, pour son suivi plus long que prévu, sa patience et flexibilité, ses judicieux conseils et sa disponibilité.

Merci à mes colocataires et amis, Simon, Martin et Marie, qui m'ont supporté et accompagné lors de l'écriture de ce mémoire. Merci à Marine pour ses conseils. Merci à Aïda, Elisabeth et Jeanne, de m'avoir ouvert leur porte à de nombreuses reprises pour travailler et de m'avoir encouragé jusqu'au bout. Merci à Eléonore, qui est venue me soutenir dans la dernière ligne droite.

Merci à Alain Dantine, de m'avoir redonné foi et motivation, pile au moment où j'ai eu besoin. Merci pour les relectures de qualité !

Merci à ma maman Chantal, pour son suivi depuis le début, ses encouragements insistants et relectures critiques. Merci à mon papa Benoit qui, à sa manière, m'a été d'un soutien indispensable. Merci à eux, d'avoir été là depuis mon entrée à l'université, jusqu'aux dernières lignes de ce mémoire.

## Sommaire

<b>1. Introduction .....</b>	<b>3</b>
1.1. Justification du sujet.....	3
1.2. Délimitation du sujet .....	4
1.3. Question de départ et hypothèses .....	4
1.4. Présentation du plan du mémoire .....	5
<b>2. Méthodologie .....</b>	<b>5</b>
2.1. Type de recherche et échantillonnage.....	5
2.2. Défi éthique .....	8
<b>3. Etat des lieux.....</b>	<b>8</b>
3.1. Bref historique.....	8
3.2. Comment sensibiliser les citoyens ?.....	10
3.3. Communication autour du développement durable et de l'alimentation durable.....	14
3.4. Emotions et mobilisation autour de l'alimentation .....	18
<b>4. Analyse des entretiens .....</b>	<b>21</b>
4.1. Présentation des organisations interviewées .....	22
4.1.1. <i>Organisations privées</i> .....	22
4.1.1.1. <i>Inter-Environnement Wallonie</i> .....	22
4.1.1.2. <i>AlimenTerre</i> .....	22
4.1.1.3. <i>Début des Haricots</i> .....	23
4.1.1.4. <i>Rencontre des Continents</i> .....	23
4.1.1.5. <i>Quinoa</i> .....	24
4.1.1.6. <i>BEES coop</i> .....	24
4.1.2. <i>Organisations publiques</i> .....	25
4.1.2.1. <i>Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement</i> .....	25
4.1.2.2. <i>Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité</i> .....	26
4.2. Analyse des stratégies de sensibilisation à une alimentation durable des ASBL.....	26
4.2.1. <i>Motivations</i> .....	26
4.2.2. <i>Construction du discours de sensibilisation et de son contenu</i> .....	27
4.2.3. <i>Influences littéraires et idéologiques et dimension politique</i> .....	29

4.2.4. Utilisation d'émotions dans le discours de sensibilisation.....	32
4.2.5. Difficultés autour de la sensibilisation? .....	35
4.2.5.1 Public .....	36
4.2.6. Evaluation de la sensibilisation.....	38
4.3. Différence entre secteur public et secteur privé .....	41
4.3.1. Description du fonctionnement de l'APAQ-W et de l'IBGE ? .....	41
4.3.2. L'évaluation de la sensibilisation.....	44
4.3.3. Travail entre ASBL et secteur public : quid ?.....	45
4.3.4. Critiques de l'IBGE par les associations .....	48
4.3.5. Mot de la fin.....	50
<b>5. Conclusion.....</b>	<b>51</b>
<b>6. Bibliographie .....</b>	<b>57</b>

## 1. Introduction

### 1.1. Justification du sujet

C'est en 2016 que, par intérêt pour la transition alimentaire j'ai participé à une conférence de Pablo Servigne. Dans cet auditoire bondé, le conférencier a parlé de son livre écrit en collaboration avec Raphaël Stevens : « Comment tout peut s'effondrer ». Dans la même lignée que Rob Hopkins, fondateur du mouvement « In Transition » en 2005, ce livre aborde la question de la fin du pétrole et des complications que cela impliquera pour notre civilisation. Si le mouvement de la transition propose un avenir solidaire en offrant émotions positives, partage, et reconnaissance des engagements à la taille de chacun, Servigne et Stevens (2015, p.253) prennent une autre direction avec le mouvement de la *collapsologie* qu'ils définissent comme « *l'exercice transdisciplinaire d'étude de l'effondrement de notre civilisation industrielle et de ce qui pourrait lui succéder, en s'appuyant sur les deux modes cognitifs que sont la raison et l'intuition et sur des travaux scientifiques reconnus* ». Plus précisément, ils partent du principe que « *dans nos sociétés, très peu de gens savent aujourd'hui survivre sans supermarché, sans carte de crédit et sans station-service. Lorsqu'une société devient « hors-sol », c'est-à-dire lorsqu'une majorité de ses habitants n'a plus de contact direct avec le système-Terre (la terre, l'eau, le bois, les plantes, etc.), la population devient entièrement dépendante de la structure artificielle qui la maintient dans cet état. Si cette structure, de plus en plus puissante mais vulnérable, s'écroule, c'est la survie de l'ensemble de la population qui pourrait ne plus être assurée.* » (Servigne & Stevens, 2015, p.125).

Face à ce discours très émotionnel sur « la fin du monde inévitable » ou encore « l'effondrement imminent de notre société », Pablo Servigne suggère une pause « pour que vous puissiez digérer mes lourdes paroles ». Qui face à ce discours ne s'effondre pas ? Qui ne pense pas à son dernier trajet en voiture pour une question de confort ? Du soda venu d'une multinationale puissante bu la veille pour un petit plaisir personnel ? De son dernier bol de Kellogg's ou du fast-food de la veille pour se dépanner ?

C'est ainsi que la question des stratégies de sensibilisation des citoyens autour de l'alimentation durable, de la manière dont les différents protagonistes communiquent autour de cette problématique m'est apparue. Mais surtout, de la place des émotions dans celle-ci.

### 1.2. Délimitation du sujet

Bien que de nombreux travaux ont été réalisés sur ce qu'était l'alimentation durable et les consommateurs en tant qu'acteurs de changements (De Schutter, Hopkins, etc.) et sur les systèmes alimentaires alternatifs (Verhaegen, 2011, Chiffoleau et al., 2013), peu de travaux ont été réalisés sur le répertoire d'action et de communication des « entrepreneurs » de la mobilisation (Veroone, 2015).

Une recherche sur ce sujet permettrait de mieux comprendre comment les organisations justifient leurs actions de sensibilisation à une transition alimentaire et d'analyser l'hétérogénéité de stratégies de sensibilisation que ces organisations arrivent à mettre en place face aux différences individuelles des citoyens. Il est intéressant de décrypter comment faire face à ces subjectivités individuelles dans cette sensibilisation afin de tenter de comprendre comment fonctionne la mobilisation citoyenne.

### 1.3. Question de départ et hypothèses

La recherche, à l'aide de l'étude empirique des dispositifs de sensibilisation, tentera de comprendre comment organismes publics et privés de Belgique francophone mettent en place la sensibilisation des citoyens à une alimentation durable. Comment construisent-ils le contenu de leurs messages et les stratégies communicationnelles visant à mobiliser les citoyens pour une transition alimentaire et comment les émotions sont utilisées et traitées dans cette sensibilisation.

L'hypothèse de départ est que les organisations qui sensibilisent sur cette thématique ne touchent qu'une partie des citoyens. De plus, l'hypothèse est

également émise que souvent, ces organisations utilisent des messages chocs, jouant sur les émotions. Ce qui entraîne comme conséquence une culpabilisation des individus et que : cela ne les aide pas à trouver les clés pour mettre en place une transition alimentaire.

#### 1.4. Présentation du plan du mémoire

Dans un premier temps, la méthodologie de la recherche sera décrite. Tout d'abord, il y aura la présentation du type de recherche et des entretiens qui ont été réalisés, et ensuite, l'explication du défi éthique que j'ai rencontré pendant ma recherche.

Ensuite viendra l'état des lieux, qui se divisera en quatre parties distinctes. Un bref historique présentera la problématique de l'alimentation durable, puis seront abordés les enjeux de la sensibilisation citoyenne, ensuite un chapitre s'attardera sur la communication autour du développement durable et de l'alimentation durable, et enfin, pour clôturer cette partie, un chapitre abordera l'importance des émotions dans la mobilisation.

Enfin viendra l'analyse des entretiens. Cette partie fera d'abord la présentation de toutes les organisations qui ont pris part à cette étude. Ensuite, une première partie analysera les stratégies de sensibilisation à une alimentation durable des différentes associations interviewées, et une deuxième partie analysera les différences entre la sensibilisation dans le secteur public et dans les associations.

## **2. Méthodologie**

### 2.1. Type de recherche et échantillonnage

La méthodologie suivie pour cette recherche consiste à analyser qualitativement les différentes stratégies utilisées par les organisations et à les éclairer par des entretiens individuels semi-dirigés avec un membre de chaque organisation (voir en annexe). Le guide d'entretien (voir en annexe) s'est divisé en quatre parties principales : la présentation de l'organisation, les politiques de sensibilisation

mises en oeuvre, le public visé et le dispositif de sensibilisation à la transition alimentaire (dans le sens du développement d'un système alimentaire durable). Cependant, chaque entretien s'est déroulé de façon semi-structurée, sans nécessairement suivre l'ordre décrit ci-dessus. Parfois des questions non présentes dans le guide ont été posées, parfois certaines questions du guide n'ont pas été posées. Cela afin d'obtenir des entretiens personnalisés et optimaux en fonction de la personne interviewée et de l'organisation qu'elle représentait, mais également en fonction du déroulement de l'entretien.

De manière générale, la première partie de l'entretien traitait de la présentation de l'organisation et de ses activités ainsi que de l'intérêt de l'interviewé et de l'organisation pour l'alimentation durable. Cette première partie visait à rencontrer la personne (créer un lien) avant de plonger dans des questions plus ciblées autour de la question de la recherche.

Les deuxième et troisième parties donnaient un compte rendu pratique de la façon dont l'organisation sensibilise à l'alimentation durable, des outils qu'elle utilise, du public visé, etc. Le but ici était de récolter des informations sur les tactiques de sensibilisation des organisations et un retour interne (une évaluation) de celle-ci.

Enfin, la quatrième partie visait à entrer plus profondément dans les processus de sensibilisation décrits dans les parties précédentes afin d'obtenir des informations sur la philosophie employée par l'organisation (*collapsologie* versus la philosophie du conte du colibri), sur les paradigmes sur lesquels l'organisation se base, et sur les réactions obtenues face à la sensibilisation, surtout aux niveau des émotions ressenties (par les interviewés, les organisations et le public participant à la sensibilisation) ainsi que la place accordée à celles-ci.

Il m'a parfois semblé judicieux de poser quelques questions sur les freins qui empêchent la sensibilisation, ou encore de demander l'avis personnel de l'interviewé sur le secteur opposé (ce qu'une ASBL pense du fonctionnement du secteur public, et vice versa). Je posais ces questions en fonction du lien de confiance que j'étais parvenue à tisser avec l'interviewé pendant l'entretien, dans

le but d'obtenir d'avantage d'informations critiques concernant le fonctionnement de la sensibilisation.

Afin de compléter certains renseignements récoltés pendant les entretiens, j'ai procédé à une analyse de la description des organisations et du matériel utilisé par celles-ci (tel que sites web, prospectus, brochures, activités,...). Ceci m'a permis de détailler certaines données importantes sur lesquelles je n'avais pas assez d'informations, mais également de mettre en lumière des incohérences entre l'information « officielle » (sites internet, rapport d'activité,...) et l'information « officieuse » (entretiens).

Après la retranscription des entretiens, j'ai classé ces derniers par thématiques (motivations, utilisation des émotions, discours de sensibilisation, etc.) pour pouvoir comparer les informations récoltées avec plus de facilité.

Les organisations interviewées se situaient, pour la plupart, dans la région bruxelloise (le *Début des Haricots*, la *BEES coop*, l'*IBGE*, *Rencontre des Continents* et *Quinoa*). J'ai également passé un entretien avec l'ASBL *AlimenTerre* située à Louvain-la-Neuve et deux autres, sur la province de Namur, avec l'*APAQ-W* et *IEW*. Ma recherche vise à comprendre comment la sensibilisation à l'alimentation durable se déroule dans l'ensemble de la Belgique francophone. Cependant, j'ai dû me limiter dans le nombre d'entretiens passés et c'est pour cette raison que je me suis limitée à certaines régions de la Belgique francophone. De plus, les organisations consultées fonctionnent chacune selon une philosophie particulière et ont mis en place des stratégies de sensibilisation spécifiques. Certaines de ces organisations ne se concentrent pas uniquement sur la sensibilisation. L'objectif était alors de voir la place que prenait cette thématique au sein de l'organisation et comment celle-ci était traitée. Dans certains cas, la thématique de l'alimentation n'est qu'une partie du travail de l'organisation, elle est tantôt utilisée comme fil rouge qui relie différentes activités, tantôt elle est le centre, le point de départ, du développement de toutes les activités. Le but était donc de brasser un maximum d'informations, originales

et variées, sur le sujet d'étude afin de pouvoir réaliser une analyse la plus complète et la plus objective possible.

Il est tout de même pertinent de noter que chaque organisation a sa propre définition de ce qu'est l'alimentation durable et comment la mettre en place. Malgré cela, la recherche ne s'attardera pas à définir cela. Effectivement le but est d'analyser les stratégies de sensibilisation autour de l'alimentation durable et non pas de définir ce qu'à ce jour cette alimentation durable signifie pour les différentes organisations.

Somme toute, huit entretiens semi-dirigés de plus ou moins une heure ont été réalisés et enregistrés.

La stratégie d'échantillonnage afin de récolter ces huit entretiens s'est basée sur la sélection d'abord personnelle des certaines organisations et ensuite par les conseils avisés de mon promoteur et d'autres personnes rencontrées pendant la réalisation de cette recherche (effet boule de neige).

## 2.2. Défi éthique

Le défi éthique rencontré lors des entretiens fut ma crédibilité d'étudiante face à certains professionnels rencontrés. La préparation des entretiens était capitale pour éviter cela et, dans la plupart des cas j'ai réussi à mettre en place des entretiens où ma crédibilité de chercheuse était reconnue par l'interviewé. Cependant, dans un cas particulier, l'interviewé ne m'a pas pris au sérieux (en me considérant comme non crédible) et je n'ai pas pu obtenir assez de renseignements sur son organisation. J'ai ainsi dû me baser principalement sur d'autres sources d'informations que l'entretien afin de présenter une analyse critique de cette organisation.

## **3. Etat des lieux**

### 3.1. Bref historique

A la suite de l'émergence d'une préoccupation globale croissante envers l'environnement et d'une prise de conscience du rôle de l'humain dans

l'accélération des phénomènes de dégradation de l'environnement, est né, dans les années 70, le concept de développement durable. Ce fut le point de départ pour une réflexion sur l'alimentation mondiale, vu le lien de plus en plus clair qui relie l'alimentation industrielle à la dégradation de l'environnement. Depuis les années 2000, un mouvement en faveur de l'alimentation durable apparaît afin de réduire ce lien nocif pour l'environnement. Ce mouvement vit émerger plusieurs programmes d'action visant la sensibilisation des citoyens à la question de l'alimentation durable et leur mobilisation envers cette question.

Ce mouvement est, selon Pleyers (2011a), un indice d'une prise de conscience croissante des enjeux globaux et du caractère limité de notre planète et de ses ressources. De fait, « *à un contexte de mondialisation accrue des phénomènes sociaux et d'une prise de conscience des défis globaux (le « dire durable »), répondent une myriade de mouvements locaux et d'initiatives individuelles centrées sur le « faire durable ».* À une situation écologique de plus en plus objectivée par des analyses scientifiques répondent des changements de comportements de consommation individuels » (Veroone, 2015). En effet, dans ce mouvement la consommation alimentaire se concentre sur la production et non plus sur la consommation (Esnouf, 2011). En d'autres mots, l'alimentation est vécue à travers un engagement envers l'environnement. Cependant, ce dernier se vit différemment en fonction des subjectivités et des différences perceptibles entre les citoyens (Pleyers, 2010). C'est pourquoi, Traïni (2009) propose une perspective affective des mouvements sociaux mettant à disposition des outils théoriques et méthodologiques afin d'objectiver le rôle des émotions dans le développement des mobilisations. « *À partir d'une étude des « dispositifs de sensibilisation », c'est-à-dire « des supports matériels, des agencements d'objets, des mises en scène, que les militants déploient afin de susciter les réactions affectives qui prédisposent ceux qui les éprouvent à s'engager ou à soutenir la cause défendue » (Traïni 2009), il est possible d'envisager contextuellement les raisons (le pourquoi) qui poussent les militants à privilégier une cause et un répertoire d'action déterminés (le comment) » (Veroone, 2015). Dans la*

perspective analogue d'Eliasoph (1998), l'accent est placé sur les contextes et sur les interactions à l'intérieur des organisations militantes, pour permettre d'illustrer la manière dont ces organisations favorisent une conception tantôt critique et politique, tantôt apathique et hédoniste de la cause et de leur activisme (Veroone, 2015).

### 3.2. Comment sensibiliser les citoyens ?

Quels sont les enjeux de la sensibilisation citoyenne afin de parvenir à modifier les comportements alimentaires non-durables vers des comportements alimentaires durables, en vue d'une réponse face à la dégradation de l'environnement liée aux systèmes de production alimentaire industriels actuels mais également face aux inégalités sociales que ces systèmes ont mis en place ? Grippa (*in de la Ranaudie, & Ronsmans, 2015, p.36*) écrit :

*« Pour que les défis du développement durable soient relevés, il est indispensable que les mutations comportementales massives soient acceptées (et pratiquées !) par la population des pays industrialisés. Qu'il s'agisse de réduire drastiquement sa consommation d'énergie, de modifier sa façon de se déplacer, de gérer ses déchets, d'acheter des produits propres, et même de changer ses habitudes alimentaires, c'est une véritable révolution comportementale que l'on attend des citoyens. »*

Ancrés dans notre éducation, ou suggérés par les « *puissantes forces du marketing* », les comportements humains quotidiens sont complexes à modifier. Les changements de comportements peuvent être perçus comme des « *régressions par rapport à notre confort et à notre plaisir* ». C'est une erreur de la communication que de croire que la suggestion de changement de comportement vers le développement durable (et donc y compris vers une alimentation durable) sont des évidences dont les citoyens ne demandent qu'à être convaincus (Grippa, *in de la Ranaudie, & Ronsmans, 2015, p.40*).

Personne, a priori, n'aime changer de comportements. Sauf si ce changement est ressenti par le citoyen comme un progrès dans sa vie. Particulièrement si celui-ci lui amène plus de moyens financiers, de plaisir, de confort et une amélioration de l'image de soi. C'est sur ces différents facteurs sociaux et individuels que la

communication autour de l'alimentation doit jouer afin de parvenir à son but : convaincre à un changement de comportements plus durables (Grippa, *in de la Ranaudie, & Ronsmans, 2015*).

Analysé par plusieurs études psycho-sociologiques (par exemple : Prochaska, Norcross et DiClemente), le changement dans la durée doit passer par plusieurs étapes (conditions de base) : « *Avoir des raisons de changer de comportements (et les connaître), Avoir les moyens (financiers, connaissances, techniques) nécessaires pour changer de comportement, Avoir envie (le désir) de le faire, Avoir l'occasion d'essayer le nouveau comportement, et l'adopter dans la durée* » (Grippa, *in idem*, p.40). Malgré ces conditions, entre la décision d'agir et l'action, il y a le passage à l'acte, où la motivation ne suffit pas. Effectivement, « changer son attitude ne conduit pas forcément à changer son comportement » (Grippa, *in idem*, p.48). Parmi les critères d'efficacité constatés par les chercheurs pour un changement de comportement on relèvera notamment que « *l'engagement sera d'autant plus fort s'il est librement consenti (l'individu doit se sentir libre de sa décision), public (devant témoin), coûteux (en énergie, en temps, en argent) et motivé par des valeurs et des croyances personnelles plutôt que par des raisons externes (promesse de récompense ou menace de punition)* » (Grippa, *in idem*, p. 49). Le principe est de commencer par demander peu (participation à une réunion, partager son avis,...), ce qui correspond à l'acte préparatoire, avant d'en demander davantage (le comportement visé). Ainsi, parvenir à un changement de comportement est plus probable (*ibidem*).

Au niveau des citoyens, quels sont les publics qui sont plus ou moins sensibilisés à l'alimentation durable ? Et quels sont ceux qui mettent en place des comportements favorables à ce type d'alimentation ?

Premièrement, Johnston, Szabo et Rodney (2011) constatent que le privilège économique et culturel semble faciliter l'accès à un répertoire alimentaire éthique dominant. En effet, les participants à leur étude provenant de milieux socio-démographiques et ethniques marginalisés, au Canada, semblent avoir moins

accès à ce répertoire, bien que cela ne signifie pas qu'ils soient nécessairement moins éthiques dans leurs pratiques de consommation.

Dans l'ensemble, les participants à leur recherche qui affichaient des connaissances et des pratiques associées à une alimentation éthique étaient blancs et de classe moyenne inférieure ou moyenne, mais dotés d'un revenu suffisant. Si ces caractéristiques semblent faciliter l'accès à une alimentation durable, elles ne garantissent cependant pas un engagement fort de ces participants envers l'alimentation éthique, ni ne sont indispensables pour développer un engagement envers celle-ci (Johnston, Szabo, & Rodney, 2011).

Effectivement, cette dernière étude a constaté que, bien que les groupes marginalisés s'engagent moins envers l'alimentation durable, cela ne signifie pas qu'ils sont nécessairement indifférents aux dilemmes moraux entourant les choix alimentaires. Leur recherche soutient l'argument de Guthman (2003, 2008, *in* Johnston, Szabo et Rodney, 2011) selon lequel il est faux que les classes sociales inférieures, ou les citoyens ne présentant pas les caractéristiques favorisant un engagement envers une alimentation durable, ne connaissent pas, et ne se soucient pas des problèmes moraux entourant la consommation alimentaire ou s'y rapportant.

Selon la revue de la littérature des travaux anglo-saxons de Deverre et Lamine (2010), les circuits d'alimentation durable contiennent une dimension politique. On peut y voir là une « *contribution à la transformation des rapports de pouvoir au sein des systèmes alimentaires, avec un plus fort poids des consommateurs ou des communautés (plus rarement des producteurs) dans la définition des « bonnes » manières de consommer et de produire* » (Deverre, & Lamine, 2010). Cela serait porteur d'une *démocratie alimentaire* et donc, en d'autres mots, ferait rentrer l'exercice de la citoyenneté dans domaine de la nourriture, « *grâce aux apprentissages dont ces systèmes sont porteurs, notamment pour les consommateurs* » (Hassanein, 2003, *in* Deverre, & Lamine, 2010).

Il est important de noter que la démocratie, outil indispensable à la connaissance des uns et des autres (Sen, 1999, *in Deverre, & Lamine, 2010*), est une des clés pour former et faire évoluer les valeurs et les modes de vies des citoyens comme ces derniers le souhaitent (Prévost, 2009, *in idem*). La démocratie se définit ici comme « *l'incarnation institutionnelle d'un raisonnement et d'une expérimentation collective quant aux modalités du vivre ensemble* », ce qui signifie que la démocratie représente un « engagement collectif dans la raison pratique » dépassant ainsi l'action publique et intégrant les citoyens dans la participation aux débats sociétaux (Anderson, 2003, *in idem*).

L'argument de Jaffe et Gerler (2006, *in idem*) est que sensibiliser les citoyens aux conditions de la production alimentaire et tenter de les conduire à agir face à celles-ci dans leurs choix alimentaires quotidiens, peut amener à réduire la passivité générale face à ces choix. Cependant, se reposer sur les consommateurs comme « *principale force de changement peut apparaître comme relevant d'une rhétorique néolibérale centrée sur l'individu et la responsabilité individuelle* » (DeLind, 1998 ; Jaffe & Gertler, 2006 ; Guthman, 2008, *in idem*). Cela conduirait les auteurs cités à insister sur la « *nécessité d'une alliance entre les petites pressions des consommateurs, les décisions politiques et le devenir des agriculteurs* ». Soit, selon eux, seul un travail avec toutes les instances touchant au secteur de l'alimentation pourrait amener à une mise en place d'une alimentation durable globale.

Le lien entre les systèmes alimentaires alternatifs, la démocratie et la citoyenneté est leur « enracinement local », dans le sens où cela donne davantage de maîtrise aux acteurs et aux promoteurs de l'alimentation durable par rapport aux systèmes actuellement dominant, se situant à plus longues distances (Hendrickson, & Hefferman, 2002 ; Marsden, 2004, *in idem*). Cependant, Dupuis et Goodman (2005, *in idem*), notent qu'il y a un risque lié à cette relocalisation des systèmes alimentaires : la dépolitisation du local n'est pas systématique. Cette dernière serait la clé pour rendre le lieu harmonique, avec une cohésion sociale, masquant

ainsi « les asymétries de pouvoir qui traversent les *communities*<sup>1</sup> comme la société nationale ou les systèmes supranationaux » (*ibidem*).

### 3.3. Communication autour du développement durable et de l'alimentation durable

Depuis vingt ans, le développement durable s'est forgé sa place dans l'ensemble des secteurs économiques, sociétaux, etc. Aujourd'hui, c'est devenu « *le thème central de la communication des organisations, qu'elles soient privées, publiques ou associatives. Avec des impératifs d'information, de dialogues, de transparence, de responsabilité et de changement de comportement, la communication est au cœur du développement durable* » (de la Renaudie, & Ronsmans, 2015, p.11).

L'association de la communication et du développement durable (bien quelle ne soit pas la première association entre la communication et des argumentaires sociétaux) atteint une importance inégalée grâce au cadre établi par le projet de mettre en œuvre un développement durable (*idem*).

Le développement durable est progressivement devenu en trente ans « *une clé de lecture incontournable des stratégies de communication* » (de la Renaudie, *in idem*, p.16). Que ce soit au niveau des grosses entreprises qui se sont vu imposer de rendre compte de l'impact de leurs activités, ou des associations qui ont réussi à faire plier de grosses multinationales en dénonçant leurs procédés non-durables, ou encore des consommateurs « acteurs » qui boycottent certains produits industriels non-durables tout en soutenant d'autres durables. Ce sont des exemples incontournables qui illustrent bien la place de la communication dans le développement durable, et donc de l'alimentation durable. Là où une rupture brutale pourrait s'imaginer, l'insertion du développement durable dans le domaine de la communication est plutôt (de la Renaudie, *in idem*, p.16) :

« [...] un lent processus, qui a permis de passer de messages ponctuels à l'adoption d'une démarche transversale qui se veut cohérente. Et c'est là que tout se complique ! Car il s'agit d'appliquer à la communication elle-

---

<sup>1</sup> Désigne une population qui réside dans le même lieu et qui a un type de gouvernement commun ou des intérêts communs (Deverre, & Lamine, 2010)

*même le principe de responsabilité inhérent au développement durable : choix des messages, fiabilité des arguments, mais aussi impacts sociaux et environnementaux... L'heure est désormais à la mise en œuvre, sur le terrain, d'une communication plus responsable » (de la Renaudie, in, de la Renaudie, & Ronsmans, 2015, p.17).*

Les protagonistes de la communication (journalistes, politiques, entreprises, associations,...) ont ainsi dû s'initier à dompter cette branche « responsable » de leur domaine, ce dernier bouleversé par le développement rapide des nouveaux médias. Peu à peu, les campagnes communicationnelles responsables se sont multipliées autour du développement durable, du changement de comportements citoyens ou encore pour « (sur)valoriser des actions des entreprises » (de la Renaudie, *in idem*, p.35).

Le développement durable a bousculé la communication dans le sens qu'il a remis en cause ses pratiques afin de parvenir à restreindre réalistement les impacts sociaux et environnementaux des travaux de la communication. Donc, l'intégration de ces deux domaines est l'illustration même d'être en mesure de dire ce que l'on fait mais aussi de faire ce que l'on dit (*ibidem*).

Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement souligne qu'il est temps que les individus, les organisations, et les gouvernements changent leurs manières de penser et d'agir (PNUE, 2005). Et pour ce faire, dans un monde actuellement hyper-médiatisé, touché par des crises sociales, environnementales, sanitaires et économiques, le secteur de la communication s'y prête particulièrement bien (de la Renaudie, *in idem*).

Ainsi en y intégrant la notion de gouvernance, la communication devient ainsi le centre de la démarche de développement durable. En effet, il lui revient de remplir plusieurs missions telles que l'établissement d'un dialogue avec les parties prenantes (autrement dit « *tout individu ou groupe qui peut affecter ou être affecté par la réalisation des objectifs de l'organisation* » comme l'écrit Freeman en 1984), la transformation des individus en acteurs « *éclairés et actifs* » face à un projet politique ambitieux, ainsi que de « *rendre désirable ce qui est*

*durable* » (Pocrain, 2007) afin de parvenir à transformer des principes en actes et ainsi adopter de nouveaux comportements (*in de la Renaudie, in de la Renaudie & Ronsmans, 2015, p.26-27*).

La communication peut ainsi jouer un rôle « d'accélérateur du processus » de changement, sous la forme d'accompagnement du citoyen vers les comportements nouveaux. Ceci en lui procurant les outils afin de surmonter les différents obstacles qui se mettent sur le chemin du changement de comportements (Grippa, *in de la Renaudie & Ronsmans, 2015*).

Les effets de la communication s'observent à long terme, sur des décennies. Et ses effets restent fragiles. Il est donc primordial que la communication au changement de comportement s'inscrive dans un « *dispositif large comportant différents angles d'attaque : réglementation, structures adaptées, incitants publics* » (*idem, p.39*). C'est sous ces conditions que la communication peut devenir un déclencheur de changement de comportement. C'est ainsi qu'elle peut également se poser comme un soutien aux « *mesures contraignantes* » que les autorités publiques doivent prendre (*ibidem*).

Parmi de nombreuses techniques de communication pour le changement de comportements, deux d'entre elles ont retenu mon attention. Tout d'abord, il y a la communication dite « *engageante* » portée, entre autre, par Robert-Vincent Girandola (2012, *in Grippa, in idem, p.48-49*). Celle-ci souscrit le lien entre l'engagement et la persuasion. Un « *acte préparatoire engageant* » avec les citoyens dont un changement de comportement est désiré avant de les exposer à des arguments persuasifs a un impact important et positif sur ce changement de comportement (*ibidem*). Ensuite, il y a la technique de la communication dite « *responsable* ». Celle-ci « *évalue et pilote de façon responsable les conséquences environnementales, sociales et sociétales des moyens qu'elle met en oeuvre et des message qu'elle élabore* » (collectis ADWISER, 2007, p.16). Elle favorise ainsi les moyens « *éco-conçus* », l'utilisation d'arguments écologiques seulement quand cela est fondé et rejette « *la promotion de comportements qui impacteront*

*négalement sur la qualité de notre environnement et de nos relations sociales » (ibidem).*

Bien que l'insertion du développement durable dans la communication a eu des côtés positifs (créativité, bonnes idées, solutions novatrices,...), elle a également connu des maladresses ou « *abus d'instrumentalisation* ». À ce propos, de la Renaudie et Ronsmans (2015) notent que la communication a encore matière à agir dans l'établissement d'un dialogue large entre les différentes parties prenantes (citoyens, entreprises, politiques et associations). En effet, ce dialogue serait certainement fructueux « *pour rendre la démarche de communication responsable à la fois plus systématique et plus visible, donc aussi plus engageante* » (de la Renaudie, *in* de la Renaudie et Ronsmans, 2015, p.34).

La communication - privée, publique ou associative - exerce une forte influence sociale, et a donc un rôle fondamental à incarner le changement. Son rôle dans le changement est de « *dire ce qu'il faut faire mais aussi faire ce que l'on dit* » afin d'éviter de tomber dans une réduction à un « *simple phénomène de mode* » qui pourrait mener à une lassitude de la part des citoyens (de la Renaudie, *in idem*, p. 35). Sauf si, à l'inverse de l'idée décrite ici, comme le suggère Thierry Libaert (2010, *in*, de la Renaudie, *in idem*, p.26), le développement durable est justement « *une invention même de la communication* ».

Enfin, la question à se poser est : la communication peut-elle avoir un impact réel sur les changements de comportements ? Le verdict, selon Grippa (*in idem*) est non si la communication est considérée isolément. Par exemple, « *promouvoir des déplacements en transports publics plutôt qu'en voiture ne marchera que si les transports publics sont efficaces et proposent une alternative crédible* » (*idem*, p. 50). Bien que la communication ne puisse agir seule, elle est un soutien incontournable aux politiques alliant une réglementation judicieuse. « *La communication forme ainsi un élément central permettant d'enclencher puis d'accompagner les changements de comportement. À condition qu'elle ne se*

*contente pas de messages cosmétiques, mais qu'elle accompagne les citoyens dans ce changement de façon très concrète* » (*ibidem*). Une évidence s'impose : « *Quelle que soit la technique, la communication à elle seule n'obtient que des résultats chiffrés peu convaincants* » (*idem*, p.38). La communication ne suffit donc pas.

#### 3.4. Emotions et mobilisation autour de l'alimentation

De manière systématique, émotions et mobilisations se structurent mutuellement. Traïni et Siméant (2009, p.24) expliquent que les dispositifs de sensibilisation ont deux objectifs : « l'apprentissage militant » pour apprendre l'action et « *l'inculcation des émotions pensées comme nécessaires à la perpétuation de l'action* ». Pecqueux (2009) relève que « *l'importance des émotions ne revient pas à nier l'existence de formes de maîtrise réflexive de la part des entrepreneurs de la mobilisation* » (*in* Traïni, & Siméant, 2009, p.135). « *Derrière leur apparente unanimité, les manifestations émotionnelles sont potentiellement aussi diversifiées que le sont les personnes engagées dans la situation* » (Fillieule, & Péchu, 1993, *in idem*, p.144).

"Pour amener les gens à partager les préoccupations des autres, à s'intéresser à un problème qui n'appartient pas à leur univers personnel, il faut être en mesure d'établir un lien spécifique entre le problème en question et leur réaction émotionnelle", soulignent Marcus et Poncharal (2008).

Selon le rituel Durkheimien, la mobilisation passe par la transformation des émotions. Le ressenti - inévitable - d'une émotion, quelle qu'elle soit, doit être partagée dans le groupe de mobilisation et doit devenir le point d'attention implicite de la mobilisation. La clé du succès ou de l'échec d'une mobilisation collective est donc le degré de la place que prend ce partage émotionnel (Goodwin, Jasper, & Polletta, 2009). Il y a deux sortes de transformation émotionnelle. D'un côté il y a l'amplification de l'émotion ressentie au départ, non partagée et individuelle. De l'autre, la transmutation de l'émotion de départ

vers quelque chose d'autre, sous l'influence de l'attention collective de l'ensemble des participants à la mobilisation autour des émotions de chacun. La transmutation d'émotions est la condition afin de faire naître la solidarité et de permettre à l'individuel de se sentir plus fort, plus intégré, comme membre du groupe. C'est l'énergie émotionnelle, que Durkheim (1912) appelait parfois la « force morale », et Mauss (1902) le « mana » (correspondant aux énergies sociales transmises collectivement qui dans certaines tribus sont interprétées comme un pouvoir magique) (*in* Goodwin, Jasper, & Polletta, 2009). Le Goff (2016) donne un exemple avec le mouvement militant Alternatiba (lutte contre le dérèglement climatique). Les militants de ce mouvement valorisent la puissance collective que leur offre leur discipline. Il y a là une « responsabilité collective » qui vise à convertir l'angoisse individuelle face au dérèglement climatique en une « efficacité collective » et un « idéal de discipline ». Ceci se construit tel un « recours face à l'angoisse » et constitue le point de départ (fondamental) de l'adhésion du groupe. De plus, cette méthode est une porte ouverte au partage des difficultés que rencontrent les militants et fortifie ainsi les dynamiques collectives (Le Goff, 2016).

L'intégration des émotions dans la sensibilisation et la mobilisation peut par contre représenter un danger pour la cause. Effectivement, cela peut donner l'impression que les participants recherchent l'excitation que leur procurent les émotions dans un engagement envers une cause mais qu'ils ne sont pas vraiment engagés envers celle-ci (Goodwin, Jasper, & Polletta, 2009).

La communication sensibilisatrice utilise des émotions et se distingue en deux écoles principales : l'approche « hard » et l'approche « soft ». À ce jour, aucune des deux approches ne s'est imposée dans le secteur de la communication (Grippa, *in* de la Ranaudie, & Ronsmans, 2015).

L'approche hard s'illustrerait par une sensibilisation « choc », culpabilisatrice, misérabiliste : des émotions négatives (Traïni, & Siméant, 2009 ; Grippa, *in* de la

Ranaudie, & Ronsmans, 2015). L'efficacité de ces dispositifs et la légitimité de ces derniers « *ne sont pourtant jamais acquises par avance et peuvent même être remises en cause par les publics interpellés. Plus que tout, c'est le manque d'authenticité - au sens où les émotions qu'ils entendent faire partager seraient bien plus feintes, apprêtées et calculées, que profondes et sincères - qui peut régulièrement être reproché à ces dispositifs de sensibilisation* » (Traïni, & Siméant, 2009, p.22). D'ailleurs, le recours à ces dispositifs peut être vécu comme un « *mal nécessaire* » appréhendé sur le mode du « *sale travail* » (Lefèvre, 2007, *in idem*). Le rôle de l'angoisse (de l'émotion négative) dans la sensibilisation n'est pas nouveau. Déjà en 1954, Jaspers (*in* Le Goff, 2016, p.1) recommandait, après la catastrophe nucléaire d'Hiroshima et de Nagasaki, d'« *y penser sans cesse* » afin d'éviter que cela se reproduise. « *Devant l'inertie générale, il faut éveiller l'inquiétude (...) Il faut fortifier cette crainte, elle est une raison d'espérer* » (Jaspers, 1954, *in idem*). En 1979, le « principe responsabilité » invoqué par Hans Jonas, s'inscrit dans une « heuristique de la peur ». Celle-ci consistait à concevoir les conséquences les plus épouvantables au changements technologiques afin de s'armer face à ce qui pourrait mettre en danger l'avenir de l'humanité (Le Goff, 2016). L'angoisse est utilisée ici comme une sonnette d'alarme pour protéger l'avenir de l'humanité. La théorie de la *collapsologie* représentée par Servigne, ou les limites de la croissances de Meadows illustrent bien cette approche.

Le Goff (2016), se basant sur les réactions psychanalytiques face à l'angoisse, met en lumière les difficultés qu'entraîne l'utilisation de cette émotion dans la sensibilisation. Les mécanismes de défense humains face à l'angoisse sont soit le déni, qui provoque un rejet de la réalité qui a amené ce sentiment d'angoisse, soit le clivage, qui compartimente cette réalité. Le clivage « *permet par exemple d'être convaincu de l'existence du changement climatique, tout en continuant à se vivre subjectivement dans un monde où le changement climatique n'existe pas vraiment* » (Le Goff, 2016, p.2). D'autres risques liés à l'utilisation de l'angoisse (et par association de la culpabilité) dans les discours de sensibilisation est le

refoulement (qui repousse les émotions indésirables dans l'inconscient) ou la projection (qui les attribuent à autrui) (*idem*). Searles (1972, *in* Le Goff, 2016) parlait de la projection comme d'un acte qui permet à l'émetteur (lors de discours culpabilisateurs) de déposer son angoisse et sa culpabilité auprès de son audience, au risque de renforcer ses mécanismes de défenses pour éviter lui-même l'angoisse reçue.

Dans le cas de l'approche soft, les dispositifs de sensibilisation jouent sur l'humour et la transmission d'information non-culpabilisatrice : des émotions positives (Grippa, *in* de la Renaudie, & Ronsmans, 2015). Cette approche illustre les propos suivant de de la Renaudie : « *la crise économique, sociale, environnementale et financière nous pousse à changer, bon gré mal gré. Et les citoyens consommateurs que nous sommes ont plus que jamais besoin d'informations et de conseils. Sans de leçon morale, sans culpabilité, mais sans mensonge ni paillettes* » (de la Renaudie, & Ronsmans, 2015, p.35). Le mouvement de la Transition, initiée par Hopkins en 2005, est l'exemple type de l'approche soft, de même pour la « sobriété heureuse » de Pierre Rabhi. Actuellement, il y a un développement de mouvements et pensées qui placent le désir au centre de leurs idéologie et action, selon le « *principe espérance* » (Viveret, 2009, *in* Le Goff, 2016, p.1), ou de « *l'utopie concrète* ». Ces théories soutiennent que l'angoisse adopte parfois un rôle contre-productif qui « *paralyse, décourage, ou provoque le déni* » (Le Goff, 2016, p.1). Si l'approche soft est peut-être moins sensationnelle que l'approche hard, elle évite l'utilisation d'émotions qui serait susceptible de déclencher des mécanismes de défenses et favorise plutôt les échanges simples et honnêtes ainsi que la construction d'un dialogue productif et positif autour de la cause défendue.

#### **4. Analyse des entretiens**

Pour approfondir le sujet de la sensibilisation et de la communication autour de l'alimentation durable, j'ai réalisé huit entretiens. Six d'entre eux était avec un

représentant d'ASBL, et les deux derniers étaient avec les représentants d'organismes publics.

#### 4.1. Présentation des organisations interviewées

##### 4.1.1. Organisations privées

###### *4.1.1.1. Inter-Environnement Wallonie*

L'ASBL *IEW (Inter-Environnement Wallonie)* est une fédération d'association environnementales. Sur pied depuis 40 ans, *IEW* « construit une analyse critique et engagée de la situation environnementale de notre société » (rapport d'activité 2014, *IEW*). L'équipe a pour rôle l'analyse de projets de législation « dans les domaines de l'aménagement du territoire, de l'énergie et du climat, de la protection de la nature, de l'agriculture, des déchets et de l'eau, de la santé environnementale, de l'alimentation, de la mobilité, des axes prioritaires de développement économique » (rapport d'activité 2014, *IEW*).

###### *4.1.1.2. AlimenTerre*

Le point de départ *d'AlimenTerre* est « la dégradation de l'environnement et l'impact de cette dégradation sur notre santé, et celle de la planète » (site internet *AlimenTerre*). Son constat est que la production et le traitement des aliments ont pour conséquence que ces derniers deviennent peu nutritifs et nocifs pour la santé de l'homme et de l'environnement. L'objectif principal *d'AlimenTerre* est de conscientiser les citoyens et de proposer des solutions pour y faire face.

Concrètement, l'objet social *d'AlimenTerre* est de promouvoir l'alimentation saine et accessible au plus grand nombre de personnes, en particulier le public plus précarisé. Ceci est réalisé via la mise en place d'une série d'activités de sensibilisation et d'information (frigo public, installations d'incroyables comestibles) (entretien *AlimenTerre*) ainsi que des produits cultivés dans le respect de la nature (épicerie en vrac, ou encore un restaurant utilisant les invendus de l'épicerie ainsi que les légumes du potager du quartier) (site internet *AlimenTerre*).

#### 4.1.1.3. *Début des Haricots*

Le *Début des Haricots* (*DdH*) a été développé y a un peu plus de dix ans par quatre agronomes qui en observant les projets d'agriculture urbaine à Montréal ont eu envie de développer ce genre d'agriculture à Bruxelles (entretien *DdH*). Après la mise en place d'un jardin collectif, ils ont eu envie de partager leurs connaissances avec les citoyens pour sensibiliser ces derniers à l'environnement, et ce, toujours avec une l'idée que ce n'est pas l'agriculture urbaine seule qui va parvenir à nourrir les villes, les paysans sont fondamentaux. L'objectif principal est la reconnexion de l'homme avec la nature. C'est ainsi que le *DdH* « tente humblement de contribuer au développement d'une société plus juste – socialement et écologiquement – solidaire et respectueuse du vivant, basée sur une agriculture paysanne saine » (site internet *DdH*). Le *DdH* veut « promouvoir une agriculture de proximité, à taille humaine, respectueuse de l'environnement et des travailleurs » (site internet *DdH*). Pour la réalisation de cet objectif, le *DdH* accompagne son public dans la mise en place d'alternatives concrètes et désire contribuer à leur émergence sur tout le territoire de la Région Bruxelles-Capitale.

#### 4.1.1.4. *Rencontre des Continents*

L'ASBL *Rencontre des Continents* (*RdC*), créée en 1978, est passée d'« activités de solidarité internationale et d'éducation à la citoyenneté responsable » à un organisme d'éducation à l'environnement pratiquant l'éducation permanente et accomplissant des missions de cohésion sociale (rapport d'activité *RdC*, 2016). *RdC* a pour objectif « l'émancipation socioéconomique et culturelle » des individus et communautés humaines, pour le développement d'un monde « fondé sur les valeurs de respect, de diversité, de solidarité, d'équité, de convivialité » (rapport d'activité *RdC*, 2016). Pour cela, *RdC* met en place de nombreuses activités d'éducation (formations sur l'alimentation ou autour de l'alimentation, projets pédagogiques autour des enjeux de la société lié à l'alimentation, construits suite à une demande de leurs partenaires) ainsi qu'un réseau d'initiatives innovantes afin de parvenir à une société écologique et respectueuse de l'humain et de l'environnement (rapport d'activité *RdC*, 2016). Le principe de base de *RdC* est de s'inscrire à la fois dans la dénonciation (du

système dominant et son impact destructeur) et dans l'énonciation (réinventer avec leurs publics les multiples façons de reconstruire la société face aux enjeux actuels) (site internet RdC).

#### 4.1.1.5. *Quinoa*

Le point de départ, dans les années 90, de l'ASBL *Quinoa* a été le désir de voyager autrement, de voyager en faisant de la coopération au développement dans les pays du Sud. C'est par la suite qu'un axe Nord se développe en campagnes, plaidoyers ou encore récoltes de dons pour les citoyens du Sud. *Quinoa* a choisi de baser son travail en partie sur l'alimentation car c'est la porte d'entrée de toutes les alternatives, des résistances face aux enjeux planétaires qu'elle représente. Le constat est le suivant : « comprendre comment on consomme et comment consommer est un acte politique qui relie aux gens du Sud » (entretien *Quinoa*). Le projet Alternatives Locales illustre bien ce constat :

« le Projet Alternatives Locales a pour objectif d'accompagner toute personne souhaitant transformer sa relation à l'alimentation dans une perspective de changement social. Nos modes de production, distribution et consommation sont directement en lien avec le mal-développement, la perte de la biodiversité et le réchauffement de notre planète. La solidarité avec les défis économiques, sociaux et culturels des peuples du Sud passent, plus que jamais, par la transformation de notre système alimentaire » (site internet *Quinoa*).

#### 4.1.1.6. *BEES coop*

La *BEES coop* est une coopérative bruxelloise écologique économique et sociale qui est en train de se développer à Schaerbeek. Cette initiative a pour but de « créer une alternative à la grande distribution classique, en proposant des produits de qualité à des prix accessibles à tous » (site internet *BEES coop*). La *BEES coop*, construit par la communauté de membres adhérents (ayant l'obligation de s'impliquer) est un projet collectif et autogéré (site internet *BEES coop*). Lancé par un groupe d'amis il y a trois ans, la *BEES coop* naît d'une réflexion autour des commerces d'alimentation. Ni système de consommation via les supermarché où les consommateurs n'ont aucun contrôle sur la qualité des

produits, ni les épiceries biologiques à gros budget ne leur convenaient. Ils ont ainsi cherché à mettre en place une alternative, un entre-deux, qui pourrait non seulement assurer la qualité des produits vendus ainsi que renforcer le lien entre consommateur et producteur (entre autre en diminuant au maximum la distance physique entre les deux. La *BEES coop* s'articule autour de trois piliers : l'alimentation (qualité des produits et respect des producteurs), la mixité sociale (produits accessibles à tous), et la gouvernance partagée et participation (entretien BEES coop).

#### 4.1.2. Organisations publiques

##### *4.1.2.1. Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement*

L'*Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement (IBGE)*, créé en 1989, est l'administration de l'environnement et de l'énergie en Région de Bruxelles-Capitale (site internet IBGE). Ses domaines d'activités couvrent l'environnement au sens large. Ils sont en effet fort divers : sols, qualité de l'air, planification de la gestion des déchets, lutte contre le changement climatique, consommation durable, etc. Cette variété de domaines leurs permettent d'« aborder les domaines d'activités de manière transversale et non segmentée » (site internet IBGE).

Dans le domaine de la consommation durable, l'*IBGE*, en collaboration avec la cellule agriculture du Service Public Régional de Bruxelles (SPRB) et le soutien du gouvernement bruxellois, a initié une stratégie dite « *Stratégie GoodFood* » (entretien IBGE). Cette stratégie est une politique publique « volontariste », lancée pour une durée de cinq ans (2016-2020) qui « vise à placer l'alimentation au cœur de la dynamique urbaine, en l'abordant dans toutes ses dimensions, économiques, sociales et environnementales » (site internet GoodFood, IBGE). Elle présente une double ambition : « mieux produire » (cultiver et transformer à un niveau local des aliments respectueux de l'environnement et sains), et « bien manger » (que ces aliments soient accessibles à tous) (site internet GoodFood, IBGE).

#### *4.1.2.2. Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité*

L'Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité (*APAQ-W*) est un Organisme d'Intérêt Public (OIP), placé sous la tutelle du Ministre wallon en charge de l'agriculture. L'*APAQ-W* présente un double objectif : « la promotion de l'image de l'agriculture wallonne et de ses produits sur un plan général et générique », et « la promotion des producteurs et des produits agricoles et horticoles » (site internet *APAQ-W*). Ceci met en évidence le lien fondamental entre alimentation et agriculture (entretien *APAQ-W*). Afin de parvenir à réaliser ses missions, l'agence met en place une série d'actions en collaboration avec les producteurs ainsi que les associations représentatives de ces derniers (voir rapport d'activité) (site internet *APAQ-W*).

### 4.2. Analyse des stratégies de sensibilisation à une alimentation durable des ASBL

#### 4.2.1. Motivations

Les motivations qui poussent les organisations privées, les ASBL, à se concentrer autour de la sensibilisation à une alimentation locale et durable sont multiples et diverses. Par exemple, pour le Début de Haricots, la motivation est la création de ponts entre les citoyens et la campagne ainsi que la mise en place la transition écologique à Bruxelles, tandis que pour *Quinoa*, travailler autour de l'alimentation est la porte d'entrée de toutes les alternatives et résistance car c'est un enjeu à l'échelle de la planète. Tandis que pour la *BEES coop*, la motivation est de rendre accessible une alimentation durable et locale à tous en reprenant le contrôle des aliments et développer une proximité entre consommateurs et producteurs.

Les motivations, comme le montrent ces différentes motivations sont divergentes, mais le but de leurs activités reste le même : sensibiliser les citoyens dans le but d'établir une alimentation locale et durable en Belgique francophone. Mais comment construire-ils leur discours de sensibilisation?

#### 4.2.2. Construction du discours de sensibilisation et de son contenu

Tout d'abord, il est important de noter que la thématique de l'alimentation durable est large et complexe. Les compétences que ce sujet englobe sont sans limite, puisque c'est une thématique qui touche chaque être humain, dans leur individualité aussi bien que dans leur globalité. Cela va de la santé, aux relations Nord-Sud en passant par l'environnement et l'économie. Ceci amène des possibilités de sensibilisation larges et variées.

En effet, selon *IEW*, l'alimentation durable est un sujet extrêmement complexe qui ne peut être abordé par le biais d'un unique type de compétence. La mise en place d'un système alimentaire durable serait voué à l'échec si cette complexité n'est pas prise en compte. Par exemple, la *BEES coop* s'est limitée à trois compétences-clés porteuses de leur projet : une alimentation saine, une accessibilité à cette alimentation pour tous les citoyens (pour éviter que la coopération soit réductrice envers certains groupes de citoyens) et la gouvernance partagée du projet entre les porteurs du projet et les participants ainsi que la participation active de ces derniers. La sélection de ces trois compétences permet de fixer des limites pour plus de clarté et de centrer leur projet.

La sensibilisation à une alimentation durable doit se faire, selon *IEW*, à plusieurs niveaux : celui des consommateurs mais également celui de tous les autres chainons qui touchent de près ou de loin à l'alimentation (politiques, agriculteurs, ...). Donc, travailler avec l'ensemble des acteurs de l'alimentation serait la seule solution pour parvenir à mettre en place une filière alimentaire durable.

Ensuite, pour réussir cette sensibilisation, il est indispensable de partir des représentations des citoyens : ce que bien manger signifie pour eux. De façon très participative, prendre en compte les représentations des citoyens sur le sujet de l'alimentation empêche l'imposition de normes et règles sur l'alimentation qui amenées ainsi, ne feraient pas sens pour les citoyens. Une fois les représentations des participants pris en compte, un échange plus approfondi sur différents enjeux

(locaux et globaux) de l'alimentation durable peut être envisagé. Cela non pour leur imposer des faits vérifiés et arriver à changer ou à faire évoluer leur pensée mais plutôt pour partager une discussion, une réflexion sur leur représentations croisée avec ces critères, en fonction de ce qui les intéressent. De plus, la cohésion de groupe lors des activités de sensibilisation est importante. Laisser chaque membre s'exprimer sur ses représentations et respecter la liberté d'opinion et de ressentiment de chacun est nécessaire afin de parvenir à créer un environnement de sensibilisation propice. Outre cela, un accompagnement à long terme est nécessaire pour ne pas laisser les participants « se débrouiller avec une information reçue », mais pour que l'information germe et prenne sens aux yeux des participants (IEW, RdC, Quinoa, AlimenTerre, DdH). *Le Début des Haricots* relève également l'importance du long terme, qui peut être parfois entrecoupée par les attentes des politiques. Par exemple, suivre une école à long terme ne laisse pas la place pour suivre toutes les écoles de Belgique francophone en même temps sur le long terme, alors que c'est ce que voudraient les politiques.

Par exemple, la stratégie de sensibilisation de *Quinoa* est la proposition d'un ensemble d'« éco-gestes » pour montrer aux citoyens que c'est par un petit geste, une petite goutte d'eau que commence le changement, telle la légende amérindienne du colibri. Cette galaxie de petites actions peuvent par la suite être reliée avec les enjeux politiques globaux : c'est cela qui crée la jonction entre le local (les petites actions) et la global (les enjeux politiques). Selon *Quinoa*, le but à atteindre est parvenir à ce que les citoyens enlèvent leurs « petites lunettes culturelles » (et commençant par étaler leurs différentes représentations du sujet) et parviennent à saisir les enjeux de l'alimentation durable d'une façon la plus objective possible (entretien Quinoa).

*Quinoa* veille ainsi à donner les clés pour que les jeunes continue à s'impliquer à leurs échelles. Ceci dit, à long terme, il y a de nombreuses façons de s'impliquer et tous les participants ne vont pas le faire de la même manière : certains vont s'inscrire dans un GASAP, d'autres vont aller militer dans leur école dans le but d'obtenir des cantines plus durables, d'autres encore vont s'impliquer dans

différentes associations, etc. Toujours dans le principe de « à chacun sa goutte d'eau pour éteindre le feu ».

Enfin, la construction du discours de sensibilisation peut se faire de façon implicite, pragmatique, à la place de favoriser l'explicite (la théorie, les faits). Les différentes associations suggèrent qu'il est capital que ce discours soit développé afin d'être adaptée au public cible. Par exemple, la *BEES coop* ne communique non pas nécessairement par des textes ou des discours mais par une localisation symbolique de leur supermarché, par des produits de qualité accessibles à tous ou encore par le développement d'une coopération qui indique une attente d'engagement des membres de celle-ci. La coopérative évite ainsi de rentrer dans une dynamique d'apprentissage ex-cathedra envers citoyens et favorise la mobilisation directe de ces derniers.

Dans le même sens, le *Début des Haricots* passe par des exercices de reconnexion du citoyen avec la nature puis par l'implication de celui-ci dans une production pour sa consommation personnelle. L'idée est que par la pratique de la thématique de l'alimentation durable, le citoyen se rende compte de ce que cela implique tant au niveau du travail demandé, qu'au niveau des enjeux que cette thématique englobe.

#### 4.2.3. Influences littéraires et idéologiques et dimension politique

Afin d'amener du contenu au discours de sensibilisation, chaque ASBL s'est basée sur de la littérature ou des idéologies correspondant à leur activité.

*IEW* a réuni une dizaine d'experts sur l'alimentation durable et la sensibilisation des citoyens (par exemple : Alimentation 21, Culture et Santé) afin d'identifier ensemble les outils indispensables pour la construction de leur kit de sensibilisation à une alimentation durable. Ce kit reprend définition, méthodologie et activités à un niveau assez basique pour qu'il puisse convenir à tout citoyen. Cette technique permet de montrer la transversalité du problème sans pour autant tomber dans un outil trop complexe. Le challenge ici est de rester dans quelque chose de factuel et neutre.

*Le Début des Haricots* lui s'est plutôt basé sur des références paysannes et de culture agricoles durables (permaculture, agro-écologie) afin de créer leurs propres fiches techniques et éléments pédagogiques. Mais ces influences sont uniquement des éléments de sensibilisation. En effet, ils ne peuvent être considérés comme des réponses complètes. L'idée est d'essayer d'être résilient et d'avoir le moins d'impact possible sur la nature lors de la production de la nourriture. Ces valeurs servent d'inspiration afin d'atteindre cet objectifs.

Quant à la *BEES coop*, bien que ses créateurs viennent tous d'un milieu universitaire et militant, ils n'ont pas désiré revendiquer de paradigme spécifique. Cependant, le projet est parti de discussions sur un monde nouveau, sur la critique du fonctionnement du système alimentaire actuel et des paradigmes et possibilités d'améliorer ce système. Donc, bien qu'ils ne veuillent pas prétendre à une idéologie spécifique face à leurs coopérateurs, tout leur projet est basé sur une série de paradigmes et idéologies, qui se retrouvent en filigrane derrière chacune de leurs actions. Leur projet répond donc à un ensemble d'attentes, de valeurs et de besoins pour la mise en place d'un monde dans lequel ils veulent vivre mais sans tomber dans la réflexion intellectuelle (même si eux s'y plonge souvent). Leur technique est de faire transpirer dans l'action les paradigmes auxquels ils croient pour éviter que la *BEES coop* acquière une image de coopérative seulement accessible aux personnes qui partagent les mêmes visions qu'eux. Cela aurait pour conséquence le développement de la coopérative comme milieu fermé, où la mixité sociale et culturelle n'est pas présente (ce qui est un de leurs objectifs principaux, qui, ceci dit, n'est pas encore atteint : leur public reste fort similaire, sans mixité culturelle ou sociale) ne sont pas présentes. De plus, pour les créateurs, l'enrichissement de la *BEES coop* est la présence de coopérateurs qui ont chacun leurs idées et idéaux et de rester ouverts face à ces différentes positions. Mais cela même représente également une difficulté : prendre des décisions pour la coopérative demande un dialogue fonctionnel avec ces citoyens. Avec chacun ses idées, cela peut compliquer le dialogue. Mais le désir de rester ouverts est plus fort que la peur des discussion compliquées.

Pour *AlimenTerre*, leurs inspirations paradigmatiques viennent des différentes

réunions avec les autres organismes sociaux (la cellule du développement communautaire d'Ottignies-Louvain-la-Neuve) avec lesquels ils sont en relation. Cette cellule a pour but la mise en place d'un plan de cohésion sociale. D'autre part, *AlimenTerre* s'inscrit dans la mouvance de la transition, et ce depuis la création de l'ASBL. Depuis quelques années, le mouvement de la transition est en vogue, devient même de plus en plus une évidence pour les citoyens. Mais il est important de souligner que cette mouvance a commencé il y a des années déjà, entre autre via *AlimenTerre*.

Outre cela, *AlimenTerre* a reçu un bon nombre de propositions pour participer à des dynamiques politisées telles que le mouvement patatistes (enlever toutes les patates OGM des champs), des mutuelles (la CFC), des syndicats, des partis politiques, etc. Si cela leur apportait une forme de soutien et une sécurité, pour eux tout comme pour la *BEES coop*, s'associer à ce genre de mouvements est extrêmement délicat car ils deviennent un obstacle en empêchant dès lors les organisations de partir des représentations des participants. En effet, ramener un public varié avec différentes sensibilisations n'est pas compatible avec une inscription politique : cela réduirait le public aux personnes qui s'inscrivent dans ces politiques. *AlimenTerre* essaye donc d'éviter ce genre de partenariat afin de rester le plus neutre possible pour garder un public le plus varié possible.

*Quinoa* invite ses bénévoles à participer à leurs activités mobilisatrices, en présence de permanents de l'ASBL. Ce que l'ASBL propose c'est un accompagnement dans le fait de passer à l'action. Cela leur a pris un certain temps de réflexion. En effet, les jeunes de *Quinoa* ont eu plus ou moins un an de formation, il ont acquis un cadre, des outils, l'enjeu. Mais ce n'est pas pour autant qu'ils sont prêts à aller à une mobilisation ou une manifestation. Cette formation n'est pas nécessairement suffisante. Il faut également avoir une raison de se rassembler, avoir de l'envie, un moteur, un cadre convivial. Pour *Quinoa*, les personnes se rassemblent et se mobilisent non pas simplement pour leurs idées mais parce qu'elles ont envie de se retrouver, motivés par une envie partagée.

#### 4.2.4. Utilisation d'émotions dans le discours de sensibilisation

L'alimentation est un sujet émotionnel. Chaque individu se nourrit. Et si l'objectif est d'amener les individus à changer leur alimentation afin de parvenir à un système alimentaire durable pour l'ensemble de la Belgique francophone, ne pas tomber dans un discours de sensibilisation qui pourrait culpabiliser les individus est un défi. De fait, dire à quelqu'un qu'il se nourrit mal par rapport à un certain objectif d'alimentation durable peut être difficile à recevoir, voir culpabilisant et paralysant et donc non efficace (Le Goff, 2016). Comment donc font les différentes associations pour éviter de tomber dans cette culpabilité paralysante? Comment font-elles pour gérer les émotions que génère le sujet de l'alimentation?

Par rapport à cela, *IEW* et le *Début des Haricots* ont décidé de rester un maximum factuel. La création de projets de sensibilisation autour de l'alimentation durable se construit autour de solutions pour que les citoyens puissent mettre en place des comportements à partir des constats établis par l'outil de sensibilisation. Ils ont leurs valeurs, qu'ils défendent, mais c'est à travers la pratique que ces valeurs sont véhiculées. Il y a aussi une réflexion autour de la question de l'alimentation mais *IEW* s'axe plus dans le développement de solutions pour commencer à mettre en place un système alimentaire durable.

L'interviewé du *Début des Haricots* pense qu'il faut être objectif et réaliste face à la situation actuelle et face aux émotions que cela génère : avec toutes les données qui le montrent, la planète est, selon lui, déjà détruite. Cela procure des émotions qu'il faut pouvoir exprimer et dont il faut pouvoir discuter. Cependant, c'est une inspiration de rencontrer des personnes motivées et de construire de belles alternatives ensemble. L'important est de prendre plaisir à se mobiliser au quotidien, au jour le jour. Le *Début des Haricots* a le désir d'offrir un environnement où l'expression émotionnelle est la bienvenue, peu importe l'endroit où la personne se trouve. L'ASBL a l'objectif d'offrir un endroit où il est permis de lâcher prise. De fait, leur fonctionnement permet que chacun ait la place pour s'exprimer à l'aise et induit également le fait de respecter, sans juger, les émotions des uns et des autres. Cela permet aux membres et aux participants de

quitter la réunion sans rester coincés dans l'émotion et la mise à l'écart, due à une connaissance du sujet moins experte, et de pouvoir exposer son ressenti sans gêne. Ce fonctionnement ne donne pas suite à un travail psychologique mais cela part du principe de structurer l'espace un maximum pour qu'il reste un maximum ouvert au partage des uns envers les autres. En effet, le fait d'être en ville n'est pas toujours facile. Les contacts ne sont pas forcément aisés, il faut faire un effort pour rejoindre des projets d'alimentation durable existants. Dans ce contexte-là, le contact avec la nature peut dégager de fortes émotions qu'il faut ensuite pouvoir gérer. Les outils d'intelligence collective qu'utilise l'équipe du *Début des Haricots*, l'aide beaucoup à gérer ces émotions et ressentis. La solidarité et le respect sont les valeurs qu'ils utilisent en permanence afin de rester ouvert un maximum à l'autre, que ce soit envers leurs membres ou envers chaque personne qui pousse leur porte. C'est leur manière d'éviter les émotions de culpabilité chez les participants.

L'objectif de *Quinoa* est d'essayer de faire comprendre dans quel système nous vivons et de se rendre compte que ce système est auto-destructeur. Pour certains citoyens, le discours de l'alimentation durable peut paraître extrémiste ou encore difficile à digérer. Pour faciliter cette « digestion », *Quinoa* permet à ses participants de formuler leurs émotions et positions s'exprimer, qui sont par la suite tempérées par le biais du travail de groupe et des activités de l'ASBL. Une fois que les personnes ont l'espace pour s'exprimer, ils se frottent aux réflexions des autres personnes qui s'expriment (qu'ils soient expérimentés ou non). C'est cette confrontation en douceur par la libre expression de ses émotions et réflexions qui permet de transformer et travailler une position. Cela permet de tester sa propre réflexion, avec ce que les personnes du groupe mettent en place, avec l'épreuve du groupe. Mais ce sont de longs processus qui doivent se passer en collectivité.

Pour *AlimenTerre*, c'est plus complexe. En effet, l'ASBL part sur un désir d'éviter d'utiliser un discours qui culpabilise le citoyen qui n'est pas encore averti sur le sujet. Jamais, selon elle, l'ASBL ne tiendra un discours disant que les personnes non-averties mangent mal et que c'est autrement qu'il faut manger. Elle travaille à

partir de là où se trouvent les personnes, peu importe où elles en sont dans leur parcours vis-à-vis de l'alimentation durable. Le discours utilisé ici est plutôt un dialogue pour ouvrir les yeux des participants et travailler sur leurs opinions. C'est un exercice d'éveil des consciences. Cependant, dans l'exemple donné par l'interviewée, un travail avec les enfants est notamment réalisé sur l'écoute des cris des légumes qui sont abimés. C'est un exercice symbolique pour travailler sur la souffrance des légumes qui par cet exercice sont humanisés. Le but de l'exercice est une conscientisation. J'émetts un doute sur cette méthode car parler des légumes qui souffrent est pour moi un exercice qui utilise des émotions négatives et culpabilisantes.

De plus, les éléments qu'*AlimenTerre* a envie de faire passer dans son discours est que « nous avons qu'une planète, même si certains essaient de trouver des solutions plus larges pour pouvoir continuer à détruire la planète ». L'interviewée ajoute que l'alimentation est un sujet extrêmement lié aux émotions et que le challenge est de parvenir à transformer des émotions négatives que le sujet amène spontanément en émotions positives et stimulantes. Mais cela toujours avec l'idée que nous seront punis de par là où, comme citoyens, nous avons pêché (et donc basé sur une culpabilisation de l'action humaine).

Je perçois chez *AlimenTerre* un désir de révolte politique et l'utilisation d'émotions négatives dans leur constat de base. Mais avec le désir de ne pas rester sur ces émotions négatives. De conscientiser une colère et de changer celle-ci en action, en émotions positives nourrissantes. Cependant, l'ASBL reste fort dans les émotions négatives dans son discours. Il y a donc un décalage important entre son objectif d'abolir les émotions culpabilisantes du sujet et la mise en oeuvre de cet objectif.

La *BEES coop* désire éviter de tomber dans la visée paternaliste et culpabilisante du sujet de l'alimentation durable. Le travail d'informer et d'animer un groupe en vue d'une conscientisation sur un sujet sensible est délicat. En effet, pour une même activité, l'animateur peut avoir une posture de transmission directe, descendante dans le but de faire passer son message. Cette façon d'animer est en effet inefficace car elle peut être ressentie comme culpabilisatrice et ne donne pas les clés aux participants pour s'engager dans l'action dans l'alimentation durable.

Mais l'animateur peut prendre, en opposition à cette première posture, une attitude de partage, de discussion ouverte avec les participants (où chacun peut apporter sa pierre à l'édifice) et de vulgarisation. Cette méthode est la solution, pour de nombreuses associations, pour parvenir à une sensibilisation réussie et un engagement des participants.

#### 4.2.5. Difficultés autour de la sensibilisation?

Tout d'abord, selon *IEW*, se fixer une approche de sensibilisation et se dire que c'est la bonne, ce n'est pas réaliste. Il est nécessaire de remettre en question à chaque étape de celle-ci, vu la complexité et la délicatesse du sujet.

Ensuite, au niveau du partage de l'information, amener un expert pour discuter sur la problématique de sensibilisation n'a souvent pas d'impact sur le public. En effet, l'expertise qu'il amène est souvent d'un niveau trop élevé que pour que cela parvienne à toucher le public sans qu'il y ait un travail approfondi avec un animateur (*IEW* et *BEES coop*).

Puis, le principe égalitaire (pas de hiérarchie) et l'épanouissement de l'individu, outils d'intelligence collective, permet de toucher l'individu en son for intérieur et donc parvient à le sensibiliser sur la thématique. Cette méthode employée par le *Début des Haricots* est efficace lorsqu'elle suit un processus de maturation. En effet, l'intelligence collective est un principe qui s'apprend et se construit, à long terme. Ce fonctionnement permet le respect de tout un chacun, l'expression valorisée des membres et le travail de groupe pour réfléchir à la meilleure décision à prendre. C'est une façon de gérer un projet sans tomber dans une hiérarchie qui ne se remettrait que difficilement en question (et uniquement par les personnes en haut de la hiérarchie).

L'ASBL *AlimenTerre*, de son côté, a fait part de plusieurs difficultés liées à la sensibilisation autour de l'alimentation. La concurrence et la méconnaissance de l'ASBL à un impact négatif sur l'association. Par exemple, l'objectif d'*Alimenterre* est de sensibiliser la population de Louvain-la-Neuve au sens large.

Cependant, leur situation géographique décentrée, isolée et méconnue dans la ville complique l'accomplissement de ce but. Aussi, l'ouverture d'un magasin biologique Färm au plein centre de la ville entraîne une concurrence difficile à égaler au vu de leur situation géographique idéale pour attirer un maximum de passants. De plus, certains réagissent au magasin *Färm* comme si c'était le premier magasin biologique qui ouvrait dans la ville. Ceci peut être démoralisant pour *AlimenTerre*, qui caché dans Louvain-le-Neuve depuis 20 ans, est bien plus qu'un magasin biologique.

Enfin, les moyens de communications peuvent eux-aussi présenter des difficultés. En effet, un site internet offre un éventail d'informations nécessaires pour la présentation d'une association, c'est un moyen de communication fort institutionnel (entretien *AlimenTerre*). Facebook à l'avantage de la facilité et de l'accès à l'actualité d'une manière très active. Le point négatif étant que les informations se perdent rapidement parmi les flux d'informations non structurés. Les deux sont donc nécessaires pour la visibilité de l'association. Si l'un ou l'autre sont obsolète (tel que le site internet d'*AlimenTerre*), l'association perd en crédibilité et donc en public.

#### 4.2.5.1 Public

Une autre difficulté autour de la sensibilisation est l'hétérogénéité des différents publics. Certains d'entre eux, éloigné de la thématique, sont plus difficile à sensibiliser que d'autres : les publics non-avertis.

Tout d'abord, qu'est-ce un public non-averti? Selon le *Début des Haricots*, ce sont des personnes qui n'ont pas le temps, ou pas envie de prendre le temps de s'intéresser au sujet en question. Le défi par rapport à ce public est de les tirer un peu pour qu'elles finissent par s'intéresser à ce sujet.

S'il est facile d'organiser des activités avec un public déjà averti sur le sujet de l'activité, le challenge à relever est d'arriver à intéresser les personnes qui ne sont pas sensibilisées à ce sujet, ou qui n'ont pas forcément d'intérêt pour ce sujet, et

de parvenir à gérer les différents niveaux de représentation et de sensibilisation lors des activités, sans que les uns s'ennuient ou que les autres se sentent largués (entretien IEW). En effet, la différence entre un public déjà averti et un public moins averti est que le premier participe aux activités avec plus de facilité, où chaque personne va donner un peu d'elle-même pour l'activité puisqu'elles sont déjà ralliées à la cause. Pour le deuxième public, le travail est moins évident car les déclics ne se font pas forcément facilement, ce sont de longs processus à mettre en place avec des personnes qui doivent vouloir ce processus (entretien Quinoa).

Donc, parvenir à intéresser les publics non-avertis est extrêmement difficile. Par exemple, *IEW* a tenté lors de son premier projet *Défi Alimentation Durable* de rassembler un public mixte socialement (personnes averties et non-averties) et cela n'a pas fonctionné. La *BEES coop* a pour but une mixité au niveau du public qu'ils ne parviennent pas à atteindre non plus. En effet, de manière générale, seuls des individus avertis participent aux activités des différentes associations, sauf en cas d'activités spécifiquement créées pour un type spécifique de public non-averti. Mais une mixité des publics ne s'observe pas encore, ou a un niveau trop faiblement pertinent. *Quinoa* remarque également un effet entonnoir dans leur public : il y a des personnes qui seraient de base plus formées pour rentrer dans leurs projets. Mais ce n'est pas pour cela qu'il ne faut pas aller chercher les autres personnes et faire naître un intérêt pour qu'eux aussi s'engagent dans les projets de l'ASBL.

De plus, selon *IEW*, si mixité il y a, gérer les décalages entre les différents niveaux et représentations des personnes qui participent aux activités est un autre défi. Il faut être formé pour pouvoir y faire face de manière adéquate.

Somme toute, à chaque public (averti, précaire, dans des structures, etc.) doit correspondre une méthode particulière pour les captiver, et les sensibiliser : l'effort et les solutions à déployer sont nécessaires pour que cela fonctionne (entretien IEW). Une des solutions pour faire face à ce challenge c'est de passer par des acteurs relais dont c'est la spécialité, par exemple, un CPAS. Cependant,

une observation d'*IEW* est que les animateurs de terrains n'ont pas toujours été formés pour faire des animations avec leur public, pour mener un projet avec lui.

*Quinoa* met en évidence un frein culturel qui empêche leur public d'être varié. En effet, 75% de leur public sont des filles de classe moyenne qui ont un parcours d'études supérieures. Ce frein s'illustre par exemple lors d'un débat avec le public : différents enjeux planétaires assez pointus peuvent parfois laisser les participants non-initiés un peu démunis. La clé, selon l'ASBL, serait le temps, l'ouverture et la collectivité.

Outre le défi des publics non-averti, pour de nombreuses associations, un autre challenge est la sensibilisation du public précaire. Le risque ici est de tomber dans un assistance exagérée, un culpabilisation, une utilisation de ce public. La conséquence de cela est que ce public est pris par une série de peurs telles que : « si je ne participe pas à cette activité je ne pourrai plus avoir accès au colis alimentaire auquel j'ai droit ». En effet, certains jouent de cette obligation envers le colis alimentaire comme porte d'entrée, pour s'assurer un public à leurs activités de sensibilisation, ce qui est une mauvaise porte d'entrée. Selon la *BEES coop*, d'autres publics, telle que la classe moyenne non-avertie sur l'alimentation durable, ont tout autant besoin que le public précarisé d'être sensibilisé à la thématique mais plus difficilement accessible car il n'y a pas de porte d'entrée aussi évidente que pour le public précarisé. Et porte d'entrée signifie moyens et obligations beaucoup plus faciles à mettre en place. Au niveau politique, c'est aussi plus facile à mettre en place et à justifier : mettre la faute sur la personne précaire et position de faiblesse à la place de mettre la faute sur le système global et son fonctionnement. Face à cette problématique, la *BEES coop* répond que le public idéal à sensibiliser, ce sont les écoles. Elles devraient être la porte d'entrée idéale pour sensibiliser dès le plus jeune âge le public varié que constitue les classes, sans stigmatiser l'une ou l'autre de ces dernières.

#### 4.2.6. Evaluation de la sensibilisation

Toutes sortes d'outils de sensibilisation ont été développés pour faire réfléchir les citoyens autour des sujets que les multiples organisations traitent. Cependant, *IEW* et *AlimenTerre* mettent en lumière que la sensibilisation est un processus à long terme, difficile à mettre en place. Et qu'une fois que les citoyens ont fini le cycle de sensibilisation, il est difficile de savoir l'impact que cela a sur eux. L'idéal serait, selon *IEW*, de réaliser une évaluation quelques années après la sensibilisation pour étudier l'impact que celle-ci a eu sur les participants.

Ceci dit, *IEW* et *Rencontres des Continents* ont le même avis : étudier l'impact de leurs propres outils de sensibilisation est compliqué car les participants vont également piocher ailleurs. En effet, ces derniers construisent un patchwork des activités auxquelles ils participent et des informations qu'ils reçoivent ou vont chercher. Leur engagement et positions se construisent en même temps que ce patchwork. Cette construction prend également du temps. Il est donc difficile de savoir quel impact l'outil d'une seule activité d'une association peut avoir sur le chemin d'une personne. De plus, certaines personnes peuvent être averties au sujet de l'alimentation durable sans pour autant s'engager envers la thématique. A chacun son temps pour développer une réponse à son échelle (*Rencontre Des Continents*).

L'évaluation en bonne et due forme de l'impact d'une activité de sensibilité est, selon *IEW*, souvent l'enfant pauvre d'un projet. Le budget limité des associations est régulièrement un obstacle pour le développement d'outils d'évaluation.

Malgré une évaluation pas toujours évidente de l'impact des outils de sensibilisation, dans certains cas et pour certaines associations, une évaluation est possible. Voici plusieurs exemples relatés par *Quinoa*, le *Début Des Haricots* et la *BEES coop*. De manière générale, ces associations observent un engouement envers l'alimentation durable après les activités de sensibilisation.

*Quinoa* fait des enquêtes sur l'engagement des personnes qui participent à leur projets et activités, grâce un contact sur le long-terme avec ses participants ainsi

qu'à une comparaison de leur engagement envers l'alimentation durable au début et à la fin de la sensibilisation. Si une majorité de leurs participants débutent leur parcours de sensibilisation sans engagement concret envers l'alimentation durable, ou avec un engagement minime, à la suite de leur formation, chacun d'entre eux s'engage à sa propre échelle : une majorité s'engage « sans pouvoir » (création d'un GASAP, participation à un jardin collectif, etc), certains d'entre eux s'établissent dans un engagement « contre-pouvoir » (activisme, action directe, etc.), et enfin, quelques autres s'engagent « avec le pouvoir » (parcours politique).

*Quinoa* remarque ainsi que son activité de sensibilisation a un impact réel et effectif sur ses participants. Les jeunes qui passent par *Quinoa* ont envie de recréer de la collectivité, de s'engager, mais à leur échelle avec leurs ressources et leur réseau.

Un autre exemple qui montre que les citoyens commencent à être sensibilisé à la thématique est le nombre d'activités citoyennes sur alimentation durable recensées par le *Début Des Haricots*. Par exemple, le nombre de jardins collectifs en dix ans sur la région de Bruxelles a vraiment explosé, ou encore la *Pousse qui Pousse* (pépinière du *Début Des Haricots*) fonctionne actuellement sans subsides. Cela montre qu'il y a des alternatives qui sont réelles, concrètes et qui fonctionnent. Selon le *Début des Haricots*, plus ce genre d'alternatives se développent, plus les citoyens seront motivés à les rejoindre. Cependant, le *Début Des Haricots* remarque qu'immanquablement, les initiatives citoyennes fluctuent : parfois le projet est porté par un groupe motivé et puis parfois moins de personnes viennent et le projet fonctionne moins bien.

Du côté de la *BEES coop*, l'évaluation est possible à travers le nombre de coopérateurs qui s'engage dans le projet ainsi que leurs profils. Au jour de l'entretien passé avec un membre de la coopérative, seule une personne avait quitté. Non pas à cause du projet mais à cause d'un déménagement. Aujourd'hui, le supermarché est ouvert et près de 1500 coopérateurs ont rejoint le projet (même

si une mixité sociale ne s'observe pas au sein de ceux-ci). Bon nombre d'entre eux travaillent et achètent au supermarché. Pour ainsi dire, en cinq ans le projet est parti d'une discussion entre amis à l'ouverture d'un supermarché fonctionnel où nombreux, les citoyens s'engagent de bon coeur.

#### 4.3. Différence entre secteur public et secteur privé

La sensibilisation des ASBL et des organisations publiques présente des différences importantes. Ce chapitre se consacrera à une analyse de ces différences mises en lumière par les entretiens avec l'*APAQ-W* et l'*IBGE* mais également avec des éléments de quelques-uns des entretiens avec les ASBL.

##### 4.3.1. Description du fonctionnement de l'*APAQ-W* et de l'*IBGE* ?

L'*IBGE* a développé une stratégie « alimentation durable » pour la région de Bruxelles. Cette stratégie était, pour l'organisation, importante et utile. L'*IBGE* a donc impliqué toutes les parties prenantes du secteur alimentaire (entreprises, associations, écoles, communes, représentants, fédérations, agriculteurs,...) dans des groupes de consultations et des ateliers de co-construction. L'organisation a ainsi identifié toutes les priorités, toutes les actions qu'il faudrait mettre en place à Bruxelles pour favoriser la transition du système alimentaire bruxellois, en identifiant les priorités (attentes importantes, blocages, pertinence d'action,...) à mettre en place.

L'*IBGE* a, selon ses dires, conscience qu'il y a des actions qui doivent être portées par le secteur privé, associatif. Mais quelle est donc la place de l'*IBGE*? Le soutien, l'initiation, le partenariat,...?

L'*IBGE* a identifié 110 actions qui expliquent ce que l'organisation va mettre en place et de quelle manière elles vont être opérationnalisées et avec quels partenariats. Cette stratégie est programmée pour cinq années (jusqu'en 2020). Elle est, selon l'*IBGE*, une collaboration avec tous les acteurs impliqués.

Pour l'*IBGE*, la sensibilisation n'est qu'une étape à la transition alimentaire. Elle n'est pas un projet en soi mais est en filigrane derrière toute la stratégie. Pour cela, ils ont identifié les publics cibles, et les moyens de sensibiliser ces différents publics (outils de sensibilisation, projets de communication, campagnes,...). Il n'y a pas un outil, mais plusieurs : l'outil utilisé dépend de la thématique et du public visé. De plus, l'*IBGE* a le désir d'impliquer toutes les parties prenantes dans une démarche volontaire en fonction des différents publics prioritaires. Cette stratégie, initié par l'*IBGE*, est passé au gouvernement de la Région et est donc porté par toutes les administrations. Lancée depuis un an, l'*IBGE* explique qu'il a vraiment senti le besoin de développer cette stratégie.

La manière dont l'*IBGE* communique auprès des consommateurs est la traduction de ce que la stratégie veut exprimer. Mais cela ne représente pas nécessairement la position propre des membres de l'*IBGE* face à l'urgence de mettre en place une transition alimentaire. Chaque personne a sa propre position par rapport à cela, son propre degré de pessimisme envers la situation alimentaire actuelle. Cependant, dans sa communication, l'*IBGE* va toujours utiliser des messages positifs, pour montrer que la transition est possible. Pour montrer que des petits gestes peuvent « sauver la planète ». Que chaque personne à Bruxelles compte et a son rôle à jouer dans la transition. L'*IBGE* pense que cela est plus porteur et plus motivant pour enclencher le changement de comportements.

De son côté, l'*APAQ-W* considère que communiquer autour de l'alimentation et des produits agricoles durables et locaux est une mission prioritaire du service public. Faire reconnaître le rôle de l'agriculture dans la société et sa promotion est selon l'agence un rôle qu'elle doit prendre. Ainsi, d'un côté, l'*APAQ-W* fait la promotion des différentes productions agricoles locale (fromage, viande, etc) via toutes une série de méthodes (annonces radio, concours, campagne télé, bons d'achats,...) pour toucher les citoyens d'une manière large. C'est ce que l'agence appelle des actions verticales. De l'autre côté, l'*APAQ-W* développe des actions transversales qui cherchent plutôt à apprécier et connaître l'agriculture. Apprendre

les aspects nutritionnels d'une agriculture locale ou encore, découvrir les différents signes de qualité des produits alimentaires (IGP, AOP,...). L'*APAQ-W* (2017) promeut cette dernière à travers « *l'image de l'agriculture wallonne et de ses produits sur un plan général et générique* » et « *des producteurs et des produits agricoles et horticoles* ». L'*APAQ-W* communique ces actions via le canal TV, la radio, le site internet de l'agence, des spots Youtube,... Le but est de faire du *storytelling* pour parler d'agriculture, de la manière dont la production agricole se passe en Wallonie, de la confiance que les citoyens peuvent placer dans les produits agricoles locaux.

Le message que l'*APAQ-W* aimerait véhiculer c'est que les produits locaux ne sont pas des produits de luxe accessibles qu'aux « bobos », mais bien de bons produits accessibles à tous, c'est donc l'opportunité de consommer différemment. Pour cela, l'agence utilise dans sa communication des messages tels que : « *Plus de 500 fromages de chez nous, à chacun son caractère* », « *Ça vient d'ici, ça vient du coeur* », « *Les friteries de chez nous, un savoir-faire qui change tout* », « *Les produits de notre terroir, la fête commence en cuisine* ». À travers ces derniers, l'*APAQ-W* s'adresse à l'ensemble de la population wallonne (par exemple, à chaque caractère - humain - son fromage), utilisant le patriotisme wallon (fierté d'un produit wallon de qualité : « *un savoir-faire qui change tout* ») pour faire la publicité des produits wallons.

Bien que l'*APAQ-W* ait un budget communication important, l'agence pense qu'elle doit retravailler sa communication pour lui redonner un petit coup de jeune. Par exemple, le texte est de moins en moins utilisé dans la communication, surtout auprès des jeunes. Il faut donc développer de nouveaux outils au gout du jour afin de ne pas tomber dans une communication obsolète. En effet, l'un des problèmes de l'*APAQ-W* est que leur site internet est complètement désuet, et qu'un gros travail est à réaliser de ce côté. Face à cela, l'*APAQ-W* est en train de définir une stratégie digitale, mais cela prend du temps.

Il y a deux moyens de faire de la promotion : soit créer des événements spécifiques afin de faire venir un maximum de personnes (par exemple les journées fermes ouvertes), soit utiliser des événements existants pour s'y greffer (par exemple, avoir un stand à un festival). L'*APAQ-W* sensibilise sur les foires, salons et autres événements qui ponctuent l'année (par exemple, la foire de Libramont). Le but est d'arriver à sensibiliser le grand public via ces événements. La sensibilisation, selon l'agence, ne se fait pas seulement à travers la publicité et les podcasts mais il est également important que les citoyens aillent à la rencontre des producteurs et de leurs produits. En effet, l'*APAQ-W* a la conviction que pour arriver à démarquer un produit qui n'est pas un produit standard industriel, il faut que les producteurs et consommateurs se rencontrent. Pour atteindre l'objectif, l'agence développe des lieux de rencontre et des lieux de mise en confiance pour ces deux parties (exemples : les salons, foires ou encore, les fermes ouvertes). Ce serait donc un moyen pour que les citoyens continuent à connaître le chemin pour arriver jusqu'au producteurs, à découvrir ce que sont des produits agricoles locaux, quelles sont les méthodes de culture utilisées. Et donc vise à rétablir le lien entre producteur et consommateurs.

Enfin, pour élargir un maximum la sensibilisation de l'agriculture locale, l'*APAQ-W* finance également des structures qui réalisent de la promotion ciblée sur certains produits de l'agriculture wallonne. Par exemple, les écoles peuvent recevoir des subsides pour proposer des collations santé (petits-déjeuners accompagnés d'activités pédagogiques autour de la ferme et de l'alimentation équilibrée).

#### 4.3.2. L'évaluation de la sensibilisation.

Tout comme pour les associations, les interlocuteurs rencontrés considèrent l'impact des campagnes de sensibilisation du secteur public comme difficile à mesurer. L'*APAQ-W* explique qu'il y a beaucoup d'autres facteurs qui rentrent en compte tels que des articles dans la presse, dans des magazines, des émissions radio ou télé sur l'alimentation durable, qui ne sont pas nécessairement le fruit du travail de l'agence.

Effectivement, à l'heure actuelle, la communication autour de l'alimentation locale et durable est présente sur de nombreux canaux, et l'impact d'une campagne particulière sur le sujet est donc difficilement mesurable. Mais selon l'*APAQ-W*, ce sont ces multiples transmissions d'informations et d'activités sur la thématique qui aident à la conscientisation et sensibilisation des citoyens. C'est l'effort de tous les organismes, privés ou publics, nationaux ou internationaux, qui poussent les citoyens à prendre conscience des enjeux alimentaires actuels et à se poser des questions sur leur propre alimentation.

Par contre, l'*APAQ-W* ajoute que vu le flot d'informations livrées à propos de l'alimentation, les citoyens pourraient s'y perdre et ne plus savoir à quel saint se vouer. Les informations sur ce sujet (accessibles dans la presse grand public, qui n'ont pas - toujours - de valeur scientifique) peuvent dire tout et son contraire. Un exemple type est la question de l'humain et de la consommation de viande : certains disent qu'il en a besoin pour survivre (« *Sans protéines animales, difficile d'éviter des carences* » relate Philippe Legrand<sup>2</sup>), d'autres disent que c'est mauvais pour la santé, que le corps humain n'est pas construit pour en manger (« Si vous vous questionnez encore, voici 5 raisons pour lesquelles il est nécessaire d'arrêter de manger de la viande »<sup>3</sup>). Qui croire ? Le dilemme, selon l'agence, est de parvenir à trouver une information suffisamment objective. C'est pour cela que l'*APAQ-W* développe des outils de communication fiables afin de fournir des informations sûres et validées. Mais comment, parmi cet océan d'informations, peut-on être certains de faire confiance aux propos de l'agence par rapport à d'autres ?

#### 4.3.3. Travail entre ASBL et secteur public : quid ?

Pour l'*APAQ-W*, la grande différence entre les ASBL et les organisations publiques qui travaillent sur l'alimentation durable et locale en Belgique

---

<sup>2</sup> Interview de Philippe Legrand (directeur du laboratoire de nutrition humaine de l'agrocampus Inra à Rennes) par Pauline Fréour en 2015 dans le Figaro.

<sup>3</sup> Ecrit par Gala en 2016 sur son blog dénommé « Gala's Blog ». Le but ici est simplement d'illustrer un cas d'information contradictoire sur l'alimentation. Non pas de vérifier la source et la pertinence de l'information.

francophone, est que ces dernières ne sont pas sur le terrain. L'*APAQ-W* est une administration à un niveau régional et à côté de l'agence, il y a toute une série d'acteurs publics ou subsidiés par le secteur public dont le rôle est cadré.

Pour l'*APAQ-W*, l'enjeu principal est d'avoir une vraie cohérence entre les actions de tous les acteurs et d'amener une complémentarité à ces derniers. Elle ne veut pas entrer en concurrence avec ces acteurs. Cette dernière pourrait amener des doublons d'informations entre les uns et les autres. Une complémentarité entre les acteurs éviterait que les acteurs se marchent sur les pieds (dans le sens de la répétition d'un même travail par plusieurs organisations sans concertation) et permettrait de solides collaborations entre les multiples acteurs. L'*APAQ-W* n'est pas là pour donner des leçons, chaque acteur a son rôle et les rôles des uns sont complémentaires à ceux des autres.

L'une des difficultés du secteur public, selon l'*APAQ-W*, est de répondre à la nécessité de s'adapter aux changements. Dans une structure publique, s'adapter aux changements est parfois plus lourd à mettre en place que dans le secteur associatif.

Une ASBL, selon l'*APAQ-W*, si elle en a l'envie et les moyens, peut réagir au quart de tour alors que les organisations publiques doivent suivre tout un processus administratif en interne pour s'adapter à un changement. Ce sont ces procédures qui rendent le moindre changement beaucoup plus lourd à mettre en place (par exemple, là où une association peut réagir directement après la sortie d'une information dans la presse, les organisations publiques doivent d'abord avoir l'aval du ministère qui en est en charge, ce qui prend plus de temps). Cependant, l'avantage des organisations publiques est que ce sont des structures plus solides et pérennes que les ASBL. Ces dernières peuvent plus facilement s'éteindre parce que leurs membres peuvent s'essouffler, ou parce que les moyens ne sont plus là.

La personne interviewée de l'*APAQ-W* trouve que les outils développés par les ASBL sont créatifs et très bien construits, et que l'agence n'a pas toujours

l'opportunité de développer de tels outils. Rejointe par *BEES coop*, elle va même jusqu'à dire qu'au point de vue de la communication sur l'alimentation durable, les ASBL ont dix ans d'avance sur le secteur public. En effet, la *stratégie GoodFood* développée par l'*IBGE* a été lancée l'année dernière alors que de nombreuses associations ont lancé des projets similaires depuis parfois plus de dix ans (ex : *AlimenTerre*). Cela peut être source de frustration pour certaines ASBL dont le travail difficile n'a pas toujours le soutien et la reconnaissance qu'elles devraient avoir. Cependant, le fait que les institutions publiques empruntent les mêmes voies que les associations ne pourrait-il pas, à l'opposé, être considéré comme une reconnaissance que le travail de celles-ci va dans le bon sens ?

Plus spécifiquement, du point de vue de l'administration wallonne, l'interlocutrice de l'*APAQ-W* critique le travail réalisé par l'agence en disant que le retard à rattraper par rapport aux ASBL mais également par rapport à l'*IBGE* (avec leurs outils et référentiels de qualité) est colossal. Il est grand temps, selon l'interviewée, que l'*APAQ-W* rattrape son retard en stratégie de communication sur l'alimentation durable<sup>4</sup>. Cependant, au niveau de la phase de production, l'*IBGE* est à la traîne par rapport à l'*APAQ-W*, car il n'avait pas la légitimité pour le faire étant une administration de l'environnement et aussi parce que la production alimentaire était (et est encore) relativement limitée. La *stratégie GoodFood*, selon l'*APAQ-W*, a le mérite d'être englobante, structurante et de mettre beaucoup d'acteurs en collaboration. Les deux ministres qui pilotent le volet alimentation durable de la stratégie développement durable du gouvernement wallon aimeraient développer une approche similaire mais le projet est encore très loin d'être mis en place.

La principale difficulté du secteur public est qu'il est lié à une législature qui est de courte durée. Si les ministres veulent mettre en place un projet il faut d'abord avoir les moyens (en terme humain) pour réfléchir à comment concevoir la

---

<sup>4</sup> Non pas dans le sens de la compétition, mais plutôt dans celui du travail. Si ce dernier n'est pas coordonné et n'avance pas au même rythme entre les différentes organisations, il sera difficile d'initier un changement telle qu'une alimentation durable pour l'ensemble des citoyens.

construction du projet. Ensuite, il faut convaincre de la pertinence du projet. Puis il faut avoir les moyens afin de le mettre en oeuvre. Une législature est de cinq ans, ce qui est parfois trop court pour mettre en place un projet d'une grande taille et pour le développement de sujets complexes, qui demandent du temps, de la maturation et des moyens. Une façon de régler ce problème est que les ministres en place aient une vision qui dépasse la législature pour laquelle ils sont nommés (*APAQ-W*).

En conséquence, le secteur public n'a pas la possibilité d'avoir une vision à long terme et ainsi rester flexible face aux aléas du terrain, des imprévus et de l'actualité. Ce n'est pas possible à cause de l'administration complexe dont les organisations publiques sont confrontées. Selon la *BEES coop*, cela peut amener un décalage important et inconfortable entre les deux secteurs : une incompréhension involontaire du fonctionnement et des missions de l'un et de l'autre.

Un autre frein politique du développement d'un projet par les organisations publiques de Wallonie est d'être vite rattrapé par la législation européenne. Par exemple, lors d'une campagne sur l'origine wallonne des produits agricoles, l'agence a été confrontée à l'Union Européenne qui leur a demandé d'arrêter de faire de la discrimination envers l'ensemble des produits agricoles européens. Cependant, il est important de préciser que si le rôle des institutions publiques belges est de promouvoir la Belgique et d'améliorer son fonctionnement interne, le rôle de l'Union Européenne est identique à l'échelle européenne. Des différences d'objectifs sont donc normales à observer entre les différentes institutions.

#### 4.3.4. Critiques de l'IBGE par les associations

Pour le *Début des Haricots*, la *stratégie GoodFood* de l'IBGE est née à un moment où les associations sur la thématique de l'alimentation durable ne pouvaient plus ne pas être prise en compte. Comme le dit la responsable interviewée de l'*APAQ-W*, c'est parfois ainsi que le secteur public se mobilise autour d'une

thématique. Toujours selon le *Début des Haricots*, le fait que l'*IBGE* ait créé un conseil consultatif avec les acteurs (entre autres associatifs) qui se sont battus pour la mise en place d'une alimentation durable à Bruxelles - ou en Belgique francophone - est une reconnaissance importante pour les acteurs qui travaillent sur le sujet depuis un bout de temps.

Mais concrètement, la différence de fonctionnement entre le service public et celui plus varié des ASBL rend parfois difficile la collaboration, cette différence n'étant pas forcément facile à comprendre ni pour les uns ni pour les autres. Le fait de ne pas avoir la même manière de fonctionner peut constituer un frein pour comprendre ce que cela peut apporter aux différentes structures. Il y a des écarts non-négligeables dans le fonctionnement et la philosophie des organisations publiques et privées, la difficulté est de rester ouvert par rapport à ces différences, tout en acceptant que la diversité de fonctionnement constitue la richesse de ce que l'ensemble des structures peuvent apporter à l'évolution de la thématique. En effet les uns ont des outils que les autres ne maîtrisent pas nécessairement.

Par exemple, l'*IBGE* pour sa *stratégie GoodFood* est passée en marché public. Cependant, pour les ASBL, ce genre de système crée une compétition entre elles, une concurrence pour déposer un projet par rapport à une demande du secteur public : c'est le système libéral qui est imposé au monde des ASBL. Cela crée une ambiance nouvelle au sein des associations qui ont plus l'habitude des collaborations et du soutien. Mais, le secteur public est obligé de suivre une politique de marchés publics. C'est pour cela qu'il est important de garder une ouverture par rapport au fonctionnement du secteur qui n'est pas le sien (*DdH*).

Pour le *Début des Haricots* et la *BEES coop*, la *stratégie GoodFood*, malgré certains éléments autour de l'alimentation durable qui se mettent en place, a un côté très « marketing ». Dans le sens que cette stratégie amène l'*IBGE* à mettre son cachet « *GoodFood* » sur un maximum d'évènements autour de l'alimentation durable. La question se pose de savoir si pour l'*IBGE* c'est simplement une stratégie de communication, de publicité (comme cela pourrait paraître aux yeux de certaines ASBL) ou un réel engagement envers les citoyens. Ce sentiment peut

en effet venir du fait que le travail qui est développé par la *stratégie GoodFood* est un travail qui est réalisé depuis de nombreuses années par les ASBL, et que donc la *stratégie GoodFood* peut donner le sentiment que l'*IBGE* se dore la pilule, fait sa publicité, sur le dos du travail des ASBL.

De plus, la politique consultative que l'*IBGE* a utilisée pour développer sa stratégie peut amener d'autres frustrations pour les consultés : l'*IBGE* demande l'avis de beaucoup de personnes et de structures mais au final, c'est le ministre qui décide de ce qui est important à garder (DdH). Outre cela, selon la *BEES coop*, l'*IBGE* est une bureaucratie qui malheureusement est fort déconnectée du terrain, et donc parfois, les acteurs de la base ressentent un important décalage par rapport à cela.

Il y a donc une méfiance autour de la politique que l'*IBGE* suit. Une méfiance autour de ce marketing qui donne l'impression que c'est « LE projet du siècle » alors que certaines associations travaillent sur le sujet depuis souvent plus de dix ans.

#### 4.3.5. Mot de la fin

Afin de parvenir à mettre en place un projet aussi large et important que le développement d'une alimentation locale et durable en Belgique francophone, la collaboration du secteur public et des ASBL est indispensable. Sans le travail de l'un comme de l'autre, un tel projet ne pourrait pas être mis en place. Parfois le changement vient effectivement du terrain, des ASBL, et le service public embraye ensuite le travail. Mais parfois c'est l'inverse qui se passe (APAQ-W, BEES coop, DdH). Ceci, en théorie, peut-être considéré comme très positif parce que cela signifie que le secteur public peut actionner des leviers (notamment institutionnels) auxquels les associations n'ont pas accès. De plus, le secteur public forme aussi une « caisse de résonance » pour les messages des associations. Cependant, cette analyse croisée du secteur public et privé montre que dans la pratique, l'articulation entre les deux secteurs rencontre des obstacles non

négligeables. L'un d'eux est « l'inhérente inertie » des institutions publiques et leur mode de fonctionnement parfois peu démocratique. Il est regrettable que celles-ci cherchent à s'auto-justifier, et ont dès lors tendance à « tirer la couverture » à elles (Verhaegen, 2017).

## 5. Conclusion

Des nombreuses crises ont touché, touchent, et vont toucher l'humanité. Le Rapport Meadows, publié en 1972, décrit les limites de la croissance (prenant en compte la nourriture, la production de services, la population, la pollution et la production industrielle) et prévoit l'effondrement du système autour des années 2030. En 2008, il y a eu la crise des *subprimes* qui a mené à une crise financière et bancaire internationale. L'environnement de son côté, ne se porte visiblement pas mieux : fonte des glaciers, désertification, incendies,... Le réchauffement climatique est prouvé, et ses conséquences à long terme seront désastreuses. Au niveau de l'économie, actuellement, « huit hommes détiennent autant de richesses que les 3,6 milliards de personnes qui représentent la moitié la plus pauvre de l'humanité » (Oxfam, 2017). Actuellement, 73% de la population mondiale ne disposent pas d'une protection sociale satisfaisante (CNCD-11-11-11, 2017). Depuis la crise migratoire de 2015, les frontières aux portes de l'Europe ne cessent de se refermer, poussant les migrants à faire une route aussi dangereuse que la situation qu'ils fuient dans leur pays (CNCD-11-11-11, 2017). Les politiques d'extrême droite connaissent un succès électoral dans de nombreux pays : Suède, Pologne, Brésil, Hongrie, France,...

Parmi toutes ses nouvelles - que j'oserais qualifier « d'alarmantes » -, la souveraineté alimentaire, sujet de cette recherche, n'est pas la moindre. Le CNCD-11-11-11 (2017) écrit que « *parmi les premières causes de pauvreté rurale, on trouve un modèle agro-alimentaire basé sur la compétition mondiale et le renforcement de l'agro-industrie, des règles commerciales empêchant la réalisation du droit à l'alimentation et l'affaiblissement des politiques agricoles. Enfin, la malnutrition est aussi la conséquence des politiques foncières, énergétiques et financières* ». De plus, nous savons également que l'élevage de

bovins pour nous nourrir cause la dévastation de la forêt amazonienne, la pêche détruit les océans et les cultures intensives causent l'appauvrissement des sols. N'y a-t-il pas là urgence de sensibiliser les citoyens aux différentes problématiques actuelles ? Chaque humain sur terre doit se nourrir pour survivre. Chaque individu a le pouvoir inouï de choisir son type alimentation (dans le sens de choisir chaque aliment en toute conscience). Cette problématique est donc idéale afin d'atteindre chaque individu et tenter de les inviter à devenir des citoyens avertis et agissant directement pour un monde plus équitable et durable. Chaque citoyens peut agir à son échelle.

Comme l'écrivent Johnston, Szabo et Rodney, (2011) :

*« La consommation éthique est perçue par les chercheurs comme un moyen clé par lequel les individus comprennent et trouvent des solutions aux problèmes sociaux et écologiques (Arnould, 2007, Barnett et al., 2005b, Micheletti, 2003, in Johnston, Szabo, Rodney, 2011). Les consommateurs sont encouragés à participer à des projets de changement social par le biais de leurs habitudes de consommation. Les individus peuvent penser à leur consommation comme à une forme de citoyenneté ».*

Cette recherche avait pour but de comprendre comment organismes publics et privés wallons communiquent pour sensibiliser les citoyens à une alimentation durable. Pour cela, après un aperçu théorique sur le sujet, j'ai analysé les entretiens semi-directifs passés avec six ASBL et deux organisations publiques travaillant sur la sensibilisation à l'alimentation durable.

J'ai choisi ces différentes organisations car elles proposent des activités et des moyens de communication autour de la sensibilisation à l'alimentation durable assez différenciées. Ceci dans le but de brasser un maximum d'informations sur ce sujet, dans l'optique de proposer une analyse la plus complète et objective possible.

La première hypothèse de départ était que les organisations qui sensibilisent sur la thématique de l'alimentation durable ne touchent qu'une partie des citoyens. Cette hypothèse s'est confirmée au travers de la recherche. Premièrement, qui ne peut pas citer une personne de son entourage qui n'est pas encore sensibilisé sur la thématique ? Cependant, vu le nombre important d'informations qui circulent

autour l'alimentation actuellement, il est difficile de penser que les citoyens de Belgique francophone ignorent l'urgence liée aux changements d'alimentation. Johnston, Szabo, et Rodney (2011) confirment que même si un privilège économique et culturel semble faciliter l'accès à un répertoire alimentaire éthique dominant, cela ne favorise pas toujours un engagement de ces citoyens envers l'alimentation durable. De même, les auteurs affirment que les participants à leur étude provenant de milieux socio-démographiques et ethniques marginalisés semblent avoir un moindre accès à ce répertoire à la base. Mais cela ne signifie pas qu'ils ne connaissent pas et ne se soucient pas de problèmes actuels liés à l'alimentation. Enfin, l'ensemble des organisations interviewées relate de la difficulté que représente la sensibilisation du public non-averti sur la thématique. Beaucoup d'entre elles retrouvent le même type de personnes à leurs activités de sensibilisation. *IEW* propose qu'à chaque public doit correspondre une méthode particulière, et que les animateurs doivent être formés à cela. Ce qui n'est pas encore toujours le cas.

La deuxième hypothèse était que souvent, les organisations utilisent des messages chocs, jouant sur les émotions, comme, par exemple, Servigne et Stevens avec leur théorie de la *collapsologie*. Cela aurait pour conséquence une culpabilisation des individus et serait, de mon point de vue, inefficace pour la mise en place d'une transition alimentaire. Servigne et Stevens (2015) cherchent à mettre en garde et visent la mise en place d'un avenir plus solidaire. Leur désir est de parvenir à sensibiliser les citoyens sur le côté de plus en plus artificiel de la production, de la société « hors-sol » (perte de contact avec la terre, avec la production naturelle et donc avec la vie) d'aujourd'hui. Selon eux, si cette structure artificielle s'effondre, la survie de la population pourrait être en danger. Jaspers (1954) et Hans Jonas pensent qu'éveiller l'inquiétude, concevoir le pire, permet de tirer la sonnette d'alarme et de déployer les armes pour défaire les dangers de l'avenir de l'humanité. Mais Le Goff (2016) précise que le risque que les citoyens développent des mécanismes de défense face à cette culpabilisation est trop grand pour que la sensibilisation fonctionne à échelle de l'humanité. *Quinoa et le Début des Haricots* et *Rencontre des Continents* se positionnent en favorisant

l'expression des émotions (qui est inévitable face aux enjeux planétaires actuels). Selon eux, c'est en groupe, en se confrontant les uns aux autres, que les émotions exprimées deviennent force d'engagement. Ceci rejoint l'idée de Le Goff (2016) que la reconversion de l'angoisse en une efficacité collective est le point de départ pour une cohésion de groupe et donc à un engagement fonctionnel envers la cause défendue. A la suite de cette recherche, j'en conclus que travailler sur base de la culpabilité pour amener un changement de comportement chez les citoyens est moins efficace que de travailler sur base de valeurs telles que le partage, la cohésion, l'ouverture et le soutien.

A la suite de l'analyse des entretiens, plusieurs points communs et divergences s'observent. J'aimerais tout d'abord noter qu'il y a une différence entre les propos partagés par les différents représentants des organisations (leur but restant de faire la promotion de leur organisation) et ce qu'il se passe réellement sur le terrain. Du mieux que j'ai pu, je suis restée vigilante pour ne pas prendre les informations qu'ils me donnaient comme « argent comptant », et de rester critique face aux informations reçues, en les croisant avec d'autres sources d'informations (informations d'autres entretiens, prospectus, sites internet,...).

Certaines similitudes dans les stratégies de sensibilisation s'observent. Premièrement, nombreuses d'entre elles disent ne pas amener un modèle de pensée lors de leurs activités de sensibilisation, de passer par la pratique sans amener de théorie. Cependant, comme nous l'avons vu plus haut, une des conditions de base pour parvenir à un changement de comportements dans la durée est de passer par plusieurs étapes dont celle de la formulation des raisons de changer de comportements et de les reconnaître (Grippa, 2015). Durant mes entretiens, j'ai remarqué que chacune des organisations avait un *background* théorique bien présent, sans lequel il n'est pas possible de développer des activités de sensibilisation. Bien que les organisations disent ne pas utiliser de théorie pendant la sensibilisation, elle se ressent en filigrane derrière chacune de leur activités (comme l'explique la *BEES coop*). Ne faut-il pas toujours un motif afin de donner sens à une activité ? Si l'organisation ne veut pas ou ne peut pas donner

ce sens, leur sensibilisation sera inutile. Si pour les organisations publiques, l'agenda reste d'abord politique (par exemple : augmenter le revenu moyen et le taux d'emploi, en encourageant les gens à acheter des produits wallons), derrière chaque association se cache une idéologie que les membres désirent mettre en place dans la société (par exemple : Quinoa utilise l'alimentation durable comme porte d'entrée en vue de former les jeunes sur les enjeux planétaires).

Ensuite, les associations et organismes privés désirent tendre vers une collaboration entre eux afin d'atteindre une efficacité de sensibilisation plus importante. Comme le dit Grippa (2015) et *l'IEW*, c'est en rassemblant les forces des différents secteurs qu'un changement de comportement chez le citoyen est possible. La communication seule, les organisations publiques seules, ou les associations seules n'atteindront pas les citoyens d'une manière aussi complète et efficace que si tous ces acteurs se rassemblent pour travailler ensemble. Dans le même sens, DeLind (1998), Jaffe et Gertler (2006), et Guthman (2008) évoquent la nécessité d'une alliance entre les consommateurs, les décisions politiques et les agriculteurs afin de parvenir à mettre en place une transition alimentaire globale (in Deverre, & Lamine, 2010). Cependant, les objectifs parfois différents de chacun et le pouvoir des uns envers les autres peut compliquer cet objectif (par exemple : *l'IBGE* donne parfois le sentiment de prendre le travail des associations sans réellement éprouver de la reconnaissance envers celui-ci).

Par contre, l'ASBL *Rencontre des Continents* est la seule association qui a clairement dit qu'elle amenait prioritairement la théorie de la *collapsologie* dans sa sensibilisation à l'alimentation durable avant de rentrer dans la pratique. Mais, tout comme le *Début des Haricots* et *Quinoa*, l'ASBL met un point d'honneur à écouter et accepter l'émotion ressentie par les participants (et par les animateurs). Les émotions, sur un sujet aussi culpabilisateur que la *collapsologie*, peuvent être partagées et analysées en groupe, pour enlever l'idée d'une culpabilisation (et donc de l'angoisse qui en découle) et renforcer un dialogue productif. N'est-ce pas là l'erreur de la conférence de Pablo Servigne mentionnée dans l'introduction ? Avoir partagé des préoccupations honnêtes et justifiées avec un public qu'il ne connaissait pas, sans permettre un dépôt des émotions ressenties après son

discours, ni un partage sur les nombreuses possibilités que nous, citoyens pouvons mettre en place pour contrer cette *collapsologie*. Cela aurait, peut-être, empêché une angoisse « paralysante » et une culpabilité après la conférence.

Conjointement, les stratégies de sensibilisation des organisations sont variées tant au niveau de la méthodologie qu'au niveau de l'idéologie. Chacune d'entre elles (avec leurs forces et leurs faiblesses) participe à la mise en place d'une transition alimentaire sur le territoire de la Belgique francophone. Chacune est nécessaire dans sa différence par rapport aux autres pour sensibiliser un maximum d'individus. En effet, face à la diversité des citoyens, il est favorable de pouvoir proposer un éventail d'activités relevant et d'idéologies différentes. Si une personne a besoin d'être culpabilisé pour réagir (ex : *RdC*), un autre s'y retrouvera peut-être mieux dans la douceur de l'action sans modèle théorique lourd derrière elle (ex : *DdH*), une troisième quant à elle préférera sans doute des activités engageantes avec un suivi sur le long terme (ex : *Quinoa*).

Je pense que cette variété de culture dans les différentes associations et le rôle joué par les organismes publics pour établir des liens entre ces associations, les citoyens et le monde politique augurent favorablement une prise de conscience des enjeux du développement durable par un public le plus large et diversifié possible.

## 6. Bibliographie

### Livres

- De la Renaudie, V., & Ronsmans, M., sous la dir. de, (2015). *Communication et développement durable: Pour des pratiques plus responsables*. Primento, Edipro.
- Goodwin, J., Jasper, J. M., & Polletta, F. (Eds.). (2009). *Passionate politics: Emotions and social movements*. University of Chicago Press.
- Grippa, L. (2015). *Communiquer pour changer les comportements*. Primento, Edipro.
- Servigne, P., Stevens, R., & Cochet, Y. (2015). *Comment tout peut s'effondrer. Petit manuel de col: Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes*. Le Seuil.
- Pleyers, G., Hubaux, S., Louviaux, M., de Bouver, E., Verhaegen, E., & De Munck, J. (2011). *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire, DDB*.
- Traïni, C. (2009). *Emotions... mobilisation!*. Les Presses de Sciences Po.

### Articles

- Chiffolleau, Y., & Prevost, B. (2013). *Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires*. *Norois*, (3), 7-20.
- De la Renaudie, V., & Ronsmans, M. (2015). *Communication et développement durable: Pour des pratiques plus responsables*. Primento.
- Deverre, C., & Lamine, C. (2010). *Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales*. *Économie rurale*, 317, 57-73.
- Eliasoph, N. (1998). *L'évitement du politique comment les Américains produisent l'apathie dans la vie quotidienne*, traduit par Hamidi Camille, Paris, Économica, 2010
- Esnouf, C. (2011). *Pour une alimentation durable: réflexion stratégique* duALIne. Editions Quae.

- Fréour, P. *Alimentation: « Sans protéines animales, difficile d'éviter des carences »*. Publié le 26/10/2015 à 19:14. Le Figaro. Consulté en ligne le 15 décembre 2017 : <http://sante.lefigaro.fr/actualite/2015/10/26/24247-alimentation-sans-proteines-animales-difficile-deviter-carences>
- Girandola, F., Joule, R.-V. (2012). *La communication engageante : aspects théoriques, résultats et perspectives*. L'Année psychologique, 112, pp 115-143
- Johnston, J., Szabo, M., & Rodney, A. (2011). *Good food, good people: Understanding the cultural repertoire of ethical eating*. Journal of Consumer Culture, 11(3), 293-318.
- Joule, R-V., Beauvois, J-L. (2002). *Petit traité de manipulation à l'usage de honnêtes gens*. PUG
- Le Goff, J., (2016) *Le rapport à l'angoisse dans le mouvement Alternatiba : une analyse psycho-sociale clinique*. Journées d'études SMAG, Université Catholique de Louvain.
- Meadows, D., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. (2013). *Les limites de la croissance*. Montréal, Écosociété.
- Marcus, G. E., & Poncharal, B. (2008). *Le citoyen sentimental: Emotions et politique en démocratie*. Les Presses SciencesPo.
- Oxfam (2017). *Huit hommes possèdent autant que la moitié de la population mondiale*. Consulté en ligne le 15 décembre 2017 : <https://www.oxfam.org/fr/salle-de-presse/communiques/2017-01-16/huit-hommes-possedent-autant-que-la-moitie-de-la-population>
- PNUE (2005). *Communiquer sur le développement durable*. Futerra.
- Pleyers, G. (2010). *Alter-globalization: Becoming actors in a global age*. Polity.
- Pleyers, G. (2011a). *La consommation critique: Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*. Desclée de Brouwer.
- Rapport du collectif ADWISER (décembre 2007). « *Vers une communication responsable* ».
- Verhaegen, E. (2011). *La consommation critique. Forces et limites du consomm'acteur*. Solidarité et société.

Veroone, B. 5 (2015), candidature (aspirant) pour un Doctorat sur la sensibilisation et la mobilisation à l'alimentation durable dans la région de Bruxelles. Appel Bourses et Mandats F.R.S.-FNRS.

#### Sites internet

AlimenTerre. Site internet : <http://www.alimenterre.be/wp/>

APAQ-W (Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité).

Site internet : <http://www.apaqw.be/Home.aspx>.

BeesCoop Supermarket. Site internet : <http://bees-coop.be>

CNCD-11-11-11. « Nos combats : grandes thématiques sur lesquelles nous travaillons ». Site internet : <https://www.cncd.be/-combats->

Gala's Blog. « 5 raisons d'arrêter de manger de la viande ». Ecrit le 9 juin 2016. Consulté le 17 décembre. Site internet : <http://www.galasblog.com/5-raisons-darreter-de-manger-de-la-viande/>

GoodFood. « Mieux produire, bien manger. Le portail de l'alimentation durable à Bruxelles ». Site internet : <http://www.goodfood.brussels>

IEW (Fédération Inter-Environnement Wallonie des associations au service de l'environnement) Site internet : <http://iew.be>

IBGE (Bruxelles environnement). Stratégie Good Food « Vers un système alimentaire plus durable en Région de Bruxelles-Capitale ». Site internet : <http://www.environnement.brussels/thematiques/alimentation/action-de-la-region/strategie-good-food-vers-un-systeme-alimentaire-plus>

Le Début des Haricots. Site internet : <http://www.haricots.org>

Pablo Servigne. Site internet : <https://pabloservigne.com>

Quinoa. Site internet : <http://www.quinoa.be/>

Réseau de la Transition. « Acteurs de changements positifs ». Site internet : <https://www.reseautransition.be>

RDC (Rencontre des Continents). Site internet : <http://rencontredescontinents.be>

## ANNEXE 1

### Guide d'entretien semi-structuré

#### Présentation / introduction :

Qui suis-je? Odile Marchand, étudiante à l'UCL en SPED. Pourquoi je désire réaliser cette interview?

Mémoire = la nourriture locale et ses politiques de sensibilisation

Thème	Sous-thèmes	Question
Présentation	Activité Intérêt	<ul style="list-style-type: none"><li>• Présente-toi</li><li>• Présente ton activité</li><li>• Quelles sont les motivations pour la création de ce genre d'organisation ?</li><li>• Comment avez-vous développer un intérêt pour la question alimentaire?</li><li>• Plus précisément de l'alimentation locale et durable?</li></ul>
Politiques de sensibilisation	Manière dont votre organisation sensibilise la population	<ul style="list-style-type: none"><li>• Quelles sont les activités spécifiquement de communication et sensibilisation que votre organisation met en place pour toucher le public cible?</li><li>• Est-ce que votre organisation a des activités de sensibilisation pour amener plus de personnes à rejoindre son projet? Ou a amener plus de personne à réfléchir sur la problématique de l'alimentation?</li><li>• Quel équipement, matériel utilisez-vous?</li><li>• Avez-vous des documents, des lectures (ou d'autres sources d'informations) qui ont particulièrement influencé l'élaboration des messages et qui sont considérés comme des références?</li><li>• Idem pour des théories, des approches, des paradigmes?</li><li>• Quelles sont vos activités de sensibilisation?</li><li>• Comment construisez-vous le discours, les contenus de vos discours?</li><li>• Quels sont selon vous, quels sont les éléments essentiels du message?</li><li>• Est-ce que c'est de la sensibilisation uniquement, ou des conseils, des soutiens à certaines formes d'activisme, il y a-t-il une dimension politique, ... ?</li><li>• Quelles sont les spécificité, originalités, du message par rapport à d'autres organisations ?</li></ul>

Thème	Sous-thèmes	Question
Public	Profil type	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel type de personnes votre organisation comprend-t-elle?</li> <li>• Y a-t-il qu'un type de personne intéressé par ces organisations ou remarquez-vous une mixité sociale au sein du groupe? Y a-t-il un « profil type »?</li> <li>• Comment ont-ils été au courant de l'existence de votre activité?</li> <li>• Y a-t-il des publics que vous avez essayé de toucher mais dont vous avez le sentiment que vos actions ne suscitent pas l'adhésion?</li> <li>• Est-ce que vous avez aussi des retours sur les changements de pratiques, ou des éléments qui permettent d'apprécier l'impact de leurs activités de sensibilisation ?</li> </ul>
Dispositif de sensibilisation à la transition alimentaire	Stratégies personnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel équipement, matériel?</li> <li>• Quel genre de discours ou idéologie?</li> <li>• Quels argumentations discursives, justifications idéologiques, (qui accompagnent très souvent la mise à l'épreuve des dites émotions) employez-vous?</li> <li>• Quelle genre de réaction observez-vous chez les personnes que vous sensibilisez? Au niveau des émotions, de la parole (pas forcément celles escomptées)</li> <li>• Utilisez-vous des émotions particulières (telles que la peur, la honte, la culpabilité) lorsque vous essayez de sensibiliser des nouvelles personnes?</li> <li>• D'autres émotions?</li> <li>• (film Demain vs collapsologie? Effondrement vs espoir, création?)</li> </ul>

**Clôture** : remercier et demander si le participant à des questions, des remarques.

## ANNEXE 2 : RETRANSCRIPTION DES ENTRETIENS

**Odile** : J'aimerais un peu bien que vous présentiez du coup RAWAD...

**RAWAD** : Peut-être que je dois aussi expliquer heu... Donc moi je travaille pour inter-environnement Wallonie, qui est une fédération d'association environnementale, et dans ce cadre là j'ai développé un projet avec d'autres acteurs, il y a maintenant 5-6 ans, heu autour de la création d'un réseau : réseau de acteurs wallons pour une alimentation durable. Et donc c'est en fait... Mais c'est vrai que j'aurais peut-être du le préciser quand je vous ai répondu, heu, mais donc en fait ce sont des acteurs, on sensibilise plutôt des professionnels en fait. Donc nous on est pas un acteur de première ligne, comme on appelle ça, heu, un acteur qui sensibilise des citoyens. Donc si vous votre porte d'entrée c'est vraiment sensibiliser la population, nous on ne fait pas ça en fait. On est... Alors après, les acteurs si vous voulez, si on a la chaîne alimentaire bah heu la sensibilisation elle se fait à plusieurs niveaux : elle se fait niveau des consommateurs, mais pas que ! Il faut aussi, pour que la chaîne alimentaire se construise heu, la *filière alimentaire se construise de façon durable, il faut travailler sur l'ensemble des chaînons quoi*. Donc le seul projet que je verrais qui est plus focaliser citoyens, mais encore que nous ici on est pas plus directement sur heu de nouveau comme je vous dit on ne sensibilise pas directement le citoyen, c'est le projet défi alimentation durable, mais qui n'est pas un projet du RAWAD, c'est un projet IEW avec Espace Environnement, qui est une autre association qui est sur Charleroi... Donc voilà, je ne sais pas heu est-ce que vous c'est exclusivement citoyen ou bien...?

**O.** : Ca peut être aussi comme vous dites des associations qui réfléchissent dans ce sens là, au final...

**R.** : Pour sensibiliser les citoyens, mais pas en amont dans la filière quoi? Ca vous ne prenez pas l'amont de la filière?

**O.** L'amont?

**R.** : L'amont comme, dans le sens heu... Par exemple, dans le cadre du RAWAD, qui est ce réseau d'acteurs heu... On a un projet, un groupe de travail, qui s'appelle heu accessibilité sociale à l'alimentation durable, et dans ce cadre là heu, on a déjà organisé des colloques, fin notamment un gros colloque sur ce thème là, mais on a invité plutôt des acteurs qui travaillent heu, notamment des acteurs sociaux, qui travaillent avec des publics plus précarisés. Mais aussi d'autres types d'acteurs, et là, plus spécifiquement, on a... Plus récemment on a un projet maintenant sur le thème surplus agricole et aide alimentaire, donc l'idée de ce projet là c'est de mettre en lien des producteurs qui ont des surplus agricoles et des acteurs de l'aide alimentaire, pour qu'il puisse y avoir une filière de produit, je vais dire "frais", heu circuit court, qui aille vers les bénéficiaires de l'aide alimentaire quoi... Donc voilà heu... Alors, il y a un petit volet sensibilisation effectivement dans le projet mais c'est pas que, c'est beaucoup plus large que ça...

**O.** : Non non, ça ne pose pas de problème

**R.** : Mais donc en fait c'est plus comme ça, que fin heu... Donc pour expliquer c'est quoi le RAWAD bah voilà c'est ça... Nous on... Donc c'est un réseau qui est totalement informel, qui n'est pas subventionné tel quel, moi je peux le coordonné de manière heu, par heu, une convention qu'on a en éducation permanente, heu, et puis après les acteurs qui viennent, les membres qui viennent participer aux groupes de travail ben voilà, ils le font dans le cadre de leur travail parce que ça répond à leurs propres objectifs mais heu voilà. Donc c'est pour ça que c'est difficile heu aussi d'assurer une communication visible aussi,

parce qu'en fait j'ai pas les moyens pour les faire donc heu, donc j'essaye de mettre à jour mais heu de façon très ponctuelle, et voilà.

**O.** : Et du coup c'est quoi les motivations qui ont, qui vous ont poussé, tout ce groupe d'acteurs à se rejoindre pour faire, pour créer RAWAD?

**R.** : En fait, la motivation je pense qui est prépondérante, c'est le fait que l'alimentation durable est un sujet extrêmement complexe. Et que l'aborder uniquement par le biais des compétences environnementales ou des compétences de santé ou des compétences heu, ou par le... C'est c'est en fait un peu je pense presque voué à l'échec, parce que justement du coup on risque de ne pas tenir compte de cette complexité. Et donc l'idée c'est vraiment de pouvoir mettre les acteurs qui ont une compétence heu, un point de vue différent sur l'alimentation durable et complémentaire et heu de voilà heu de du coup heu avoir cette approche plus systémique en fait, heu des enjeux quoi.

**O.** : Du coup c'est plus un rassemblement de personnes qui réfléchissent sur une question et pas vraiment de comment transmettre heu, de comment réfléchir à des alternatives pour transmettre heu l'alimentation alternative à la population...

**R.** : Ca peut, mais c'est pas heu l'objet heu ultime... Je veux dire c'est pas c'est pas... Comme je vous disais c'est plutôt... Ici on est vraiment plutôt sur heu les acteurs de seconde ligne, donc on informe les acteurs heu, les acteurs qui eux, pour reprendre l'exemple du groupe de travail en question : donc on a vraiment travaillé sur d'abord, avec une plateforme sur Mons heu pour qui faisait déjà des invendus, qui avait déjà des, qui recueillait déjà des invendus et qui les distribuait à ses, à ses associations membres, heu qui allaient heu dans les supermarchés et donc on on finalement on l'a aidé à essayer de trouver des producteurs locaux. Pour élargir un peu sa palette de producteurs locaux. On voulait, c'était un volet du projet. L'autre volet du projet c'était heu, enfin c'est de heu finalement assurer une sensibilisation heu des bénéficiaires à heu ben finalement une alimentation qui soit plus saine et plus durable et donc y compris en partant de produits frais. Donc c'est un autre volet puisque clairement c'est vrai que heu s'arrêter uniquement sur heu la question de l'approvisionnement n'est pas suffisant, parce que heu bah si les bénéficiaires ils reçoivent heu des colis ou qu'ils vont dans une épicerie sociale ou je ne sais pas quoi et qu'ils ne savent pas cuisiner heu ou heu... Voilà ils ont un panier dans leur colis "qu'est-ce que ce truc je n'ai jamais vu ça" et qu'ils ne savent pas le cuisiner, bah ça volera à la poubelle, fin probablement. Donc heu il y a un accompagnement à faire aussi au niveau de, de l'utilisation, de la consommation de ces produits là aussi quoi. Donc c'est pour ça qu'on voulait vraiment faire heu aussi ce volet là. Donc c'est pas moi qui m'occuper de ça donc là il y a, on a dans le cadre du groupe de travail il y a un des acteurs donc qui est le heu heu heu l'OSH (donc l'observateur de la santé du Hainaut), qui est un une structure institutionnelle provinciale qui heu ben voilà comme son nom l'indique qui travaille sur les déterminants de la santé, dont l'alimentation et qui heu et qui fait justement des accompagnements de heu... Ben de nouveau là ça ça peut, elle elle peut être avec des, en contact avec des acteurs, enfin des bénéficiaires mais heu effectivement les quelques animations qu'ils ont fait je pense qu'ils étaient en contact avec les bénéficiaires. Donc pour des ateliers cuisine des choses comme ça quoi, c'est plutôt effectivement heu... Elle elle travaille vraiment avec heu... Toujours en partant des représentations, donc ça c'est vraiment quelque chose d'important. Donc partir de représentation des gens, donc c'est quoi pour eux l'alimentation, c'est quoi bien manger pour eux, et en partant de là heu, donc de façon très participative donc on ne vient pas avec quelque chose de normé en disant "vous devez manger comme ça vous devez manger comme ça". Après nous on incite effectivement heu, sur base des représentations

"bah tiens voilà, vous vous voyez l'alimentation de qualité c'est ça mais il y a plusieurs dimensions". Donc on part aussi de critères très précis définis heu... Bah 12 critères en fait heu, c'est un peu la la, heu... C'est pas nous qui avons inventé on se base aussi sur heu un guide qui a été fait par heu Catherine **Closson** qui a travaillé avec des cantines heu donc c'est 12 critères heu circuits courts heu, heu moins d'emballages, heu plutôt boire de l'eau heu fin voilà il y a d'autres critères très concrets. Alors voilà, une fois qu'on a fait les représentations bah voilà on saura vous intégrer dans ces critères là mais il y a aussi ceci cela pour leur ouvrir aussi heu mais on part évidemment de ce qui les intéressent eux, on va pas dire bah voilà heu quelqu'un qui pour lui n'a pas aucun, pour lui c'est absolument pas un problème, des des groupes où il n'y a absolument pas de problème par exemple à manger de viande, manger de la viande parce qu'ils estiment que heu de toute façon ils n'en mangent déjà pas beaucoup ou que pour eux c'est vraiment très important de manger de la viande, on va pas essayer de heu, on va pas commencer par ça parce que de toute façon c'est ce qu'on confronte directement à à un refus, et justement à à...

O. : Donc votre but ce n'est pas nécessairement de heu dans ce cas là de changer l'alimentation des personnes, c'est plutôt de réfléchir avec eux de ce qui est pour eux une alimentation, une bonne alimentation et de travailler sur cette base là?

R. : Si parce que il y a... Bon après ça dépend un peu dans les groupes, ça dépend surtout avec des publics précarisés, heu c'est pas heu en l'occurrence c'est surtout c'est publics là que dont dans le groupe ici que Tania a mais à priori il faudrait plutôt la questionner elle hein, nous c'est vrai que heu, parce que je vous dis moi je ne suis pas directement heu impliquée dans le projet, mais sur ce heu (enfin si je suis impliquée mais indirectement) heu nous en tout cas notre vision (et là du coup je fais le lien avec l'autre projet qu'on a **défi alimentation**) heu c'est vrai que heu l'idée effectivement, on espère qu'il y aura des, puisqu'on... L'idée de les accompagner dans le temps et de ne pas leur donner une information et puis c'est fini, et puis débrouillez-vous avec ça. Parce qu'on sait que c'est pas comme ça que les gens changent. C'est pour ça qu'on avait réfléchi aussi à une méthodologie qui est plus de type **défi alimentation durable** où heu on accompagne heu pendant plusieurs séances, plusieurs ateliers heu où on leur donne de l'information, où on fait venir des heu des cuisiniers, enfin des gens qui ont un peu de l'expérience sur heu ce truc là heu on fait, on a des outils d'information pour heu pour les faire réfléchir alors heu évidemment on a pas de prise sur ce qu'ils vont faire après chez eux, ça c'est, c'est sur, on on nous on les sensibilise et puis après heu heu ils ont ce qu'ils peuvent et qu'ils veulent chez eux après mais il y a quand même un soucis effectivement de heu du fait qu'il y a ce processus sur la durée de se dire heu "bah voilà, la fois dernière on a vu ça ça heu qu'est-ce que, qu'est-ce que ça a changé chez vous, qu'est-ce que ça...?". Heu... On a fait donc, pour reprendre ce projet RAWAD, donc j'ai expliqué un peu le groupe de travail, on a ce projet donc je vous disais tout à l'heure, **défi alimentation durable**...

O. : Défi alimentation durable c'est pas le même projet, c'est un projet...

R. : C'est pas le même projet, c'est un autre projet à part, donc on a eu un défi alimentation durable 1, où là c'est vrai qu'on a accompagné des familles donc là c'est un peu un contre exemple parce que il y a quelques années sur Namur, on a accompagné 12 familles donc ça c'était bien nous, IEW et Espace Environnement, a heu on a fait 8 ou 9 ateliers heu donc on a recruté ces 12 familles qui étaient intéressées et pas du tout des familles précarisées, c'est des familles plutôt bobos heu très sensibilisées déjà à la question, et on leur a heu proposé toute une série d'ateliers heu et on les a accompagnés

donc sur heu mais avec toujours cette durée, cette idée de durée, de voir comment, quels sont leurs freins, quant ils, quand on leur donne de la matière pour heu pour heu voilà avancer sur ces questions là bah heu qu'est-ce que vous en faites on va visiter un producteur locaux ben la fois d'après "ben tiens heu est-ce que vous avez été voir un bon producteur? Donc est-ce que vous avez eu l'occasion de parler sur le marché?" Donc voilà heu des choses comme ça c'est plus heu dans cet esprit là. Et ici le défi alimentation durable 2, donc la suite du projet c'est de heu qui est quasi fini maintenant en fait heu on a fait un kit pour permettre à des structures heu types CPAS, fin heu des des maisons de jeunes, heu des associations de quartiers...

O. : Donc ce n'est plus vraiment le même public qui est touché quoi?

R. : Bah ici c'est-à-dire que là c'est comme je disais c'est des public de seconde de de de première ligne heu qui heu eux ont eux-mêmes leur public et qui peuvent faire des activités avec ces publics là. Donc on a fait ce kit pour eux, pour ces animateurs en fait (socio-culturels si on veut bien) heu pour qu'ils puissent eux faire heu un défi alimentation de ce type là. Donc un peu sur le même, comme je viens d'expliquer, avec ces ingrédients là je vais dire heu, heu quelques ateliers, un groupe constitué, heu et proposer... Sur une période donnée heu mais quand même heu minimum 3 mois mais bien au moins 6 mois, et avoir comme ça heu... L'idéal... On a mis trois activités mais à priori l'idéal ce serait d'en avoir au moins 6 ou 7 quoi parce que... Pour justement avoir un accompagnement sur le temps et alors après il y a des effets collatéraux qui sont très intéressants aussi en terme de cohésion de groupe etc heu notamment pour les publics précarisés parce que c'est vrai que c'est, il y a quand même heu heu il y a cette idée aussi que quelque part, les gens on on amène si on veut heu une méthodologie, un processus, mais là non plus... Nous on on amène du contenu, mais aussi en se disant que voilà vous, on parfois aussi un expert qui amène du contenu, mais aussi en se disant que voilà vous, on est dans quelque chose, de surtout par rapport à l'alimentation, heu des connaissances aussi que les gens heu ont en fait. Heu, si on fait un atelier conservation par exemple des aliments, bah il y a des gens qui font déjà ça heu ou un atelier potager bah il y a des gens notamment quand on a accompagné, on a fait le défi alimentation durable 1 donc sur Namur, il y avait des gens qui heu qui dans le groupe qui savaient déjà très bien faire un potager tu vois?

O. : Mmh

R. : Qui venait pour autre chose et qui ont pu aussi heu partager leurs savoirs heu. Ca c'est quelque chose aussi qu'on sur lequel heu un ingrédient aussi qu'on trouve intéressant c'est heu à partir des représentations mais aussi de s'appuyer sur les savoirs des gens en fait heu...

O. : Et du coup ça crée tout une série de groupes d'échanges, qui peuvent se former l'un l'autre avec l'aide de personnes extérieures, pour être former plus spécifiquement dans ce domaine là quoi?

R. : En tout cas c'est la possibilité heu que permet ce genre de... Ce genre d'atelier en fait. Heu où les gens se retrouvent en groupe et après bah après ça, c'est l'animateur à animer aussi de cette manière là, pour que pour que pour qu'il puisse y avoir ces échanges là, mais en tout cas heu je dirais que c'est quand même un **élément important heu de la sensibilisation** quoi.

O. : Et dans, dans ce projet là heu plus spécifiquement le but du coup c'est, fin c'est la deuxième fois que vous le faites hein c'est ça?

R. : Bah sauf qu'ici c'est un peu à une échelle différente. La première fois c'était, on était vraiment avec des citoyens, des acteurs et des gens en fait heu heu des familles. Et après on s'est dit... Là c'était un un projet micro je veux dire : un projet à l'échelle de du territoire de Namur. Bah après c'était l'idée de voir bah tiens comment est-ce qu'on peut élargir le heu le truc pour que finalement ça puisse faire des petits et toucher d'autres familles. C'est pour ça qu'on s'est dit voilà on va faire un kit permettre à des animateurs sociaux de répliquer ce genre d'initiatives avec leur public en se disant voilà heu... Donc ici on a fait, on a quasi fini le kit. On va donner des formations, 5 formations sur le kit, pour dire voilà comment on l'utilise en espérant que dans les animateurs qu'on va former eux-mêmes vont heu faire ces kits, ces animations avec leur public.

O. : Un public varié?

R. : Un public varié tout en sachant que les publics, c'est pas des publics par exemple c'est pas des écoles, donc vraiment c'est des publics adultes et heu tout en sachant que voilà les publics qui font ce genre de truc, on a quand même un focus sur les publics précarisés mais pas que, en disant que voilà, il y a des groupes de femmes, heu il y a des groupes heu ben ils sont limité aussi, je veux dire on a pas, c'est difficile par exemple un club sportif il va pas faire des animations enfin tu vois il faut quand même que ça rentre dans le champ heu de de d'effectivement des groupes heu plutôt déjà un peu structurés tu vois?

O. : Mmh. Et heu pour la création du kit, ça m'intéresserait de savoir un peu comment vous avez procédé pour finalement le construire peu à peu [...] Enfin cette première tentative...

R. : En fait on a fait heu...

O. : Vous vous êtes basés sur des théories, des approches, quelqu'un vous a inspiré ou...?

R. : En fait on s'est basé, on a heu on a identifié une série d'experts en fait sur heu personnes ressources heu et alors, c'est vrai qu'on s'est fort tourné notamment sur heu **culture et santé**, qui est un organisme qui fait de la promotion de la santé et qui travaille beaucoup justement de façon participative avec des publics donc on, voilà on a... Et on les a réuni avec culture et santé il y a heu **alimentation 21** que est une structure, enfin, une dame qui travaille sur les questions d'alimentation durable et justement de sensibilisation heu les heu un **CPAS**, le **centre local de promotion de la santé de la province de Namur**,... Enfin on avait une petite dizaine d'acteurs comme ça qui connaissent des outils aussi heu, qui ont une expérience de sensibilisation des acteurs etc. Bah des acteurs, enfin des citoyens et des heu... Sur l'alimentation enfin voilà on a on a on a on a un peu nous ont aidé à co-construire heu le kit en fait en à la fois en identifiant les outils intéressants. Donc ce qu'on a fait... Dans les kit il y a trois trois grandes parties : il y a une partie plus contenu, qui est finalement heu c'est quoi l'alimentation durable, c'est quoi les enjeux autour de l'alimentation aujourd'hui, donc c'est sous forme de fiche. Il y a une fiche plus sur l'agriculture... Bon ben il y en a 4-5 comme ça de contenu : il y en a une qui est plus sur les méthodologies, donc comment est-ce que vous pouvez heu voilà heu méthodologie heu de gestion de projet heu, construisez votre projet heu, une fiche sur heu

5 - 13

heu justement comment travailler sur les représentations des personnes, heu une plus sur heu à partir des représentations comment est-ce qu'on fait un plan d'action bah etc. Donc il y en a de nouveau là 5-6. Et après un troisième type de fiches, et là c'est plus des fiches heu ateliers, donc activités. Comment voilà heu si le groupe à envie de faire du pain par exemple il y a une fiche sur heu les étiquettes, tout ce qui est marketing, une fiche sur le potager, un fiche sur heu... Et à chaque fois on met, on explique un peu les enjeux, on donne des outils un peu heu d'animations pour l'animateur... Pour les animateurs pour faire l'activité, les activités et puis on a toute une série de de ressources type ateliers donc c'est intéressant... Type heu heu outils d'animation donc c'est intéressant aussi pour ça tant sur la structure du kit que sur heu que sur heu les outils, c'est intéressant de d'avoir aussi cette rencontre là...

O. : Ouais ouais avec les acteurs quoi?

R. : Et alors ici donc troisième truc aussi, donc ça c'est heu, je disais qu'on est on est en train de le terminer, on le **teste** aussi en même temps. On l'a testé avec 5 structures pilotes, heu des structures donc qui elles ont heu des structures de terrains donc il y a par exemple la main tendue ici à Namur heu qui heu qui est une heu une heu structure qui fait qui qui a des collis qui fait des collis alimentaires mais qui heu heu qui travaille aussi, qui justement voudrait renforcer aussi son coté éducation donc ils étaient intéressés par le projet pour le tester avec leurs publics, donc c'était les bénéficiaires des collis alimentaires. Les structures sur heu sur Hamut heu qui est une structure plutôt heu qui s'appelle collectif logement donc qui travaille avec des bénéficiaire de de heu de logement sociaux et puis heu mmh il y en a une aussi à Péruwez dans le Hainaut heu et les autres je ne sais pas... Ah oui ! Une maison médicale aussi ça c'est un public un peu plus un peu plus diversifié et heu un PSC (un plan de cohésion sociale) heu sur Pont-à-Celles. Donc ces 4 structures là on les a accompagnées depuis septembre, donc elles ont menées elles des ateliers avec leur groupe heu voilà pendant toute cette période là, et on s'est vu à 3-4 fois pour faire un peu le point, quelles sont les difficultés rencontrées... Et donc on leur a on leur a on leur a demandé aussi en fonction de leur vécu de relire les fiches avec cette attention là aussi pour heu pour heu faire des commentaires heu, améliorer heu...

O. : Et donc eux on testé sur leur public à chacun... Et vous avez déjà obtenu des résultats par rapport aux public ou...?

R. : Ben on va faire... Là on va se revoir au mois de d'avril... Mais alors par rapport à l'évaluation et l'impact du kit sur les personnes c'est compliqué parce que nous on a pas... On était pas là, on n'anime pas ces ateliers, c'est à eux de le faire. Donc évidemment ça nous intéressera d'avoir l'évaluation de là-dessus aussi mais on a pas beaucoup de prises donc ils vont nous faire un retour à la réunion, on se voit au mois d'avril pour faire un peu... Parce que à priori ils auront tous terminé leurs heu défis, leurs heu ateliers avec leurs publics. Bah voilà, on verra bien heu un peu heu ce qu'il vont pouvoir dire, comment est-ce qu'ils ont fait heu, comment s'est finalement... Comment les participants ont appréciés la la... Voilà! C'est évidemment un peu indirect puisqu'on ne mesure pas tout heu tout tout... Pour les animations notamment heu on était pas présent donc heu donc voilà. Ce sera je vais dire une évaluation un peu indirecte mais qui sera intéressante quand même donc heu voilà. Mais l'idéal ce serait de refaire une évaluation dans quelques années heu auprès de d'acteurs qui auraient utilisé les outils... Mais c'est toujours un peu compliqué parce que souvent les gens ils regardent, ils utilisent une partie de l'outil, ils vont piocher ailleurs, ils font un espèce de... Tu vois un espèce de truc un peu patchwork heu... Que tu suives un outil pas à pas, il y en a tellement donc heu. Bah ici

6 - 13

l'intérêt de l'outil c'était vraiment d'avoir, c'est plus une heu un outil de méthodologique qui renseigne d'autres outils plus concrets tu vois?

O. : Ouais ouais ouais

R. : Le but n'est pas de refaire un enième outil heu... Mais plutôt que les gens puissent avoir un peu autour de l'alimentation bah voilà heu...

O. : Un peu comme une valise de départ donc heu...

R. : Voilà c'est ça!

O. : Un peu heu... Mais du coup je me pose une question par rapport à la construction du kit... Vous m'avez que il y avait toute une partie, la première qui expliquait un peu heu l'alimentation durable et pourquoi revenir à un une alimentation durable et tout. Du coup ça m'intéresserait un peu de savoir heu au niveau de la construction de de cette fiche là plus en particulier heu comment comment a été construite avec enfin, est-ce que c'est, est-ce qu'il y a des émotions utilisées pour faire passer heu le message ou... C'est un peu heu la comparaison entre heu je ne sais pas si vous connaissez Pablo Servigne?

R. : Ouais

O. : Qui utilise beaucoup de culpabilisation, que ça va être la fin du monde si on continue à manger comme on fait maintenant...

R. : Ouais

O. : Ou le film demain où là c'est très positif et avec beaucoup de heu... On parle pas du tout de de la fin du monde et tout ça, on va plutôt parler des, de ce qu'on peut faire à une échelle heu...

R. : De solution quoi

O. : A une échelle heu citoyenne et...

R. : En fait le contenu elle est plus destinée à l'animateur...

O. : Ah oui d'accord

R. : Pour qu'il puisse heu finalement heu se baser heu voilà heu, avoir un peu d'information et alors on a mis heu des, quelques documents, parce que là aussi on peut faire un beau tas hein quoi. Toutes les références heu... On a mis quelques références, utiles. Voilà sur les enjeux, en essayant de sérier heu les enjeux environnementaux, les enjeux... Mais on a fait un truc heu assez basique parce que heu [...]. C'était des fiches qui ont été assez difficiles à faire parce que heu sur les enjeux justement on ne voulait pas, on ne voulait pas qu'il y ait 10 pages. 3-4 pages, qui brossent un peu l'ensemble de la problématique pour montrer à quel point c'est c'est transversal et heu complexe mais heu mais voilà, c'est c'est au final c'est on s'en sort avec quelque chose d'assez simplifié, donc j'espère pas trop simpliste quand même mais... Mais donc ici oui, c'est vrai qu'on on part sur... On a essayé d'être très factuels aussi, c'est vraiment l'esprit que j'ai essayé d'avoir aussi heu de pas heu essayé d'être trop connotés tout le temps non plus, en disant voilà heu heu. Parce que c'est toujours un peu, c'est pas évident non plus hein, entre les

7 - 13

faits et dire heu voilà heu on a heu je sais pas moi heu le au niveau des gaz à effet de serre heu quand on regarde l'alimentation c'est autant de pour-cent machin c'est c'est et puis après le fait de dire ben heu les aliments bio heu sont meilleurs pour la santé, parce que ça c'est beaucoup plus tenu comme heu par rapport à ça c'est beaucoup plus tenu les les les, d'un point de vue heu, tu regardes d'un point de vue nutritionnel etc oui, si on on analyse une pomme bio et une pomme non bio c'est vrai qu'il y a des études qui montrent que la pomme bio a plus de nutriments, mais après dans les faits par rapports à, est-ce que les gens qui mangent bio sont en meilleure santé, c'est compliqué à dire, parce que souvent ils ont un, une manière de manger qui est très différente des gens. On peut pas comparer un monsieur lambda qui bouffe heu trois fois au Quick et pas bio et quelqu'un qui mange bio et qui en général fait beaucoup plus attention à ce qu'il y a dans son assiette quoi...

O. : Oui oui

R. : Donc ce n'est pas évident en fait à à... Donc on a **pas d'étude** en fait qui montre ça donc heu justement nous on est pas rentré, essayé de ne pas rentrer là-dedans pour pas heu... Alors par rapport aux émotions et par rapport à... Non l'idée c'était vraiment d'être assez factuel et heu de dire heu... Mais alors, tout l'objet du kit est vraiment plutôt à la "Demain", je veux dire à proposer des solutions pour que les gens puissent ok bah heu on part de ce constat là et quoi, maintenant qu'est-ce qu'on fait? Non, justement pour leur... L'idée c'est vraiment de les mettre en action et quand tu disais, réfléchir, il y a de ça aussi mais tout en étant quand même dans l'action parce que aujourd'hui, heu dire, enfin, je pense qu'il faut vraiment heu, je ne suis pas sûr qu'il y ait beaucoup de gens qui savent, qui savent dire à quoi va ressembler, quel est le système alimentaire idéal de demain quoi, c'est tellement complexe que justement, dire qu'on va revenir heu dire, ou faire des marchés bah pfff non tu peux... Par rapport au circuit court tu peux comme vous heu, si tu réfléchis un tout petit peu heu, et quoi... On veut que tous les gens aillent chercher leurs paniers chez les producteurs? Bah non, ça va pas... Ou si on commence à faire ça heu, bah heu on va allonger la chaîne de façon heu énorme puisque heu puisque, n'importe quelle famille va prendre sa bagnole pour aller chez le producteur, producteur A, B, C, et en plus il va toujours aller au supermarché parce qu'il a quand même besoin de son papier toilette bah ça ça va... Mais après, tu dis ça tu parle des enjeux écologiques, après tu parles des enjeux heu... Par contre d'un autre côté, pour soutenir les producteurs, faire du lien avec la production c'est très bien donc voilà... Ça dépend ce que tu vises, ça dépend... Donc, de nouveau avoir heu heu une approche et dire que ça c'est, c'est la bonne solution, bah moi je n'y crois pas du tout quoi. C'est vraiment... On met les gens, on les conscientise sur la problématique mais on les met en action aussi voilà sur des sur des trucs qu'ils peuvent faire au quotidien heu, ben voilà qui qui heu... Tout en allant pas de enfin... Oui on est... **Enfin moi en tout cas, à titre personnel heu j'ai quand même, heu je continue à conserver de sérieux doutes sur comment est-ce que tu modifie un système alimentaire à partir de la consommation quoi. Je pense qu'il y a une travail à faire en amont énorme, avec les systèmes alimentaires, y compris les entreprises etc, tu vois?**

O. : Mmh

R. : Qui qui qui est un travail de von, **ça ne suffit pas d'aller toucher le consommateur, c'est une pièce du puzzle mais c'est loin d'être suffisant quoi.**

8 - 13

O. : Oui. Mmh. J'avais aussi la question de... En quoi c'est, en quoi votre heu activité de kit de est innovante par rapport à une autre? Pourquoi? Enfin qu'elles ont été les motivations de faire ça plutôt que qu'autre chose?

R. : Je crois qu'on est vraiment dans la continuité du projet DAD1 que je t'ai expliqué sur le territoire de Namur. Alors pourquoi est-ce qu'on a proposé ce DAD1, c'est peut-être par là qu'on va commencer. Je pense qu'on était de nouveau aussi, on était dans une logique heu... On avait fait heu on a surtout pas mal des défis énergie à un moment donné, donc c'est un peu la même logique aussi d'accompagner les gens heu sur plusieurs mois heu, voir comment ils peuvent réduire leur facture énergétique, donc c'est des modèles de sensibilisation qui sont heu qui sont un peu plus participatifs que simplement d'envoyer une brochure qui tu vois? Donc heu c'est pas c'est loin de... Ici on est vraiment dans l'accompagnement beaucoup plus rapproché avec heu avec l'idée de faire un même temps que d'avoir de l'information quoi... Et donc ça, c'est pour ça qu'on s'est dit bah tiens, il y avait le défis alimentation sur Etterbeek, qui est un truc heu, c'est un peu... Enfin, eux ce sont basé sur le défi énergie pour faire le défi alimentation, nous on avait notre notre heu je veux dire heu heu expertise défi énergie en interne [...]. On s'est dit bah tiens ce serait intéressant de faire sur l'alimentation à Namur. Heu et puis on a fait ça puis on s'est dit la question c'est, c'était que "comment est-ce qu'on capitalise ce projet là pour que finalement il puisse y avoir heu un peu heu le, un élargissement de la question, enfin de de de, que la méthodologie puisse être éduquée et finalement heu ailleurs en Wallonie. Sinon faire un one shot c'est cher payé quand même quoi. Voilà, c'est pour ça qu'on a voulu, c'est de là qu'est venue l'idée en fait...

O. : Du coup à Etterbeek, ils ont commencé à faire ce projet là un peu avant vous ?

R. : Ils ont fait, en tout cas le projet alimentation ils l'ont fait avant nous. Mais ils en ont déjà fait plusieurs depuis hein. Tu connais le projet à Etterbeek ou pas?

O. : Non pas du tout...

R. : La commune d'Etterbeek, donc on les a rencontré un peu pour heu pour voir un peu comment ils avaient fait puis on a fait notre truc heu.

O. : Et eux il ont, peut-être que vous ne savez pas mais ils ont déjà eu des résultats positifs sur leurs activités?

R. : Bah c'est intéressant de les voir pour ça, moi je ne sais pas. Mais faites toujours parce que je crois qu'ils ont fait plusieurs fois puis eux, là là... Nous on travaille à l'échelle de la région donc heu on peut pas, on est une fédération wallonne si tu veux donc heu, on travaille plutôt à une échelle, toujours quand même à une échelle régionale. Eux ils sont sur un commune donc si ils ont déjà fait plusieurs fois heu... Mais je ne sais pas si il évaluent finalement l'impact heu que leur heu projet à sur les personnes après à moyen terme quoi... Heu au bout de 6 mois, au bout d'un an, quand les gens ne se voient plus est-ce qu'ils continuent à faire quelque chose ou quoi heu...? Moi je sais les impact que ça a eu directement par rapport à notre projet, heu, il y a vraiment... J'ai re-croisé par après, parce voilà on est sur Namur, moi j'habite à Namur aussi, sur le marché l'un ou l'autre heu. Et là bah oui maintenant c'est vrai que depuis lors "j'ai heu je vais plus souvent au marché que je ne faisais pas" et ça oui ils ont gardé quoi. Certains! Tu vois parce que [...] à mon avis heu n'ont pas du tout gardé. Bah nous on a pas fait un truc heu, une évaluation heu méthodologie, enfin tu vois, précise, les re-convoquer, leur demander parce que, en général c'est toujours le parent pauvre dans ce genre de projet, on a pas de sous pour

9 - 13

l'évaluation. Malheureusement c'est un peu dommage mais, c'est comme ça. [...] Ou alors il y en a aussi directement après qui sont engagés dans un potager collectif, et des trucs comme ça quoi... C'était assez intéressant mais c'est vrai que là j'avais deux ans, 2-3 ans heu... Je ne sais pas, est-ce qu'ils ont gardé, est-ce qu'ils n'ont pas gardé...

O. : Heu peut-être que vous ne savez pas répondre non plus, enfin, par rapport à la nouveauté du projet... Mais est-ce que vous remarquez qu'il y a des publics que vous essayez de d'atteindre, genre par exemple heu vous m'avez dit que vous avez passer le kit en CPAS, et à d'autres structures comme ça, est-ce que vous remarquez que ça fonctionne mieux avec certains publics qu'avec d'autres? Qui a des public qui qui, en général au niveau de la classe sociale, au niveau du statut...? Avec qui ça ne fonctionne pas du tout et que ça n'intéresse pas du tout?

R. : Mais en tout cas ce que moi je peux dire par rapport à l'expérience du défi alimentation, c'est que heu quand nous on a fait le projet sur Namur, notre idée c'était de faire un groupe mixte socialement, et ça on y est pas du tout arrivés. Je veux dire, on avait 12 familles, c'était 12 profils heu comme tu disais "bobos" heu, donc ce qu'on a fait qu'on a été déposer nos flyers (déjà des flyers avec plein d'infos, déjà ça heu, oublie quoi, je veux dire des publics heu qui sont plus précarisés ils n'utilisent même pas ça je veux dire ça ne fait même pas partie de leur mode de communication, ils ne font pas ça). Donc qui est-ce que tu touches, c'est des gens qui sont instruits heu, qui ont heu le niveau plutôt universitaire,...

O. : Le public déjà averti?

R. : Le public déjà averti, sensibilisé, qui va être accroché par ça : "ben oui moi je m'intéresse déjà à ces questions là donc je vais heu". On avait juste une famille, peut-être un peu plus... Deux, je vais dire. Une femme seule, mais qui était quand même heu, je pense que c'était quelqu'un qui n'avait pas beaucoup de moyens mais qui avait quand même heu à mon avis un... Et l'autre famille, elle c'était deux, mais ils ont arrêté après une fois ou deux, le type a retrouvé du boulot, etc. Mais tu sentais vraiment dans le groupe, qu'il y avait un décalage entre ces personnes là et le reste, tu vois? Et je ne suis pas sure que c'est la seule raison... Après il a dit qu'il avait trouvé du boulot ailleurs et heu, c'est normal, mais à mon avis ce n'est pas la seule raison quoi...

O. : Il ne trouvait pas sa place peut-être dans le groupe heu...?

R. : Bah... C'est quelque chose en tout cas à laquelle il faut être attentif, et c'est pas évident quoi...

O. : Oui oui

R. : C'est pas évident il faut être formé aussi pour, c'est pas un nouveau départ spécialement non plus heu. Donc heu c'est quelque chose qui n'est pas simple à gérer en fait. Donc, moi je pense que oui, le... Comme ça... Pour ce type d'ateliers etc les gens qui sont déjà avertis qui ont envie "oh ben oui moi j'ai envie d'en savoir plus etc" : sans soucis, tu vas les avoir très facilement. Mais les gens, toute la marge, justement si tu es un peu ça notre question aussi, dire heu on a heu... Je dis n'importe quoi mais 5-10% de la population même pas, 5% même moins, et puis après tu as une espèce d'entre mou heu qui fait heu 80-90% heu, il y a peut-être la aussi des publics précarisés qui sont aussi un public très particulier, parce que... Qui sont souvent, le public comme on disait avec heu qui sont dans des structures, après il n'y a pas que les précarisés parce que par

10 - 13

exemple, heu on a essayé aussi d'avoir un groupe de femme finalement ils n'ont pas su participer (ACRF : association des femmes rurales) qui sont des groupes, c'est souvent des personnes plus âgées heu, qui sont un public aussi en soi hein, qui sont intéressants aussi d'avoir, et qui ne sont pas précarisés tu vois... Ben donc les publics précarisés c'est vrai que là il y a un un il y a un accompagnement possible avec tous les acteurs sociaux en fait, et après dans le milieu heu qui sont en entreprise, qui vont enfin voilà qui sont heu. [...] à mon avis heu c'est pas heu, par le biais des entreprises, par le biais de de... Il faut encore trouver d'autres choses quoi.

O. : Oui donc, dans votre cas, toucher un public déjà averti c'est facile et ça les intéresse mais toucher d'autres publics il faut mettre beaucoup d'efforts du coup et...

R. : Ben il faut mettre plus d'efforts et il faut en tout cas trouver d'autres solutions heu...

O. : Pour les prévenir, avoir d'autres acteurs...

R. : A oui oui tout à fait donc ici on est passé vraiment par des acteurs relais aussi. C'est pour ça qu'on s'est dit nous on ne pouvait pas en tant qu'IEW, bon en tant qu'espace(?) parce que c'est avec eux qu'on le fait, nous on ne travaille pas avec des publics comme je te disais tout à l'heure, on travaille avec des publics de première ligne, nous on est pas avec des citoyens donc, encore moins des publics précarisés, on a pas du tout cette expérience là. Donc nous faire le projet en disant voilà on va inviter le public précarisé à le faire avec, ça n'avait pas de sens. Donc il fallait vraiment qu'on soit structures qui soient elles des structures qui ont ce genre de public et qui connaissent bien leur public et nous les aider dans la méthodologie en amenant heu les infos plus liées au projet et à l'alimentation donc pas heu mais pas tellement heu heu sur la connaissance du public quoi... Mais ce qu'on se rend compte quand même sur le terrain bah, ça dépend un peu d'un public à l'autre mais heu et aussi quelque chose qu'on avait entendu de la part des personnes ressources heu qu'on a consulté, c'est qui, les publics heu, les animateurs de **terrains ils ont pas toujours heu été formés non plus pour faire des, c'est pour ça qu'on a fait quand même un volet méthodologique important heu il y en a que oui mais il y en a ou ils n'ont pas cette heu cette formation sur comment mener un projet en fait.** Tu vois donc ça c'est quand même important aussi de de d'amener pour ce genre de projet d'avoir une méthodologie de projet quoi : réfléchir à ses objectifs heu, qu'est-ce qu'on veut heu atteindre etc, pour pas passer à côté quoi. Voir quels genre d'acteurs avec qui, sur qui s'appuyer. Donc ça c'était aussi un volet important aussi de de pouvoir s'appuyer sur des partenaires pour mener le projet. Donc ça c'est aussi une particularité de se dire bah, qui est liée aussi, qui est liée au coût. Parce que si tu te dis heu voilà heu tu vas inviter heu tous des experts mais qui viennent de je ne sais pas où et que tu dois payer cher et vilain, les gens n'ont pas forcément de sous. Si une commune ou un CPAS veut, il n'ont pas forcément 5000€ à consacrer heu pour mener le projet. Donc heu l'idée c'est aussi pouvoir [...] que le CPAS se dise, bah tiens, dans mon quartier, dans ma commune, il y a telle ou telle association qui pourraient m'amener une expertise sans, et qui est peut-être déjà payée pour le faire et donc s'appuyer sur cette expérience là pour heu...

O. : Oui parce que un peu le... Risque d'amener des experts heu pour discuter c'est que de nouveau ça ne touche pas la population, parce que c'est trop c'est trop. Parce que j'ai assisté à pas mal de conférence et et il y en avait plus ou juste, je n'avais pas le niveau pour comprendre, plus les choses techniques qu'ils disaient et du coup [...] Il faut toujours faire un travail de fond après la conférence, c'était hyper frustrant...

11 - 13

R. : Ah oui oui. Oui oui tout a fait mais tu as raison ! Ici mais... Quand je disais "expert", comme nous on part plutôt de, on est moins sur du contenu, que sur heu vraiment des actions très pratico-pratiques en fait. Donc du coup bah, les gens en général qui savent, tu vois par exemple on avait, on avait fait heu [...], dans le cadre du DAD1 on avait fait une fiche heu, on avait invité quelqu'un qui fait des ateliers pour heu apprendre à mieux gérer heu, s'organiser en fait quand... Finalement on s'organise dans son boulot mais pourqu'il pas en cuisine aussi?

O. : Oui oui

R. : Et donc finalement cette dame elle disait, son truc c'était de dire bah heu "on dit toujours qu'on a pas le temps, mais c'est parce qu'on s'organise mal en fait" donc déjà tu vois alors elle [...] expliquait tous des trucs heu, faire ses, faire sa liste heu, prévoir si tu achètes un poulet bah de le cuire pour trois jours puis après tu l'accordes de différentes façon... Tu vois c'était des trucs très pratico-pratiques. On va pas ajouté quelqu'un qui heu qui nous parlait du TTIP bah même si heu ça pourrait hein, je veux dire il pourrait le faire et tu as tout as fait raison que souvent il y a un gap entre si tu invites quelqu'un qui a l'habitude de parler à des collaborateurs ou des gens qui sont heu experts comme lui c'est très difficile de heu. Il faut quelqu'un après qui soit là pour heu... D'ou le rôle de l'animateur aussi qui puisse aider à finalement heu un peu à faire digérer ce que le heu...

O. : [pause...] Et heu juste peut-être par rapport à RAWAD, donc vous êtes toujours bien en activité, vous réfléchissez toujours bien ensemble, entre acteurs sur vos différents groupes de travail?

R. : Bah on a heu... Donc il y a trois groupes de travail qui sont actifs pour le moment.

O. : Oui j'ai vu qu'il y en a deux qui n'étaient plus actifs, qui étaient en pause... ?

R. : Oui oui, celui là mais heu... il y a un groupe de travail qui travaille sur l'autonomie protéique mais c'est pas qui le... Ici à l'IEW c'est pas moi qui le suit, donc c'est un, l'idée de re-localiser heu les protéines végétales pour les aliments, pour le bétail en fait, enfin pour la nourriture animale heu donc ils ont fait tout un dossier et il faudrait, je ne sais même pas où ça en est, il faudrait qu'ils le finalisent et qu'il y ait aussi un peu plus un travail de communication autour du dossier parce que l'idée c'était de faire un truc heu, parce que c'est de nouveau un truc hyper complexe quoi, d'un peu le valoriser dans ses différents heu, enfin avec les différents publics, [...] enfin les publics des différents acteurs autour de la table. Donc il y a ce groupe de travail dont je t'ai parlé donc ici on a fait ce projet pilote on a un événement qui est prévu au mois de juin, le 22 juin sur ce thème là, donc heu l'idée c'est vraiment de donner des pistes aux différents acteurs pour heu enfin voilà, se rapprocher entre les acteurs heu, la production et [...] alimentaire. Heu on a aussi un... Un troisième groupe c'est heu [...] comment est-ce qu'on peut communiquer pour renforcer l'accessibilité à l'alimentation durable et donc on a fait ça dans le cadre, on a fait un atelier dans le cadre de d'un colloque qui a eu lieu au mois de décembre l'année passée, "agro-ecology in action" je ne sais si tu en as entendu parler?

O. : Hemm, comme ça là non ça ne me dit rien...

R. : Donc c'est un mouvement qui est un peu en - tu peux aller voir sur internet ça s'appelle agroécologie in action - donc c'est une trentaine d'acteurs heu qui sont autour de

12 - 13

la table. Donc il y a eu deux jours pour réfléchir à ce à cette idée de renforcer l'agroécologie et heu et notamment de construire une stratégie à cinq ans pour renforcer l'agroécologie en wallonie, en Belgique, pas qu'en Wallonie, c'est vraiment un truc heu bilingue, et heu donc dans le cadre de ce fameux colloque on a, il y avait des ateliers le vendredi après-midi et nous on en a fait un spécifiquement sur la question de la communication heu, comment toucher des publics heu... Et donc on avait fait venir, je ne sais pas si tu connais heu **Virginie de la Renaudie** qui est, par rapport au au, à mon avis heu à l'aspect communication et sensibiliser sur l'alimentation c'est intéressant comme heu... C'est une dame qui a fait un bouquin sur "comme communiquer autour du développement durable" en fait. Donc pas spécifiquement sur l'alimentation mais heu elle a travailler sur, elle elle elle travaille pas mal comme consultante heu auprès de l'IBGE, elle donne un cours aussi a... heu... Un institut bruxellois... L'école de journalisme, heuuu voila! Donc c'est elle qui est venue animer l'atelier heu... De nouveau qui était un atelier assez participatif. Si tu vas sur agroécologie in action il y a normalement un peu les actes des différents heu notamment des ateliers et donc j'avais un truc un peu sous forme de mind map comme ça heu... [...]

## Retranscription n°1 : 2017 04 10 102 637

**Odile :** Alors tout d'abord, j'aimerais bien savoir un peu (heu) ce que, vous, vous faites et (heu) un peu que vous décrivez l'activité de... fin la stratégie de...

**Bruxelles Environnement :** Que moi je fais, moi, personnellement ou Bruxelles Environnement ?

**O. :** Bruxelles Environnement ça fonctionne si c'est... plus..., fin mon intérêt c'est la stratégie Goodfood.

**B.E. :** Ok, ben donc Bruxelles Environnement est l'administration de l'environnement pour la région Bruxelles Capitale, on gère tout ce qui est (heu) gestion de l'environnement et de l'énergie, (heu) on a plusieurs divisions et (heu) dont la division information, (heu) ville durable et économie en transition et il y a le département consommation durable dans lequel (heu) la stratégie a été initiée. (heu) La stratégie Goodfood (heu) est une stratégie qui a été initiée par Bruxelles Environnement et la cellule agriculture du SPRB, mais qui est portée par tout le gouvernement bruxellois (heu) et donc au sein du département consommation durable et éco-comportement, il y a le service alimentation durable que je gère (heu) qui travaille sur l'agriculture nouvelle, (heu) les cantines, (heu) la sensibilisation des bruxellois, (heu) les circuits courts, l'horeca, (heu) et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

**O. :** D'accord, et, vous pouvez un peu réexpliquer les motivations et l'intérêt... qui a été (heu), qui a porté (heu) le, la stratégie ?

**B.E. :** Oui, et donc (heu), c'est pour ça que je pense que je vous avais quand même conseillé de lire la stratégie parce que toute l'histoire justement, et le contexte dans lequel elle a, la stratégie a émané est réexpliqué dedans. Donc on a travaillé (heu) sur, on a travaillé avec les cantines pour essayer de diminuer l'impact environnemental de leur activité parce que c'est un public prioritaire (heu), les jeunes, et que ça représente beaucoup de repas par jour à Bruxelles, donc on a commencé à travailler sur l'alimentation avec ça. Ensuite (heu) le, l'attrait pour [??] les potagers, comme source de... de production urbaine (heu) de production alimentaire, mais également comme outil de sensibilisation à la saisonnalité, à... à la valeur de... des bons produits et tout (heu) est arrivé vite dans le programme de travail par ce qu'on trouvait que c'était pertinent et qu'il y avait un intérêt des Bruxellois et puis en travaillant un peu (heu) comme ça par opportunité (heu) sur plusieurs projets, on s'est rendu compte qu'on avait vraiment besoin d'une stratégie globale (heu) qui a été notre position par rapport au circuit court (heu), comment travailler avec (heu) avec la restauration, comment (heu) impliquer (heu) ben les (heu) les autorités locales et tout ça et donc on a participé au projet européen Urbact qui nous a permis de (heu) de visiter plusieurs autres villes... européennes et de partager avec elles sur leurs positions en tant qu'autorité publique à (hum) initier, favoriser la transition du système alimentaire dans nos villes, ça nous a aussi permis parce qu'on devait présenter la strat... fin présenter ce que Bruxelles faisait, ça nous a permis de prendre du recul et de... d'analyser un petit peu notre positionnement et notre travail et (heu) à la suite donc de ce projet européen Urbact, on a vraiment vu l'importance et l'utilité de développer notre propre stratégie, donc on a impliqué (hum) plusieurs... enfin toutes les parties prenantes du secteur alimentaire donc que ce soit les entreprises qui travaillent avec l'alimentation, les associations qui (heu...) font de la sensibilisation, qui favorisent aussi la transition, mais qui ne manipulent pas l'alimentation (heu) les écoles, les communes, les représentants, les fédérations. On a impliqué les agriculteurs, on a impliqué tout ces acteurs dans des groupes de consultations et des ateliers de co-construction. On a identifié toutes les... toutes les priorités, fin toutes les actions que... qu'il faudrait mettre en place à Bruxelles pour... que (heu) pour favoriser la transition du système alimentaire. De là, on a demandé à ces acteurs de prioriser, quelles étaient les attentes les plus importantes, les plus bloquantes et qu'est-ce qui devait être mis en place avant quoi ? Et ensuite (heu), on a... on leur a également

demandé ce qui était le plus pertinent que la Région mette en place. Donc on a bien conscience qu'il y a des actions qui doivent être portées par le secteur privé ou portées par le secteur associatif et quelle était la position de la Région par rapport à ça. Est-ce que c'est Bruxelles Environnement, fin (heu) est-ce que la Région doit soutenir, est-ce que la Région doit initier, est-ce que la Région doit porter, est-ce que la Région doit être partenaire ? On a identifié 110 actions qui sont reprises dans le (heu), dans la stratégie et qui (heu...) qui explique ce qu'on va mettre en place, de quelle manière on va l'opérationnaliser, avec quelles partenariats, et tout ça c'est notre programmation pour 5 ans, jusqu'en 2020.

**O. :** Du coup, c'est une collaboration de tous les acteurs impliqués (heu)...

**B.E. :** Oui.

**O. :** ... de l'arrondissement. Et par rapport, plus spécifiquement, à... à la sensibilisation... autour de votre projet (heu) est-ce que vous avez des... mis en place des activités spécifiques pour sensibiliser... la population ou...

**B.E. :** Donc (heu) tout le, tout... il y a tout un axe qui s'appelle l'axe demande qui est le cœur de la sensibilisation, après dans le changement de comportement, la sensibilisation n'est qu'une étape (heu) donc l'information à la population, on identifie aussi les publics cibles, des moyens de sensibiliser donc (heu) ce n'est pas uniquement des campagnes ou... ou des projets de communication, il y a aussi d'autres outils de sensibilisation. Donc la sensibilisation n'est pas un projet en soi, c'est un petit peu en filigrane de toute la stratégie et de tout l'axe demande. On sensibilise (heu...) fin, on peut sensibiliser la population à l'agriculture urbaine en diffusant un paquet de crêpe, ou en faisant des ateliers d'initiation, ou en faisant une campagne de communication ou en faisant un événement (heu) en montrant que c'est possible de cultiver en faisant des... des potagers ouverts ou on fait des portes ouvertes de potagers, donc il y a plein de moyens de communication et si vous parcourez toute la... toute la stratégie....

**O. :** C'est écrit aussi...

**B.E. :** Oui, vous verrez (heu) la sensibilisation un peu partout.

**O. :** Oui d'accord, et donc le... je suppose que l'équipement, le matériel, etc. c'est aussi décrit (heu) dans la stratégie ?

**B.E. :** (heu) L'équipement de... de le...

**O. :** Du matériel de sensibilisation.

**B.E. :** Ben oui, il y a des prescriptions qui sont plus complètes que d'autres, mais je pourrai pas, fin ça mettrait une demi-journée si je... vous expliquais tous les... les dispositifs et la manière dont on va sensibiliser (heu) quel public. Pour vous donner un exemple, pour un... un public un peu plus précaire, on va développer des ateliers d'initiation, donc (heu) c'est des ateliers de cuisine qui sont donnés par une association qui (heu) qui va dans les... fin qui passe via des CPAS, des maisons médicales, (heu) des maisons de quartier et tout, faire des ateliers de sensibilisation. Ça c'est un outil, l'atelier de... d'initiation, l'atelier culinaire comme on l'appelle, est un outil pour sensibiliser un public et quand on parle (heu) des... des écoles ce sera tout à fait autrement, ce sera un dossier pédagogique transmis aux... aux professeurs, ce sera des formations des professeurs, ce sera des bourses de soutien pour (heu) mettre en place un potager, (hum) en fonction de chaque public, c'est très très différent. Pour (heu) pour les cantines, on a (heu) on a des formations aussi, on a des outils de communication qui sont des affiches. Pour (heu) la lutte contre le gaspillage alimentaire pour les

consommateurs, les clients des restaurants, ben là ça passe par le Rest-o-pack et (heu) des outils de communication, le sticker voilà (heu) la vitrine du restaurant, des flyers qui sont des outils de sensibilisation aussi à la lutte contre le gaspillage alimentaire. Donc on n'a pas un outil pour (heu) ça dépend de la thématique et ça dépend du public cible.

**O. :** Et en... le but au final de cette stratégie, c'est de toucher tous les... tous les publics différents ? À Bruxelles et dans les environs ?

**B.E. :** Ouais, donc c'est... c'est vraiment Bruxelles, les 19 régions, on ne travaille pas sur notre (heu) ça c'est notre territoire, (heu) les 19 communes, excusez-moi. Donc la région de Bruxelles-Capitale, 19 communes. En ce qui concerne... la production urbaine, on a élargi à 10 km autour de la région parce qu'on est bien conscient qu'on ne pourra pas produire (heu) les 30 pourcents qu'on s'est fixé comme objectif pour 2035, à l'intérieur de la région et donc on a inclus aussi les... la production péri urbaine, mais ce n'est que pour la production, tout ce qu'on fait en terme de... mise en valeur de l'offre, de sensibilisation (heu) des (hum) des Bruxellois, de l'implication des écoles et tout, tout ça est limité au périmètre de la région (heu) et donc pour en revenir à votre question... donc on essaye d'impliquer toutes les parties prenantes dans une démarche volontaire (heu) et en fonction de (hum) de oui... de certains publics prioritaires, mais on veut impliquer tous les consommateurs et toutes les... tous les maillons de la chaîne.

**O. :** Et la stratégie vient d'être terminée si j'ai bien compris et du coup elle va être appliquée maintenant ou elle est déjà en train d'être appliquée ?

**B.E. :** Non, elle est lancée depuis un an.

**O. :** Et ça fonctionne bien ou il y a plus de difficulté à toucher...

**B.E. :** C'est aussi... c'est 110 actions, donc je ne peux pas vous faire un bilan (heu) de l'action, il y a plein de chose qui sont en route... pour lesquelles on a pas encore de recul parce que ça fait un an (heu) que ça (hum) que... que c'est en route donc (heu) il y a... on peut pas faire un bilan en même temps d'un... d'un appel à projet potager pour des écoles, d'un label cantine, d'un projet Rest-o-pack, c'est plein de projets qui sont en... en cours. Il y a des choses... fin il est prévu de faire une évaluation à mi-parcours, donc après deux ans et demi, de réorienter des choses, il y a déjà des choses (heu...) qu'on pourra améliorer dans une version 2 (heu) donc (heu)...

**O. :** Donc c'est un peu en cours d'évaluation.

**B.E. :** Oui, c'est pas encore en cours d'évaluation parce qu'on n'a pas encore le recul nécessaire, mais en tout cas, il y a plein de choses qui sont déjà en route... et qui ont commencé depuis un an, la stratégie a été (heu) lancée le 5 février et fin février 2016, il y avait déjà (heu...) l'action Rest-o-pack qui fait partie de la stratégie.

**O. :** D'accord et (heu) je voulais aussi un peu savoir (hum...) par rapport à toute cette stratégie, c'est la première fois que Bruxelles Environnement fait (heu) fait une stratégie de transition alimentaire comme ça ou...

**B.E. :** Ce n'est pas Bruxelles Environnement, c'est la Région, ça j'insiste bien sur le fait que c'est passé au gouvernement de la Région donc c'est porté par toutes les administrations. Ça a été initié par Bruxelles Environnement, mais toutes les (heu) toutes les autres administrations... partenaires... sont des... des piliers sur lesquels la stratégie repose (hum) et effectivement, c'est là... c'est la première stratégie bruxelloise... en terme de transition alimentaire (heu) transition alimentaire en... en terme de durabilité, il y a déjà des... des choses qui ont été initiées sur la santé, des choses

comme ça.

**O. :** D'accord et (heu) par rapport aux... aux références, aux approches, aux paradigmes, il y a... il y a une idée qui vous a donné envie de construire ce... cette stratégie ou c'est juste venu avec (heu) toutes les questions de durabilité ?

**B.E. :** Qu'est ce que vous entendez par référence ou paradigme ?

**O. :** (hum) Il y a eu beaucoup de... de personnes qui ont travaillé là-dessus ou de films ou de reportages ou de... et du coup ça a donné... pour les associations, en tout cas, il y a eu beaucoup de... ils se sont basés sur par exemple le film *Demain pour construire leur association et (heu) et l'amener un peu plus loin. Et du coup, je voulais savoir vraiment... d'où était venue la naissance de votre projet par rapport à... ?*

**B.E. :** (heu) Ben, comme je vous ai dit, donc c'est plutôt par (heu...) parce qu'on a vraiment senti le... le besoin d'avoir cette stratégie. Quand on faisait plusieurs appels à projets, donc on recevait pas mal de projets intéressants, ben on avait du mal à identifier les priorités, à identifier ce qui était le plus important, dans lequel (heu) la Région devait investir pour vraiment (heu) avoir un impact... donc c'est (heu) c'est pas à la suite d'un film ou (heu) d'un... d'un courant particulier, c'est (hum) c'est parce qu'on s'est inspiré de... de projets européens, on a été inspiré par la stratégie de Bristol (hum) mais voilà, c'est plutôt... une réflexion qui a mûri... en... fin au sein des personnes qui l'ont portée.

**O. :** D'accord... ben en fait, mes autres questions sont plus sur le... le résultat... et (heu) du coup ça ne vaut peut-être pas trop la peine que je les pose ? Mais (hum) aussi dans... dans ce genre de transition alimentaire, il y a beaucoup de... d'émotions utilisées. Genre... quand on regarde le film *Demain*, c'est des émotions très positives qui sont plus axées sur (heu) les solutions et les petites choses que... que le consommateur peut faire. Et quand on voit par exemple, je ne sais pas si vous connaissez *Pablo Servigne* qui lui se base énormément sur la *collapsologie*... dans le sens où, il faut vraiment que ça change parce que sinon le monde va être fini et du coup, je voulais voir si vous étiez plus dans une vision ou dans une autre. Si vous aviez construit votre stratégie en vous disant, il faut vraiment qu'on bouge parce que ça va être la fin et du coup... ou là-dessus ou alors plus (heu)...

**B.E. :** Ça c'est... là ce que vous décrivez, ce sont des stratégies de communication (heu...) nous, la stratégie n'est pas un outil de communication, c'est le... le produit en soi qui est un moyen pour (heu) fin c'est une série d'actions qui sont des moyens pour atteindre un résultat de transition, après la manière dont on va communiquer auprès des consommateurs, c'est évident qu'on parle plus de... de solutions, de... ben ce... ce n'est que la traduction de ce qu'on veut (heu) exprimer, ce n'est pas notre position spécialement, on a chacun une position propre de l'urgence (heu) à... de l'urgence à changer de comportement, de... on va dire de la situation actuelle qui est pessimiste selon certains ou très pessimiste selon d'autres (hum) mais dans la communication de Bruxelles Environnement, on utilise toujours des... des messages positifs, montrer ce c'est possible, montrer que les petits gestes sauvent, que chaque (heu) Bruxellois compte. Ça c'est toujours (heu) les positions... qu'on mène. Donc on est... on est plus lié à... fin je pense que c'est plus porteur et plus (heu) plus motivant et plus (heu...) c'est un outil de... ouais de... pour enclencher le changement de comportement, c'est plus positif d'impliquer les gens dans une démarche positive.

**O. :** D'accord, ben voilà, je pense que... on peut arrêter là, vu les autres questions, à mon avis je trouverai les réponses dans la stratégie même...

**B.E. :** Ben si à la lecture de la stratégie, vous avez des questions de clarification, il y a des choses

qui sont plus claires que d'autres, et donc j'imagine que... que c'est moins... fin que vous aurez peut-être des questions dans la stratégie, mais je pense que c'est vraiment une bonne base et vous pourrez avoir toutes vos questions par rapport à... à notre position, par rapport aux différents publics cibles et de sensibilisation, mais faut vraiment voir... fin par exemple, vous faites beaucoup référence au film Demain, c'est un outil de communication, ça a suscité plein de changements de comportement, mais c'est pas (heu) c'est pas une stratégie, c'est deux choses très très différentes.

**O. :** *Non, c'était plus le côté émotionnel, la comparaison un peu, le côté émotionnel très... négatif genre (heu) il faut bouger parce que sinon on... on va se crasher ou alors il faut se bouger parce que c'est chouette de... de se bouger quoi.*

**B.E. :** Oui, donc ça c'est vraiment des outils de communication donc (heu) si vous voulez, fin ça dépend de ce que vous attendez... dans votre consultation de Bruxelles Environnement par rapport à la stratégie. Est-ce que c'est notre position en tant que communication, fin uniquement par rapport à la sensibilisation, qu'est-ce qu'on... dans la sensibilisation à l'alimentation durable dans le cadre de la stratégie Goodfood ou si c'est la mise en place de la stratégie...

**O. :** *C'est plus au niveau de la sensibilisation et de la communication.*

**B.E. :** OK, ben alors, c'est, alors il faut plus s'appuyer sur toutes les... toutes les campagnes de communication, aller voir sur le site de Bruxelles Environnement et vous verrez (heu) toutes les campagnes de com et si vous voulez un contact, parce qu'on un département spécial com (heu) ça c'est pas du tout mon boulot par exemple, moi je... je transmets mes besoins et le texte brut et tout, et un communicateur, un expert en com va dire : OK il faut utiliser tels mots, il faudra mettre ça dans une affiche, là on va faire une vidéo parce que ce sera pour le public ou on va faire des capsules parce qu'on vise les jeunes et là ce sera les réseaux sociaux. Tout ça c'est des questions vraiment de com et c'est entre guillemets là... la forme, moi je travaille sur le fond.

**O. :** *D'accord.*

**B.E. :** Donc la stratégie, c'est un... un document de fond. Si vous avez besoin de... d'infos sur la forme alors il faut peut-être (heu) là... il faut peut-être que je vous mette en contact avec la personne responsable de la com

**O. :** *Ben ça peut-être être intéressant si j'ai encore des questions à poser après la lecture (heu)*

**B.E. :** Ouais, mais alors, il faudra vraiment poser des questions très précises parce que c'est... ils sont complètement débordés.

**O. :** *Oui oui pas de souci. Ben je peux même les envoyer par mail s'ils préfèrent, ça ne me dérange pas. OK ben voilà.*

**B.E. :** Ben voilà.

**O. :** *Merci beaucoup.*

**B.E. :** Ben pas de soucis, j'espère que je vous ai aidé, je sais pas...

**O. :** *Oui oui, c'était super intéressant.*

**B.E. :** Mais je comprends que la stratégie est un gros document et que... c'est pas spécialement digeste à lire, mais en tout cas c'est important de... de parcourir la table des matières et vous verrez

le contexte, les personnes impliquées, comment elle a émané, quels sont les partenariats et tout.

## Entretien AlimenTerre

O. : Odile Marchand

A. : AlimenTerre (responsable)

A.2 : AlimenTerre (stagiaire)

O. : Ben voilà, on va tester. C'est une des premières fois que je le fais passer donc (euh) Voilà. Donc tout d'abord j'aimerais bien un peu savoir (euh) l'activité en général d'AlimenTerre...Je sais bien qu'il y a plusieurs activités...

A. : Les activités !

O. : Les activités oui

A. : Donc qu'est-ce que fait AlimenTerre ? Donc de manière générale l'objet social c'est de promouvoir l'alimentation saine accessible au plus grand nombre et en particulier le public le plus fragilisé, le plus précairisé donc ceux qui ont moins de revenus. Par exemple un étudiant qui n'a pas de beaucoup de sous, ça pourrait en faire partie

O. Donc ça c'est votre public cible. Précairisé, fort...

A. Donc ça c'est notre public cible et donc l'idée c'est d'arriver à promouvoir une alimentation saine accessible à ce public

O. : D'accord

A. : En particulier ce public-là. Sinon de manière générale on veut toucher le maximum de gens. Alors...pour arriver à atteindre cet objet...cet objectif ben on met en place des activités (euh) qui peuvent essayer d'y répondre donc (euh) l'épicerie en elle-même est une activité puisque en proposant des aliments en vrac par exemple on propose un prix qui est moindre donc plus accessible à une population qui a moins de rentrées. C'est aussi pour ça qu'on vend pas des compléments alimentaires et des vitamines B12

O. : hum hum

A. : Parce que ça c'est pour se faire du fric et c'est pas du tout du tout notre philosophie. (Euh) on dirait plutôt mangez des carottes pour avoir votre vitamine B12 et faites les cuire et ça va tout aussi bien ! (euh) Donc...donc voilà. On a aussi une activité de cuisine qui elle recycle les invendus. C'est une manière aussi de montrer à ce public qui a moins de sous qu'y a aussi moyen de recycler (euh) les aliments qu'ils ont dans leur frigo avant de se dire j'ai plus d'argent pour manger. Bah peut être essayer...de...d'utiliser ses restes jusqu'au bout et moins tu gaspilles plus tu as de sous dans ta poche pour manger sainement. En gros c'est ça. Moins tu dépenses plus tu as. Donc (euh) il y a ça mais y a aussi...la table d'hôte elle a aussi un avantage c'est que, (euh) un objectif, c'est qu'elle permet aussi d'aller goûter c'est quoi ces aliments sains. Parce que évidemment c'est facile de promouvoir l'alimentation saine mais on le fait parfois à des publics qui sont très éloignés et qui mangent que des durums et des pititas et qui donc (euh) ont besoin de voir que c'est bon et dépasser tous les préjugés. Donc ça donne cette dimension gustative qu'on ne sait pas avoir dans l'épicerie puisqu'on ne sait pas tout goûter, tout manger. En tout cas cru c'est parfois pas toujours bon. Voilà donc c'est...c'est

une autre dimension. Et alors la troisième activité c'est tout ce qui est animation dans les écoles (euh), avec un public adultes, enfant, tous les âges peu importe. Tout ce qui est formationnel on va dire de manière (euh) de manière générale. (Euh) où là c'est des outils (euh) c'est...c'est des outils d'animation quoi.

O. : humhum

A. : Je vais pas dire plus classiques parce que je viens quand même avec des choses qui sont super concrètes, avec des graines, avec des...des pots, avec des choses visuelles assez fortes

O. : Un peu comme votre installation (euh) à la D-Day ?

A. : A la quoi ?

O. : A la D-Day. La journée du développement durable

A. Ah je...A la D-Day j'avais...oui j'avais quoi...j'avais pas grand-chose. J'avais des copeaux, oui c'est ça j'avais l'armoire avec les œufs en bois pour montrer pour montrer qu'on peut sortir les œufs de son frigo. Fin voilà. C'est tout ce rapport à...à comment on gère une cuisine de manière à pouvoir (euh) manger toute l'année sans...sans tout jeter quoi. (Euh) Voilà donc oui ça c'est une forme d'animation, finalement c'est une animation sur rue tenir un stand de...et interpeler les gens et discuter avec eux. (Euh) donc c'est pour ça que je dis que la formation c'est au sens large. C'est pas forcément aller dans une classe, dans une école. Ça peut se faire à plein d'endroits différents et je fais parfois ça ici dans le magasin.

O. : Ah oui

A. : Ça arrive souvent. Et puis à côté de ça on a des micros projets donc par exemple le frigo cli c'en est un. Tu es sûrement au courant puisque tu...ce truc facebook à circuler énormément. Euh donc là tu connais le principe il s'agit de donner ou prendre ce que tu veux 24h sur 24 dans un frigo qui est toujours ouvert sur la voie publique (euh) comme son nom l'indique. A côté y a un incroyable comestible qu'on doit d'ailleurs un peu dépourssiérer pour remettre un peu des...des choses au goût du jour qui lui aussi est une **alimentation** de nourriture gratuite.

(euh) ça aussi évidemment pour des gens qui ont peu de revenus c'est une manière de manger sain à tout (euh) zéro dans ce cas-ci

O. : humhum

A. : Parce que...c'est vraiment du gratuit gratuit

Voilà !

O. : Et y a avait aussi je me souviens l'année dernière vous m'avez expliqué (euh) tout un projet où vous alliez plus dans des quartiers précairisés

A. : Oui

O. : pour développer aussi...

A. : Oui. Dans les micros projets y a aussi celui-là

O. : Ah oui d'accord

A. : Tu as tout à fait raison. Qui est (euh) le...le petit, la mini épicerie **du buston** Donc ça c'est un quartier qui se trouve à Limelette. On est déjà un petit peu plus loin. C'est derrière l'hôpital d'Ottrignies donc c'est...c'est...fin moi je m'y perds chaque fois, toutes ces maisons se ressemblent !

O. : (rire)

A. : Donc c'est dans une salle commune d'un quartier social. Effectivement, c'est une population qui connaît pas du tout le bio, ou très peu. Et (euh) c'est essentiellement des

femmes que j'ai rencontrées qui m'ont toutes dit on aimerait bien que nous enfants mangent bio. C'est très drôle parce qu'elles ne parlaient pas d'elles, elles parlaient de leur enfant. (Euh) (rire) Elles ça n'a aucune importance. Ce qu'elles voudraient c'est que les générations qui les suivent mangent bien. (Euh) donc voilà, il a fallu faire tout un travail pour leur faire comprendre que commençait aussi par elles parce qu'elles étaient à table et qu'elles n'avaient pas à manger des horreurs pendant que leurs enfants mangeaient sainement et...et...et ça allait pas être logique.

A.2. : Y a peut-être aussi dans des familles où les enfants mangent séparément (euh) par rapport aux parents. Les parents mangent d'un côté et puis les...

A. : Quand j'ai creusé en tout cas c'était surtout (euh) on veut que nos enfants arrêtent de manger (euh) des kellogg's parce que les boîtes coûtent chères et on n'arrive pas à suivre au niveau du budget. Ce qui se passe souvent c'est que quand les enfants sont petits ben une boîte de kellogg's à 4 euros ben ça met quinze jours à se vider. Quand ils sont ados ça met une journée !

A.2. : oui oui, une journée

A. : Je le sais parce que j'ai des adolescents et (euh) ça part super vite et ça coûte super cher. Donc (euh) ils voulaient, elles voulaient essentiellement trouver des alternatives surtout au niveau du déjeuner où là elles sont un peu limitées au niveau des idées (euh) quoi faire pour donner un déjeuner aux enfants. Et puis (euh) la demande (euh) que ce groupe-là a fait c'est d'avoir des aliments bios mais du Aldi. Ce qui évidemment est très différent de ce qu'on vend ici. (Euh) il y a moins d'éthique mais le prix est (euh) deux fois moins cher que ce qu'on vend ici hein. Donc (euh) ça valait quand même le coup l'huile d'olive est à 5 euros ici elle est à 9,75 euros. Donc euh voilà donc (euh) c'était leur demande et on fait la livraison et on remplit juste une armoire et ils se débrouillent après pour se le vendre entre eux

O. : Ah ouai, d'accord.

A. : Donc c'est de permettre à un quartier d'avoir un espèce de garde-manger de dépannage (euh) dans leur quartier. Mais dans lequel ils savent prendre que des choses qui (euh) qui ont poussées de...de manière durable.

O. : Donc finalement c'est les produits bios du Aldi ou c'est... ?

A. : C'est les produits bios du Aldi ! On a répondu à leur demande. Ce qui est différent...peut-être, ce qu'il y a en plus c'est qu'on leur a proposé de prendre du vrac également et ils ont pris du vrac. Donc (euh) y a des...des dates (euh) des lentilles...fin essentiellement ce qu'on retrouve dans la culture marocaine hein parce que c'est beaucoup de marocains donc (euh)...donc voilà c'est tout type de

O. : Les pois chiches

A. : Les pois chiches voilà c'est ça. Donc tout ça c'est en vrac.

Donc ça aussi c'est intéressant parce que c'est finalement une culture qui a l'habitude du vrac, qui connaît le vrac et

O. : Oui

A. : Et qui finalement est plus à l'aise que certains clients qui viennent ici. Donc ça ça fait partie aussi de nos micros projets

O. : D'accord. Je crois qu'on a fait un peu le tour (rire)

A. : Oui, je pense

O. : Des activités. (Euh) Je voulais aussi un peu savoir quelles étaient les motivations de base de... pour créer l'asbl et toutes ses activités autour de l'alimentation (euh) durable finalement ?

A. : C'est... c'est à la fois des motivations et des hasards. (Euh) le hasard veut qu'il y a quelqu'un qui veut remettre son projet social autour de l'alimentation durable (euh) qui était notre vieux Jacques hein (rire) notre papy Jacques (euh) qui arrivait à sa pension. Moi j'étais justement là et j'ai tendu l'oreille et j'ai trouvé ça super intéressant et voilà et tout...tout s'est mis en route. Evidemment on était trois femmes, on avait tous envie de manger sainement nous même déjà (euh) toutes des enfants et on a embrayé directement alors qu'on n'y connaissait rien en commerce. Fin...en magasin, en épicerie, en tout en fait ! (euh) on ne connaissait que les aliments bruts mais pas...mais pas forcément de les commercialiser. On est dans l'économie sociale hein donc on est à la fois dans un volet économique et dans un volet social. C'est un grand écart particulièrement inconfortable. Euh comment on fait de la marge tout en essayant de vendre le plus gratuit possible. C'est extrêmement difficile ! Parce qu'il faut quand même arriver à payer le loyer, le gaz, l'électricité et toutes les charges. Donc il faut faire du profit...

O. : hum hum

A. : ...sans profit. Fin bon c'est, c'est c'est...c'est bizarre ! On est sans but lucratif mais on doit faire du lucre pour assumer nos charges

(silence)

Voilà.

O. : Et comment est-ce que vous même vous avez eu...vous avez développé un intérêt pour l'alimentation durable ?

A. : Aucune idée. Franchement c'est une question qu'on m'a déjà posée. (Euh) Je sais pas. Parce que je pense que moi c'est plus...c'est plus général que ça parce que je pense que...je pense surtout à l'environnement et à la planète (euh) Je suis pas centrée sur ma santé à moi. (euh) Voilà. Mais je ne viens pas d'une tradition d'une alimentation bio. Du tout ! euh Ma mère elle faisait à manger avec ce qu'il y avait. Elle s'en fou complètement du bio. (euh) Donc voilà j'ai quand même fait un fameux chemin pour arriver à goûter le tofu et tous ces trucs tout bizarres qui étaient dans le frigo côté végétal. (Euh) (Hum) Voilà j'ai vraiment transformé mon alimentation. J'ai d'ailleurs invité ma maman qui l'a très mal pris. Voilà. Elle a eu l'impression que je reniais (euh) toute la culture alimentaire qu'elle m'avait transmis hein (euh) j'ai... Voilà. Moi j'ai appris la poule au riz hein (euh), le boudin comète

O. : Oui

A. : les carottes à la flamande. Tous des trucs qui sont en sauce, avec énormément de viande. La viande est centrale et les sauces sont centrales. (euh) Et là voilà, je suis dans un truc où la proportion du légume est devenue immense

A.2... Avec des légumes qui sont des patates en fait (rire)

A. : Et (euh) peu de sauce. Donc (euh) donc voilà c'est...c'est un fameux chemin, c'est une remise en question

O. : hum hum D'accord.

(euh) J'aimerais bien aussi savoir (euh) plus spécifiquement les activités de communication, de sensibilisation que (euh) AlimenTerre met en place pour sensibiliser du coup la population cible ?

A.: Alors on doit à la fois sensibiliser la population cible et en même temps sensibiliser la population tout court au fait qu'on existe. (Euh) parce qu'on est perdu au quartier de la Baraque, qu'on est isolé de tout! Hein le brave monsieur proximus hier il a dit vous êtes bien cachés. C'est la première chose qu'il a dit en poussant la porte. (Euh) donc on a déjà cet enjeu-là. C'est déjà un premier enjeu c'est de dire on est là.

A.2.: Mais sans non plus faire trop du marketing pur parce que le but n'est pas non plus..peut-être (euh)

A.: Mais je ne sais pas ce que tu entends par marketing mais en tout cas oui on doit faire fin...Moi j'ai eu des cours de marketing social figure toi

O.: Oui

A.: (euh) donc c'est arrivé à vendre une idée, un concept (euh) Voilà. Une ouverture vers les gens et pas, et pas forcément un produit (euh)

A.2.: Oui c'est ça, c'est à dire pas faire..(euh)

A.: Pour arnaquer quelqu'un! donc (euh) donc..donc, donc voilà. On a du marketing à faire, c'est sur....

O.: Oui

A.: ...pour se faire connaître dans ce sens-là en tout cas. On a mis en place le fameux facebook mais c'était en décembre 2015 donc (euh) il a 1 an et quelques râteaux.

O.: hum hum

A.: Un an et demi. (euh) C'est sûr que ça nous a amené un public. Maintenant je suis pas du tout certaine que ce soit un public qui vienne dans l'épicerie, par exemple. Ou qui participe à des activités quelconques de..de..de l'asbl.

A.2.: En tout cas c'est de la notoriété sur les gens qui

A.: Mais c'est une vitrine.

O.: Oui

A.: C'est une vitrine de nos activités, c'est gai de voir qu'il y a plein de gens qui likent et qui aiment et qui sont contents et qui..et qui voilà, partagent les recettes etc. Mais je pense qu'on a quand même pas mal d'abonnés qui sont abonnés (euh) parce qu'ils aiment notre concept en fait.

A.2.: hum hum

O.: Oui

A.: Mais (euh) mais je suis pas sure que si je leur fais un appel je leur dis venez tous demain, ils soient là quoi.

O.: hum hum

A.: (euh) Donc c'est encore un autre public finalement, quelque part c'est un public sur les réseaux sociaux. (euh) On a notre site qui (euh) qui est vieux !

(rire) (bruit)

A.2.: Qui va retrouver sa jeunesse.

A.: Qui va retrouver sa jeunesse, voilà !

O.: C'est ton travail ?

A.2.: Ben oui, y a un moment oui. Ben surement cette semaine en fait. Faudrait absolument que...

O.: Parce que j'ai été faire un petit tour et c'est vrai qu'il y a pas beaucoup d'informations

A.: Mais les..les....

A.2.: ???? j'trouve

A.: ...les dernières. Mais ce qu'y a c'est qu'à partir du moment où on a...on a...oui c'est 2014.

A.2.: J'crois qu'il ???

A.: A partir du moment où on a lancé Facebook, on a lâché le site, en fait.

O.: Ah oui

A.: Tout simplement

A.2.: Mais après c'est vrai que ????

A.: Comme beaucoup hein ! Beaucoup de gens font ça. Le site est un truc plus (euh) plus compliqué à aller changer. Rien que pour avoir les codes d'accès et les rentrer dans les cases qui sont toutes moches et puis ce n'est qu'une fois que tu dis ok tu vois le rendu de ce que ça donne. Donc c'est...c'est moins confortable qu'un Facebook où tu fais ça en deux minutes quoi. Et tu as surtout une communauté qui est derrière. Dans un site tu n'as aucune communauté, tu as personne (euh) derrière. Tu sais pas si les gens y vont...Voilà T'as pas de feedback finalement. Très peu. Il sert essentiellement au niveau institutionnel. Ou le client qui cherche un lieu pour aller manger bio par exemple qui peut tomber dessus. Et qui va peut-être aller d'abord sur le site. Mais (euh) mais voilà y a moins, y a moins de connexion directe.

O.: Ah oui d'ailleurs juste pour revenir à vos activités

A.: Oui

O.: J'avais vu sur le site aussi que vous cherchiez un traiteur pour faire des..

A.: Non ! Mais non, ça c'est un truc qu'on doit enlever

A.2.: Oui

O.: C'est.

A.: Parce qu'on a un traiteur maintenant déjà depuis un an quoi

O.: Ah oui d'accord

A.: Un an et demi

C'est des choses qu'on doit nettoyer je savais même pas trouver où ça se trouve mais apparemment les gens le trouve cette information

A.2.: Moi je l'avais vu aussi

A.: Donc il faut arriver à aller l'enlever.

A.2.: Mais c'est clair que c'est deux public différents le public de Facebook et le public d'un site internet. Parce que finalement sur un site internet ce qui est bien c'est qu'on peut aussi trouver toutes les informations d'un coup et celles qu'on cherche. Sur Facebook ben finalement on a juste le fil d'actualité de la page en question. Mais c'est vrai qu'après on n'a pas forcément les informations qui...

O.: Ça devient dur de trouver une information

A.2.: ...nous intéresse. On ajuste quelque chose en continu qui est vivant, qui est actif. Le site internet c'est beaucoup plus informatif donc voilà, beaucoup plus institutionnel. Mais c'est vrai que j'pense que il est clairement plus à jour quoi. Ouai et puis remettre bien les catégories parce que finalement remettre tous ces projets-là sur AlimenTerre...fin tous les projets qui concernent AlimenTerre, que ce soit bien clair pour tout le monde. (euh) fin voilà, essayer de refaire un..

A.: Mais le gros y est hein. J'pense que la base y est sur ce site

A.2.: Ah oui oui oui elle y est

A.: Elle a pas changée. Elle a pas changée. Ce qui peut avoir changé c'est effectivement qu'on a trouvé notre traiteur. Que..Que voilà. Il y a des administrateurs qui ont changé de nom..des choses comme ça quoi. Il y a un lifting à faire mais il est pas...il est pas (silence) il est pas dramatique. On n'est pas à zéro..

A.2.: Ouai ouai Non non

A.: On va pas tout à fait changer à ce point-là.

O.: Donc ça, réseaux sociaux et site internet. C'est pour vous faire connaître et..

A.: Et alors on a les flyers. Tout ce qui est flyers...On a des flyers à destination d'étudiants. Mais c'est ceux-là. Les petits là ce sont ceux ...non...ça c'est ceux généraux

O.: Ah oui

A.: Et alors les petites cartes qui sont à côté. Tu vois la grosse pile. Tu peux prendre une de la pile là.

O.: Celle-là?

A.: Oui, voilà. Ça c'est pour les étudiants. Voilà. Ça c'est un résumé qu'on donne par exemple à l'alterpack. Donc il y a aussi tous les événements qui nous font connaître. Donc y a alternatiba, alterpare, (euh) y a maintenant on vient de faire la D-Day

O.: La D-Day

A.2.: La D-Day qui était...(à Louvain)

A.: Enfin, toutes les événements (euh) étudiants en tout cas on essaie d'y être. Et là vraiment on a mis des choses qui peuvent eux les intéresser en particulier les étudiants. Et puis ici on a un truc plus triptyque en trois pages avec photos, tout le bazar. Mais il est très lourd à lire. On dirait que c'est **Suzanne** qui l'a créé (rire)

A.: Il y a beaucoup de texte quoi !

A.2.: Y a beaucoup de texte...mais bon y a beaucoup de choses à dire aussi quoi

A.: Il y a beaucoup de texte et les photos sont minuscules

A.2.: Oui

A.: Faut vraiment être dans une salle d'attente euh chez le dentiste pour arriver à le lire quoi

O.: (Tousse)

A.2.: Oui c'est pas évident à lire. Les gens pourraient s'y perdre quoi. Mais bon

A.: Oui

A.2.: Ben y a un plan. Ça j'aime bien le coté plan

A.: Oui

A.2.: Ça je trouve c'est important de mettre des plans partout en fait dès qu'on parle d'AlimenTerre pour que les gens s'perde pas

A.: Y a le problème du plan tout à fait, de la visibilité ça...ça pourrait être au niveau communicationnel un objectif. Maintenant c'est vrai que j'ai travaillé avec la commune et puis la commune finalement elle a accepté puis elle a refusé fin voilà...qu'on se fasse des panneaux qui venait...Nous ce qu'on voudrait c'est des panneaux qui viennent depuis la ville et (euh) mais ça passe pas quoi.

O.: Mais ça pourrait être intéressant, c'est vrai parce que le concept en soi les étudiants le connaissent...plus en moins quoi. Enfin, ils savent que y a un magasin bio mais ils savent pas où c'est et très peu d'étudiants ont déjà mis les pieds à la Baraque quoi.

A.2.: Oui et puis ils vont dire que c'est loin. Alors que c'est vraiment juste à côté quoi

O.: Oui

A.2.: T'as mis combien de temps depuis l'espla ?!

A.: Souvent ils se perdent et alors ils ont l'impression que c'est loin parce qu'ils sont perdus (euh) alors qu'il y a des raccourcis et donc que (euh) ils les prennent pas. Et finalement du coup ils gardent cette impression que c'était loin pour y aller.

O.: Hum hum. Ben oui

A.: (euh) Maintenant c'est sûr que Farm ne va pas nous aider et qu'on va être en...Ils ont des outils communicationnels que nous n'avons pas. (euh) il vont faire un abataje médiatique monstrueux. Et (euh) déjà maintenant sur les réseaux sociaux y a des étudiants qui disent enfin un magasin bio à Louvain la Neuve

A.2.: Ah oui! y a parfois des endroits où j'ai commenté...y a déjà AlimenTerre qui existe (rire)

A.: Ça fait 20 ans qu'on est là quoi. (euh) donc c'est.. ça montre vraiment. Et je suis sûr qu'ils surfent sur cette vague-là. Ça c'est sûr. Enfin un magasin bio à Louvain-la-Neuve. Ils vont s'accrocher à cette phrase-là.

O.: (rire)

A.: Voilà!

O.: Et du coup comment est-ce que vous faites pour (euh) par exemple ce quartier à Limelette. Comment est-ce que vous vous êtes introduits là. (euh) c'est les femmes qui ont demandé de changer leur alimentation. Mais comment est-ce que vous vous êtes, vous avez été contactés ou...

A.: Euh

O.: ou...pris part...

A.: Ben ce qu'il y a c'est comme on est dans le social on est quand même dans pas mal de réunions (euh) aussi d'autres organismes sociaux donc là c'est la cellule du développement communautaire d'Otignies/Louvain-la-Neuve. C'est un assez moche nom. Mais voilà Ils sont censés mettre en place le plan de cohésion sociale et (euh) dans toutes leurs activités à eux ils ont découvert qu'il y avait une demande pour avoir un lieu de dépannage en alimentation et puis on se contacte, on se croise, on se rencontre dans plein de lieux (euh) Le secteur de l'économie sociale et du sociale en général à des connexions tout le temps. On fait des partenariats sur un tas de projets. Avec HappyDays on fait des sacs à vrac en tissu et c'est HappyDays vêtement qui se trouve là-bas un peu plus loin. Donc tout ce qu'on peut faire ensemble (euh) Quelque part on se soutient les uns les autres finalement hein

O.: Du coup vous faites connaître non seulement par les, par internet, les réseaux sociaux et les flyers...peut-être un peu par votre matériel. Mais aussi par d'autres associations et organisations..

A.: Je sais pas si ils font notre pub...

O.: En collaboration

A.: ...ça je pense pas.

O.: Non mais c'est par là que vous avez aussi des activités (euh) à développer quoi

A.: C'est de là qu'on arrive à développer des activités parce que (euh) toutes activités qui est faite en partenariat est plus facile à porter que tout seul

O.: humhum

A.: (euh) Pour autant que le partenaire soit solide

(silence)

A.: Voilà

O.: Et alors par rapport à votre but est-ce que dans votre activité le but est de ramener le plus de personne à rejoindre votre projet et à participer à votre activité ou alors à simplement réfléchir sur ce que c'est l'alimentation durable et créer...chez (euh)

A.: On est loin d'être dans de la réflexion hein. Quand tu nous entends (euh) voilà on est vraiment plutôt dans du concret. Donc on veut effectivement faire rejoindre des gens le projet. Que ce soit au travers de passer quatre heures de bénévolat dans le magasin. On a quand même beaucoup de gens qui se présentent...

A.2.: Ah oui...

O.: Oui

A.:...pour faire ce type de bénévolat

A.2.: ...ça c'est aussi un des projets d'AlimenTerre quoi

A.: (euh) mais c'est toujours dans ce volet (euh) quelque part formationnel aussi.

A.2.: Oui

A.: C'est aussi parce qu'on n'a pas..on n'a pas de rentrées pour payer un employé réellement. (euh) Mais ça participe effectivement à quelque part faire une publicité pour AlimenTerre, puisque tous ces bénévoles sont heureux d'être bénévoles et le disent partout autour d'eux. Donc on a aussi cette pub (euh) vivante

?: Ouai, ouai. Des ambassadeurs (euh) d'Alimenterre un peu partout quoi

A.: Oui, des ambassadeurs

O.: (rire)

(silence)

O.: (Euh) plus au niveau de la philosophie d'AlimenTerre, est-ce que y a un..un..des documents, des lectures dans le sens où...des théorie, paradigmes, approches qui vous a influencés pour développer votre approche ou c'est juste...ça s'est mis peu à peu sans vraiment

A.: (Euh) C'est vrai que c'est très intuitif, c'est vrai que moi ce qui me motive surtout en premier c'est la lutte contre le gaspillage alimentaire donc (euh) il y a pas réellement énormément d'analyses là-dessus, au contraire y a même peu de données. En particulier le gaspillage chez les gens. Y a pas mal d'analyse (euh) sur les restos U par exemple. Ils ont pesé leurs poubelles pour essayer de voir qu'est-ce qu'ils gaspillaient au niveau des étudiants, pour essayer de faire diminuer. C'est super chouette qu'ils l'aient fait ! Moi je trouvais ça génial. Mais (euh) au quotidien chez les gens (euh) y a personne qui sait entrer dans les frigos des gens pour voir qu'est-ce qu'ils jettent quoi. Ou peser leurs poubelles. Du coup (euh) y a quelques petites initiatives de familles qui ont acceptées de se prêter au jeu de pas gaspiller par exemple; Ca y en a aussi. Et qui peuvent plus ou moins dire une espèce d'échelle d'économie qu'ils ont faite. Mais (euh) c'est très limité!

(silence)

Très, très, très limité. Donc euh les théories (euh) y en a pas tellement, sur cette thématique là en tout cas. (euh) Non je peux pas t'aider, en cadre théorique euh.

O.: Oh y a pas de soucis. Vous êtes pas obligés d'en avoir hein (rire)

A.: C'est un cadre à construire, c'est horrible. C'est le plus difficile ça. C'est quand il n'y a pas de cadre théorique

A.2.: Mais c'est bien aussi, ça veut dire que tout est possible quoi. Qu'il faut le faire justement  
A.: Non, on est vraiment dans cette mouvance de la transition hein (euh) ce qu'il y a c'est qu'on a été précurseurs quoi c'est un peu bizarre parce que ça devient la mode maintenant  
O.: hum hum

A.: (euh) De parler de la transition, le transipot, le transisac et autres. Ça devient une évidence pour tout le monde; Moi y a cinq ans quand je hurlais qu'il fallait changer de...de manière de fonctionner les gens me regardaient avec des gros yeux donc (euh) donc j'ai envie de dire je suis enfin soulagée. Ca y est l'information est arrivée. Y a des oasis dans le désert (rires) (euh)Voilà. Donc oui oui

O.: Et plus par rapport au discours que vous utilisez quand vous sensibilisez ou que vous distribuez ou écrivez un mot et..quel genre de discours c'est ? Est-ce que c'est des discours qui invitent ou est-ce que c'est des discours qui proposent ou (euh) ça peut être des milliards de discours..

A.: En tout cas c'est pas des discours qui culpabilisent. Ça c'est vraiment mon point de départ c'est quand je suis face à un groupe je sais qu'il y a des gens qui sont loin, loin, loin de tout ça. Donc je ne dis jamais (euh) c'est mal ce que vous mangez, voilà ce qu'il faut faire. Donc ça c'est une position que je ne prends pas. Je pars toujours de là où sont les gens ! Peu importe. Et (euh) j'essaie..c'est plutôt (euh) un discours (euh) pour ouvrir les yeux et les regards sur certaines choses. Quand je travaille avec un groupe d'enfants et que je leur dis on va se faire et on va écouter les cris des légumes qui sont..qui sont abimés. (euh) c'est symbolique mais en même temps il y a cette souffrance de l'aliment donc j'essaie de l'humaniser de manière à ce que..et je peux le faire avec un public adulte. Je ne dirais pas ça mais je trouverais une autre manière de la faire mais (euh) de manière à réveiller quelque chose. Donc c'est vraiment plus de la conscientisation j'ai envie de dire

O.: hum hum. Et quels sont..quels seraient alors les éléments essentiels du message que vous essayez de faire passer?  
(silence)

A.: Les éléments?! (euh) (silence) ben on n'a qu'une planète (euh) hein?

A.2.: Oui...

A.: On n'a qu'une planète

A.2.: ...même si ils essaient justement d'en trouver une autre. Pour continuer à la détruire.

A.: C'est ça. On est de plus en plus nombreux. (euh) On sait pas manger tous dix fruits et légumes par jour. Parce que là on est passé de cinq à dix il paraît. Donc il faut partager. Il y a aussi cette notion de partage. (euh) Il faut qu'on partage, il faut qu'on partage la planète, il faut qu'on partage ce qu'on a à manger, faut qu'on partage le sol (euh) pour cultiver. Et donc, donc voilà. Oui, c'est un éveil des consciences.

O.: Du coup...mais vous avez déjà plus ou moins répondu à cette question..Votre sensibilisation elle tourne pas que autour de conseils ou de..de rassemblement

A.: Non

O.: Elle tourne aussi ) une sorte d'activisme dans..

A.: Oui, c'est militant!

O.: Est-ce qu'il y a aussi une dimension de politique ic ou pas du tout ?

A.: On m'a déjà proposé pas mal de choses, de joindre des mouvements (euh) patatistes (euh) des gens qui voulaient aller enlever toutes les patates OGM des champs et soutenir ce genre

de choses. C'est vrai que c'est toujours extrêmement délicat parce que (euh) comme justement je pars d'où sont les gens et je sais que dans les personnes qui viennent ici j'ai toutes les sensibilités. J'ai des gens qui sont pas du tout à faire des actions dures et... et (euh) qui auraient plutôt tendance à se mettre au milieu. Donc c'est vrai que j'aurais plutôt tendance à éviter.

O.: hum hum

A.: Et vraiment à éviter (euh) j'ai aussi des mutuelles, la CFC qui m'a proposé de faire des trucs sur l'alimentation des sigles etc. ou des syndicats, pas mal. Mais j'essaye de plutôt dire non. Tout simplement.

O.: Et pourquoi ?

A.: (euh) ben parce que j'ai pas du tout envie d'être accolée, afficher à un côté ou à un autre

A.2.: Rester neutre, oui

A.: euh on est dans une commune écolo. Si j'accepte un truc au PS (euh) voilà ça va tellement vite. On est tellement village ici que dès que tu fais un pas (euh) t'es catalogué. Donc (euh) donc voilà j'évite de les faire quoi.

O.: hum, d'accord

A.: Je reste sur un concept général. Je trouve déjà que l'alimentation durable c'est connotation écolo. On va pas rajouter des couches quoi !

(rire)

Donc on a déjà fait du traiteur pour Ecolo J. C'est vrai, mais très peu. Une fois par an quelque

chose comme ça. Et pas plus que pour d'autres quoi.

On n'a pas... on n'a pas accroché; Peut-être que si on l'avait fait ceci dit on se porterait mieux. On serait protégé par un organisme politique par exemple style Ecolo qui peut être nous permettrait d'avoir un temps plein (euh) pour travailler dans le projet. Et voilà, être... (euh) être... appartenir à un organisme politique ça peut aider

O.: Ça apporte directement plus quoi

A.: Ici finalement on est un peu tout seuls (euh)

O.: hum hum. Y a que une personne rémunérée ?

A.: Et c'est moi.

O.: Oui

A.: Et encore c'est renouvelable tous les deux ans donc je sais jamais si je vais repartir ou pas

O.: oh. Et alors...

A.: Extrêmement précaire !

O.: J'imagine, ça doit être... pas facile tout le temps! (euh) Vous parliez que vous rejoignez complètement (euh) tout ce mouvement de la transition mais que vous étiez beaucoup...fin

vous avez commencé il y a vingt ans aussi...

Et moi je voulais un peu savoir la spécificité, l'originalité du message que vous essayez de faire passer par rapport à tout... Est ce que ça se rejoint complètement ou est ce qu'il y a quelque chose en plus

A.: Par rapport au message de la transition, on se rejoint complètement dans le sens où les frigos publiques c'est pas une nouveauté. J'ai rien inventé, ça existait déjà

O.: (tousse)

A.: (euh) c'est juste remis au gout du jour et ça paraît évident. L'incroyable comestible ça c'est vraiment un truc qui est porté par le mouvement de la transition donc c'est juste du copier-coller... on n'a rien...

O.: Mais ça c'est des activités que vous avez développé (euh)

A.: Récentement

O.: récemment oui !

A.: dans ce même mouvement. Maintenant le vrac tout le monde dit c'est génial le vrac. Il y a des magasins de zéro déchet qui s'ouvrent partout. Ici ça fait vingt ans que ça se fait. Donc on devient à la mode

(rire)

A.: (euh) mais voilà. Donc on est dans le mouvement de la transition sans le vouloir finalement

O.: D'accord. Alors on va un peu parler du public d'AlimenTerre

A.: hum hum

O.: J'aimerais bien savoir un peu quel type de personne AlimenTerre comprend dans son organisation? Quel type de personnes viennent travailler et quel type de personnes viennent consommer les activités ?

A.: (euh) Quel type de personnes viennent (euh) utiliser... Parce que en même temps que tu me dis ça je suis en train de me dire que j'entends mais absolument pas Joris, à croire qu'il est mort!

O.: (rire)

A.: Je me dis il fait rien

A.2.: Il encode. Peut-être qu'il commence à faire les fiches... Les petites étiquettes... produits

A.: Mais il sait pas les faire

A.2.: Ah!

O.: Je peux prendre un mouchoir ?

A.2.: Oui ! vas-y, vas-y

O.: Merci

(brouhaha)

(bruits de pas)

A.: Il fait son truc favori, il parle avec des gens. (euh) Les pauvres les gens qui essaient de sortir (rire)

(euh) Donc tu me disais quel type de public on a ? C'est ça ta question ?!

O.: Oui

A.: C'est ça ta question... en gros ?

O.: Oui

A.: Donc on a des (euh) on a vraiment des tout hein. Donc on a... dans le bénévoles (euh) Donc on a des bénévoles. Dans les bénévoles il y a des gens qui sont (euh) en burn out, sur la mutuelle, au chômage (euh)

A.2.: Des étudiants

A.: ..des étudiants. On a pas mal d'étudiants, tout à fait. On a (euh) des gens qui travaillent et qui font ça le samedi. On a vraiment toute sorte de gens. On a aussi des gens qui sont (euh)

en...déficients mental ou physique. Pour le moment on en a pas. Laura ne vient plus. Mais (euh) ce sont des gens qui sont très très fragilisés, qu'ils faut encadrer

O.: hum hum

A.: (euh) Ils sont souvent envoyés par William Lenox, par des tas de centres de santé mental où ils savent pas quoi faire pour les occuper et donc aller dans des asbl c'est le truc ! et (euh) on se retrouve à devoir les...les gérer. Donc ça ça fait partie de notre public. Qu'est-ce qu'on a d'autre ?!

On a des (euh)

A.2.: Y a eu des migrants aussi, non, quand y a eu... ?

A.: Oui, on a eu des migrants tout à fait. C'est nouveau ça hein ! Mais oui oui...Ouria ! On a des stagiaires. Ça c'est toute l'année, de toutes sortes. Fin de toutes sortes, je veux dire une diététicienne puis maintenant c'est...on a eu des assistant sociaux, puis (euh) ici c'est en communication. On a des articles 60. Donc (euh) les articles 60 c'est (euh) c'est un article de la loi organique des CPAS qui permet de faire une convention de collaboration entre un CPAS et nous et (euh) qu'une personne dépendante de ce CPAS se retrouve à travailler chez nous à temps plein, payée par le CPAS en partie

O.: Oui

A.: Nous on paye une partie aussi. (euh) Pendant la durée pour ouvrir leur droit au chômage. En gros c'est ça.

O.: D'accord

A.: Voilà! (euh) c'est le plus important. Fin c'est le nerf de notre guerre puisque c'est la personne qui sera là le plus souvent puisqu'elle a 38 heures semaine, par rapport aux bénévoles qui ne font que des petites tranches de 4heures et qui sont très électrons libres. Donc si un bénévoles n'a pas envie de venir une semaine il saute la semaine. La personne qui est là sous l'article 60 dans une convention de collaboration il est obligé d'être là!

O.: D'accord.

A.: On espère...

O.: Et plus par rapport au public qui participe aux activités

A.: hum hum

O.: spontanément est-ce que vous voyez..

A.: Le public qui participe aux activités ? (euh) leur profil ? Ben ça dépend de quelle activité. Fatalement si c'est l'épicerie (euh) c'est plutôt un profil de client qui vient faire ses courses. Mais ça peut être par exemple ça j'ai souvent en début d'année, en septembre-octobre, des étudiants qui viennent, qui me disent voilà mes parents me donnent 235 euros par mois pour manger. J'ai envie de manger bien. Qu'est-ce que je peux faire? Donc on s'assied ici, on commence à discuter de qu'est-ce qu'ils aiment, qu'est-ce qu'ils mangent (euh) est-ce qu'ils ont déjà goûter des lentilles, est-ce qu'ils connaissent les légumineuses et on se fait des menus. Et (euh) ils sortent d'ici en se rendant compte qu'avec 235 euros il est possible de manger bio. Donc (euh) ça peut être ce public-là! (euh) Y en a pas mal de gens qui ont des allergies. Beaucoup de gens avec des tas de maladies. (euh) Fin, c'est allergie mais c'est des gens qui ne supportent pas le gluten

O.: hum hum

A.: qui sont diabétiques ou qui sont... Fin, souvent les magasins qui sont spécialisés bio sont des pharmacies. (euh) On vient chercher (euh)

A.2.: De la vitamine B12 (euh)

A.: De la vitamine B12 ou une tisane pour (euh) je ne sais plus quoi là, la circulation machin ou d'autres choses

A.2.: la flore intestinale

A.: On a pas mal d'hommes de plus de 50 ans. Ils veulent une alternative au café. Donc ils cherchent quelque chose qui goûte le café, qui a la saveur du café, qui a l'arôme du café mais qui n'est pas du café

O.: (rire)

A.: Parce que ils travaillent à l'umif depuis 25 ans et qu'ils boivent du café toute la journée. Donc voilà. Pour te donner un exemple. On a des parents qui viennent avec des enfants qui ne supportent pas les oeufs, le lait et la farine et qui veulent des biscuits...hein..bon..(euh) (rire) Et qui examinent chaque étiquette. Donc on a aussi tout ce public-là.

O.: C'est vrai que souvent ils viennent voir ici si il y a pas exactement la même chose sans tous ce qui...tout ce dont ils peuvent pas prendre.

A.: Oui, voilà, c'est ça. Donc ils cherchent (euh) le biscuit miracle qui correspond à..à toutes les allergies de leur enfants pour qu'ils arrêtent de cuisiner eux même parce qu'ils sont crevés.

O.: Ouai...si. Je travaille dans un magasin bio à Andenne tous les samedis et le nombre de personnes qui ouvrent la porte en demandant est-ce que vous avez du fromage sans lait? T'es...

A.: Ouai, je sais

O.: Ça fait pas vraiment sens quoi mais....

A.: C'est pour ça que je te dis les biscuits sans farine (euh) ça devient compliqué quoi (rites)

A.: (euh) donc, donc voilà ! Cette obsession d'essayer de se soigner par un magasin bio c'est un public qu'on a beaucoup beaucoup beaucoup. (euh) Voilà. Puis des gens qui ont envie de découvrir le vrac. On a quand même pas mal d gens qui veulent vivre sans emballages.

O.: oui

A.: Ça c'est nouveau hein, ceci dis. C'est y a (euh) maximum une petite année qu'on commence à avoir des gens qui viennent ici et qui ne veulent plus aller au delhaize parce qu'il y a trop d'emballages

O.: hum hum

A.: Donc ce qui les intéresse c'est pas spécialement l'alimentation saine finalement c'est de venir avec ses bocaux

A.2.: C'est vrai qu'on en a pas besoin de tous ces emballage quoi..oui

A.: C'est un nouveau public. C'est...c'est un public plus jeune aussi

O.: Vous... Vous arrivez quand même à élargir vos publics

A.: hum

O.: C'est pas un public (euh)

A.: Ben ce qu'on propose correspond à tous ces publics

O.: Ouai. hum hum

A.: Nous on ne change pas. On n'a pas bougé et on vend toujours du vrac depuis 20 ans et on vend toujours des tisanes (euh) en tout genre pour ceux qui ont besoin d'alternatives

O.: hum hum

A.: Il y a toujours eu ça. Dans l'épicerie y a toujours eu ça. Quand je suis arrivée en tout cas c'était déjà là.

A.2.: Y a un public pour le pain aussi. Y a des gens qui vont venir que pour ça et donc finalement après qui vont aussi regarder tout ce qu'il y a à l'intérieur du magasin

A.: Oui

A.2.: Pour certains types de produits spécifiques quoi

A.: Y a un public que pour les fruits et légumes aussi hein

A.2.: Oui

A.: On a beaucoup de frai hein donc ça joue aussi

A.2.: Ben y a pas de primeur à Louvain du coup (euh)

A.: Oui. Oui et puis les magasins bios spécialisés la plupart du temps sont très très fort compléments alimentaires parce que c'est là que tu fais ta marge bénéficiaire...

O.: hum hum

A.: ...On n'en a pas un seul. Donc fatalement ils trouvent enfin (euh) des produits qui sont bruts

O.: Donc c'est un peu votre originalité de rester aux produits bruts

A.: C'est notre originalité. Ça fait notre faiblesse puisque financièrement ça rapporte très peu. Donc c'est aussi pour ça qu'on sait jamais engager qui que ce soit. Parce qu'on sait pas faire de marge parce qu'on ne vend pas de compléments alimentaires. On vend un Jazz Max par an quoi. bah, pour dire autre chose que des compléments alimentaires qui rapportent (euh) Voilà quoi.

O.: D'accord.

A.: On n'a pas, peu de marge.

O.: Et est-ce qu'il y a des publics que vous essayez de toucher...par exemple les étudiants en général? Bon...on en a déjà un peu parlé

A.: Oui

O.: Et je...et ils viennent quand même spontanément mais. Et (euh) malgré vos actions et vos sensibilisations et...que ça fonctionne pas du tout ou..?

A.: Ben les étudiants le souci c'est que comme ils se renouvellent tous les ans (euh) c'est un travail de fou au niveau communicationnel. Parce qu'en fait tu fais tout un effort toute l'année, tu arrives à avoir enfin un groupe d'étudiants qui arrive jusqu'ici et puis (euh) septembre arrive et paf tu repars, mais alors à zéro quoi ! T'as quelques étudiants qui avaient déjà trouvé le chemin l'année d'avant qui sont là. Mais (euh) ils vont pas forcément dans le même kot à projet, ils ont changé d'orientation donc ils continuent à venir mais ils parlent plus avec d'autres (euh) Et donc ils ont pas transmis (euh) ce qu'ils ont découvert et ça se perd quoi! Ça se perd..

O.: hum hum

A.: Donc (euh) donc voilà. Par exemple la D-Day cette année, qu'on soit pas sur l'affiche, qu'on soit pas plus en avant que ça (euh) c'est parce que cette promotion ci a été moins sensibilisée par rapport à AlimenTerre que les années précédente où on était..

O.: hum hum

A.: Voilà. Plus en avant quoi.

(Silence)

O.: D'accord.

A.: Voili voilà

O.: Et...

A.: Donc ça c'est un gros boulot

O.: Ah oui

A.: Les étudiants franchement c'est un gros boulot!

O.: Et il y a d'autres publics ou c'est plus facile ou...ou...

A.: Ben le pépé et la mémé qui viennent depuis 2à ans quoi. Evidemment ils vont finir par mourir hein. Fin je veux dire ils vieillissent quoi. Mais (euh) mais on a un public de base qui vient depuis le premier jour. C'est aussi de ça qu'on vit finalement. Le public du quartier. Il est maigre moi je dirais que c'est...c'est à tout casser 10 % du quartier et encore je suis généreuse qui vient jusqu'ici quoi..

O.: Ah oui

A.: Parce qu'ils ont vraiment...ils habitent à 10 m quoi. Mais dès que c'est 200 c'est trop

A.2.: Oui 200 c'est déjà beaucoup (rire)

A.: C'est déjà beaucoup (rire). Non ils achètent ailleurs. C'est un peu dommage parce que ça aurait pu être le magasin du quartier de la Baraque finalement du quartier ils sont pas si nombreux que ça quoi

O.: hum hum. Et...je pensais à une question (euh) Vous avez intégré le Talent y a pas longtemps

A.: hum hum

O.: Est-ce que ça..

A.: Ben quand le Talent a démarré.

O.: Oui

A.: Le 25 (euh) février

O.: Exactement (rire). Est-ce que ça a amené aussi un public...un public qui voulait dépenser des Talents ? Parce qu'il y a pas beaucoup...

A.: Oui y a eu un engouement directement pour ici parce qu'on était le premier magasin à entrer dans le Talent et qu'en plus on était le magasin d'alimentation. Evidemment les gens se sont pas rués pour aller acheter des clous..euh

O.: (rire)

A.: Ni des jeux en bois au Cormoran...au Trusquin...voilà, c'est ça. Le Trusquin. Parce qu'ils ont moins souvent besoin de clous que de carottes.

O.: hum hum

A.: Donc fatalement y a un engouement assez fort. On est quand même à une moyenne de un peu près 800 Talents qu'on récolte sur un mois

O.: Ah oui, pas mal ça

A.: (euh) On tourne autour des 800. On était à 827 hier, mais on a dépassé aussi le début du mois d'avril. Mais (euh) chaque fois c'est 800. Depuis le premier jour

O.: Ah oui donc ça fonctionne bien et ça...ça amène un public différent aussi quoi

A.: Ça correspond à quasiment un dixième des Talents qui tournent. Ce qui est pas mal.

O.: hum hum

A.: Et y a beaucoup de gens qui ont des Talents qu'ils ont simplement mis (euh) dans leur portefeuille pour montrer...qui les utilisent pas. Donc y a beaucoup de gens qui ont acheté des Talents décoratifs on va dire

différence. Automatiquement on en arrive à parler aux alternatives à la viande puisque la légumineuse est une alternative et automatiquement on en arrive à parler des insectes. (euh) parce que ça fait...ça fait partie des alternatives possibles au bœuf hein. Aux gros bœufs! De 600 kilos. Bah fatalement il y a des réactions (euh) plutôt répugnantes par rapport à l'idée de manger des insectes et puis interpellantes et c'est ça qui est gai dans une animation. Maintenant on en a vendu. On en vend plus pour le moment. Mais ça a suscité plutôt la curiosité et l'intérêt que le dégoût. (euh) Mais c'est sûr que l'alimentation c'est quelque chose d'extrêmement lié à de l'émotionnel. (euh) Donc...donc ça dépend de ce que les gens cherchent (euh) (silence) Voilà

O.: Et vous ben vous l'avez déjà mentionné, vous utilisez jamais de culpabilisation ?

A.: non non...non

O.: Et du coup vous êtes toujours dans un discours. Fin, quel genre d'émotion utilisez-vous ?

Ou quel genre de...de discours? Parce que du coup y a quelque chose de très positif avec...(euh)

A.: (euh) Oui, fin je sais pas, faudrait...faudrait me filmer quoi. Je ne sais pas moi quelle émotion je veux passer, ni quel discours j'ai..

A.2.: Ben logiquement ça devrait être positif, oui

A.: C'est plutôt positif...Fin, non! Parce que à partir du moment où je montre une carotte qui est en souffrance c'est pas spécialement positif. La carotte elle a mal hein ! (euh) Elle est abimée, on l'observe

A.2.: Oui mais l'idée c'est de dire on peut quand même encore faire quelque chose avec donc finalement...

A.: Bah oui

A.2.: ...rester positif

A.: Je le ramène sur du positif. Qu'on ne va pas l'enterrer forcément et que il y a moyen de la couper la partie abimée et puis

A.2.: Et encore l'enterrer ce serait bien quoi. Le problème c'est de la mettre dans la poubelle avec tous les autres trucs dégueu quoi

A.: Oui voilà ! C'est ça, c'est ça. Parce qu'en plus la partie abimée après on va la porter (euh) tous ensemble aux poules donc (euh) elles servent encore de nourriture à quelqu'un. Donc oui, oui c'est plutôt positif comme discours on va dire

O.: hum hum. D'accord. Ben vous..

A.2.: Et un truc animé avec beaucoup de, avec beaucoup d'objet. Fin aussi y a pas mal d'objets, de trucs très visuels donc..

O.: Très dynamique quoi!

A.2.: Oui, c'est ça...dynamique, amusant

A.: Interpeller, moi. C'est vraiment ça. (euh) Oui, quand je dis....

A.2.: ...avec des couleurs

A.: ...pourquoi est-ce qu'il y a une date de péremption sur le sel et que je regarde ils sont tous là étoumés et (euh) en leur expliquant que c'est un agent conservateur et que ça n'a aucun intérêt d'avoir une date de conservation et qu'est ce qui amène un producteur à mettre une date de péremption sur du sel ?! (euh) Voilà c'est...c'est leur apprendre à se poser des questions, à

A.2.: Pour monter...

A.: Publicitaires, pour montrer qu'ils soutiennent une monnaie locale mais ils les utilisent jamais.

O.: Et alors au niveau du retour et du fonctionnement de votre sensibilité au final est-ce que vous avez des retours sur (euh) le...est-ce que ça fonctionne ? Est-ce que les gens arrivent à...fin, sont sensibilisés du coup continuant (euh) à participer à...à cette transition alimentaire ou parfois est-ce qu'ils participent à l'activité et puis, et puis abandonnent complètement (euh) tout ce que vous leur avez partagé?

A.: (euh) Je ne sais pas si ils abandonnent...je ...je le vois pas. Mais (euh) ceux qui participent à un cours de cuisine ben ils y participent et puis le cours de cuisine est fini...

O.: hum hum

A.: fin, je sais pas ce que tu veux dire. Ceux qui participent à une animation, ils sont là, ils écoutent. Maintenant si ils appliquent tout ce que je leur ai proposé au cours d'un...d'une animation dans une école, ça j'en sais rien! Je le saurai jamais!

O.: Non mais par exemple (euh) comme un projet dans l'épicerie solidaire à Limelette

A.: hum hum

O.: Ca...est-ce que ça continue à fonctionner et que les personnes sont...

A.: Pour le moment c'est en standby donc (euh)

O.: Ah ouai

A.: J'ai juste pas d'énergie pour aller jusque Limelette. Donc il me faut toi par exemple

O.: (rire)

A.: Pour aller développer le projet là-bas. J'ai besoin de...J'ai besoin de gens.

O.: ah d'accord

A.: ...pour (euh) pour développer là-bas. Donc ça je ne peux pas te donner de nouvelles. C'est pour ça que pour moi ça c'est un micro projet

O.: hum hum

A.: Faut lui...faut lui laisser le temps de mûrir et de prendre ses ailes. Il est trop neuf!

O.: D'accord

A.: Il est trop neuf.

O.: Pas de soucis.

A.: Le frigo du public évidemment il se suffi à lui-même hein. A part un petit coup d'éponge de temps en temps

A.2.: Oui puis c'est juste à côté quoi donc c'est relativement facile

A.: (euh) Il est relativement facile à maintenir vivant

O.: Et alors (euh) dernier registre au niveau des émotions qui sont utilisées (euh) C'est quand même un sujet très émotionnel qui est au cœur de...de tout...de toute nos journées au final, non?!

A.: hum hum

O.: Je voulais un peu savoir les réactions des personnes que vous sensibilisez. Les premières réactions est-ce que c'est dur ? Est-ce qu'elles se rendent compte ? Est-ce que ça fonctionne très bien? Est-ce que...

A.: Ben ça dépend sur quoi. Par exemple quand on...quand je fais l'animation sur la différence entre les céréales et les légumineuses. Faut déjà du temps pour qu'ils comprennent la

ne pas tout avaler (euh) tel quel. Pourquoi on a des dates sur nos produits? Et est-ce qu'elles ont du sens?

O.: Donc c'est une réflexion strictement autour de l'alimentation et pas au niveau...

A.: Bah là c'est la date hein. C'est pas l'aliment, l'aliment en lui-même

O.: Oui mais ça tourne

A.: C'est pourquoi on met des dates

O.: C'est pas... c'est pas au niveau de (euh) la planète en général ou de... C'est au niveau de vous mangez ça et regardez ce qu'il y a autour.

A.: (euh) ça dépend quelle animation. Par exemple la dernière qui s'appelle "ma poubelle à mal au ventre" qui est sur le zéro déchet (euh) Là on parle quand même de tout ce trajet que fait une chose que ce soit un aliment ou un objet (euh) pour arriver dans nos poubelles et arriver (euh) finalement à être enterré et à faire des émanations horribles au moment où on les brûle. Donc j'ai envie de dire ça dépend de l'animation, où là on peut effectivement toucher un peu plus l'environnemental

O.: hum hum

A.: (euh) mais on revient toujours à quel type de comportement on pourrait avoir autre (euh) pour que ça n'arrive pas. Donc (euh) par exemple les médicaments je fais aussi une animation aussi là-dessus. Ben les médicaments sont chimiques. Tu peux les ramener chez ton pharmacien donc tu te sens super bien hein, de ramener tout ça à ton pharmacien et en fait ton pharmacien il va sceller tous ces médicaments dans un contenant qui va être lui-même transvasé dans une énorme cuve qui va être enterré dans la terre. Donc on se sent super bien d'aller donner nos médicaments au pharmacien mais en fait c'est horrible ce qu'on fait quand on fait ça. Bah c'est moins horrible que quand on le fout dans sa poubelle ménagère parce que ça être mis dans l'atmosphère. Mais ça n'empêche que on participe à ce côté enfouissement des déchets chimiques (euh) alors qui si on prenait une médecine douce alternative (euh) sans agents chimiques on peut le mettre dans notre poubelle ménagère finalement

O.: hum hum, hum hum

A.: Donc (euh) pour que... ben pour que les gens réalisent ça il faut qu'ils comprennent ce qu'il va se passer après le pharmacien. (euh) Donc on parle de la décharge et on dit ben qu'est-ce qu'on en fait dans la décharge? Où ça va après? Parce que pour eux, tout se recycle. Mais tout ne se recycle pas. Ton bidon d'huile que tu vas déposer ou ton vieux pot de peinture que tu mets à la décharge il...il va pas se recycler hein. Faut pas se mentir non plus! Et donc beaucoup d'enfants, beaucoup d'adolescents, beaucoup même d'adultes croient qu'ils ont fait un geste pour l'environnement en amenant les choses dans une décharge. C'est terrible d'amener quelque chose dans une décharge. Ça veut dire que...que tu n'as pas su assumer ton objet jusqu'au bout finalement. C'est...c'est grave! On ne devrait rien amener. Une décharge ce n'est qu'une énorme benne à poubelles quoi finalement. Y a très peu qui est récupéré. Ce qui est réellement récupéré c'est quoi...le bois, (euh) qui va effectivement être vendu par le monstieur de la décharge pour se faire des sous parce qu'il va...ça va repartir, parfois c'est juste pour bêtement brûler

O.: hum hum

A.: Mais bon y a ça. Les métaux, qui seront refondus. Faut encore que ce soit du métal propre hein. Parce que dès qu'il est mélangé avec du verre ou avec d'autres choses ça part en encombrants et c'est donc de nouveau de l'enfouissement ou du brûlé. Donc c'est pas...c'est

pas...c'est pas toujours top! Donc on pense qu'il y a un matelas par exemple. Le coup du matelas c'est vraiment le grand classique, t'as des gros ressorts en métal. Faut pas espérer qu'ils prennent le temps d'aller dépouiller, enlever le métal, le mettre à côté et puis la mousse de l'autre. C'est tout...tout est brumé quoi. C'est en une fois, on s'en fou hein. Donc y a...y a en récupération y a pas énormément. (euh) donc voilà, il faut arrêter de se mentir quoi.

Y a vraiment cette dimension de ouvrir les yeux sur la réalité de tout ce qu'on ne veut pas voir ou de tout ce qu'on a jamais pensé à voir. Les gens sont pas forcément malhonnêtes hein, ils ont juste jamais imaginé ce que ça devenait quoi.

O.: La suite

A.: On croit que quand on amène le carton à la décharge c'est génial parce que on va pourvoir avec le carton faire du carton. C'est vrai!

Mais la pâte à papier ça marche 7 fois. A la septième fois la pâte à papier elle est fatiguée et il faut la jeter. Donc il y a quand même une fin.

A.2.: hum hum

O.: hum hum

A.: Donc ça vaudrait peut-être la peine de pas faire des cartons inutiles finalement parce que pour faire le carton il faut quand même abattre un arbre. C'est quand même notre poumon qui nous permet de respirer. Donc (euh) on pourrait peut-être en abattre dix fois moins ceci dit! Finalement...Si on prenait pas de sacs en papier

A.2.: humhum

A.: Au ????

O.: Mais donc il y a quand même toute une dimension environnementale qui rentre dans votre réflexion

A.: Aaaaah. Oui, évidemment. L'alimentation elle est liée à l'environnement (euh) tout le temps!

A.2.: hum hum

A.: Tout le temps! Tout le temps! Il faut arrêter de faire pousser des maisons. Si on continue de faire pousser autant de maisons à Louvain-la-Neuve mais comment est-ce qu'on va faire pour manger?! Il faut aussi garder de l'espace pour faire pousser des carottes, des oignons et des patates. C'est...c'est...on va devenir totalement dépendants des autres communes. Puis les communes elles-mêmes vont devenir dépendantes d'autres pays et puis on sera un jour dépendants (euh) de l'Afrique du Sud (euh) pour manger. Et tout ça pour quoi? Parce qu'on aura voulu faire du profit sur des constructions de maisons. Et (euh) il serait bien malin d'aller vendre nos aliments très très cher et qu'on renverse un peu la balance hein.

O.: hum hum

A.: On sera punis par où on a péché hein. A force de vouloir des gros sous et (euh) c'est vrai les aliments valent moins chers qu'une maison mais en même temps c'est...c'est dans les besoins primaires. Qu'est-ce qu'on va faire si on a des briques à manger?! J'veux bien que le belge à une brique dans me ventre mais...

(rites)

Mais les briques ça nourrit pas quoi!

Donc il faut trouver un équilibre. Vous savez que les bourgmestres sont payés en fonction du nombre d'habitants. Donc au plus le nombre d'habitants augmente, au plus le salaire du

bourgmestre monte. Et (euh) rein que cette petite loi débile est une catastrophe environnementale. A elle toute seule!

A.2.: Ben oui

A.1.: Parce qu'évidemment le bourgmestre

A.2.: Veut plus de logements

A.1.: passe son temps à essayer de créer du logement, à essayer de créer de l'habitat. Donc ce qu'il s'est passé à Louvain-la-Neuve c'est que c'est une ville d'étudiants.

O.1.: Oui et du coup il faisait pas beaucoup de..

A.1.: Donc tous ces étudiants étaient domiciliés chez leurs parents dans plein d'autres communes. Ca n'arrangeait pas du tout le bourgmestre qui du coup avait un salaire très bas. Donc il a construit l'esplanade pour attirer des gens à venir habiter à Louvain-la-Neuve. Il vise les vieux, il vise les tranches d'âges des 40-50 ans surtout aussi parce qu'ils payent plus d'impôts. Ils payent plus de taxes communales et autres. Et donc c'est beaucoup plus intéressant. Les étudiants ça le fait chier en réalité le bourgmestre hein

O.1.: On le ressent bien (euh)

A.1.: On le ressent bien mais ce qu'il veut ce sont réellement des...des adultes et des vieux qui vont faire leurs beaux jours ici et qui vont voter pour lui et qui vont amener d'autres gens. Et surtout des adultes qui vont se reproduire et faire des enfants qui vont habiter Louvain-la-Neuve et ainsi de suite. Il veut en faire une ville parce que au plus il a d'habitants domiciliés, au plus il est payé. Donc il pousse au logement, il pousse pas à l'agriculture.

O.1.: hum hum

A.2.: hum hum

A.1.: Et ça, on éliminerait cette petite loi ou on la transformerait en disant qu'il faut que les communes aient autant de champs que....

FIN

## Entretien Début des Haricots

O. : Odile Marchand

D-H. : Début des Haricots (membre salarié pour l'asbl)

O. : (euh) Du coup je sais pas si vous vous souvenez pourquoi je voulais vous rencontrer ?

D-H. : Non, vas-y dis-moi.

O. : Je fais un mémoire sur comment les organisations qui travaillent pour la transition alimentaire

D-H. : hum hum

O. : (euh) fin quelle stratégie de sensibilisation ces organisations utilisent pour sensibiliser le...le public et du coup, voilà.

D-H. : Ok

O. : Du coup...Je vais...On va peut-être commencer par présenter votre activité. Je sais qu'il y a plusieurs rôles, plusieurs activités,

D-H. : (euh) Ouai. Mais (euh) Peut être que dans l'historique ça peut déjà répondre en partie à ta question. (euh) A la base, le début des Haricots est né y a un peu plus de 10 ans.

O. : Ouai

D-H. : Par quatre agronomes qui sont partis à Montréal (euh) et qui sont arrivés là-bas en voyant des projets d'agriculture urbaines et ils se sont dit c'est ça qu'on a envie de développer ici. Donc ils ont commencé de manière un peu radicale comme ça. Ils ont squatté un emplacement et puis (euh) à côté ils ont fait un jardin...un jardin collectif; Et là ils se sont dit ben voilà on aimerait bien partager nos connaissances avec les citoyens pour justement sensibiliser les citoyens à l'environnement quoi. Mais toujours avec une idée que c'est pas les potagers sur les toits qui vont nourrir les villes

O. : hum hum

D-H. : C'est que (euh) la première sensibilisation, la première étape ben c'est...c'est que le citadin se reconnecte un peu avec la nature et que...et qu'il sente et qu'il voit tout le processus du cycle naturel etc. Puis qu'il commence à produire ne serait-ce que ses aromatiques ou des choses comme ça. Mais qu'il se rende compte en fait de tout le travail que ça demande et que ça permette de reconnecter le citadin avec la campagne quoi. Parce que on ne peut pas nourrir une ville sans...et les paysans quoi.

O. : hum hum

D-H. : Et cette idée-là elle a fait évoluer l'association petit à petit et donc les différents projets qui sont nés par la suite; Ça a été que ça...d'aller de cette sensibilisation à l'environnement des citoyens jusque à vraiment faire des ponts avec la campagne et à créer même une ceinture alimentaire autour de Bruxelles quoi

O. : hum hum

D-H. : Et donc les projets qu'in a la maintenant...On a des accompagnements de jardins collectifs. Donc des citoyens qui (euh) qui se mettent ensemble et qui trouvent un terrain et qui se disent tiens on a envie de (euh) de mettre des plantations ici et peut-être même des

plantés potagères voilà, des légumes etc. Et donc nous on les accompagne dans la production de leur légumes mais aussi dans manière de prendre des décisions ensemble.

O. : hum hum

D-H. : Donc les décisions de manière intelligence collective et de manière horizontale...des choses comme ça.

(silence)

On a un potager sur les toits de (euh) la bibliothèque Royale qui là aussi bon à la base c'était plutôt...on fait de faire pousser des légumes. Mais ça demande beaucoup d'investissement et...et...et nous **couté** des employés à la limite de la bibliothèque et donc on est reparti sur des plantes aromatiques et médicinales

O. : hum hum

D-H. : T'as besoin de beaucoup moins de...beaucoup moins d'entretien et c'est vraiment une vitrine aussi...de se dire ok ben voilà c'est beau, c'est chouette, c'est sur les toits de la bibliothèque...d'un super point de vue. (euh) C'est gai à venir là et de se retrouver dans un cadre comme ça

O. : hum hum

D-H. : Mais encore une fois l'idée est pas de se dire si on fait ça partout on peut nourrir Bruxelles. C'est bien si il y en a. Mais la terre elle vient bien d'un autre endroit. Tu prends de la terre ailleurs pour la mettre ici donc (euh) Voilà. Et puis on a (euh) Christie que tu as rencontré là-haut qui est à côté de la ferme urbaine et qui elle fait des plantes aromatiques et médicinales aussi, elle vend des tisanes. Et donc elle entre ses formations et la vente de ses tisanes elle arrive à...à vivre (euh) tu vois sans subsides et tout ça on arrive à lui payer un salaire. C'est très intéressant parce que vu que c'est un micromarché, elle travaille sur des très très petites surfaces et que ben en ville on n'a pas forcément des grands espaces et que du coup rien que par rapport au peu de produit qu'elle génère en fait, elle forme des gens à faire la même chose qu'elle. Donc qui pourrait potentiellement être ses concurrents sur le marché en fait quoi. Mais en fait il y a tellement d'espace pour ça. Elle et une autre personne qui fasse

400 tisanes à Schaarbeek ou à Etterbeek (euh) Ça va pas changer du tout son truc. Puis tu as la ferme urbaine qui fait (euh) Là c'est plutôt de l'accompagnement de la transition professionnelle donc c'est des gens qui sont au chômage. On travaille avec Actiris et donc du coup des gens peuvent renouveler des stages de 6 mois pour se réorienter professionnellement et pendant ce temps-là ils apprennent le maraichage et donc voilà. Avec tout un tas de bénévoles qui vont là-bas. Et enfin...il y a encore un autre projet qui s'appelle Graine de paysans et qui est vraiment un plus gros truc et là c'est vraiment l'accompagnement, l'accompagnement de maraichers en mode (euh) couveuse d'entreprise où l'idée est de dire bon ils ont peu d'investissement les premières années c'est hyper difficile. Alors on les accompagne dans ce qui est distribution, dans...par la suite trouver un terrain et tout...pendant deux ans ils ont un terrain qu'on leur prête avec du matériel et ils peuvent commencer à lancer leur entreprise. Et après essayer de trouver des terrains sur Bruxelles qui est tout l'enjeu et qui est difficile. C'est que y a pas tant que ça de terrains agricoles. Quand y a des terres potentiellement agricoles eh bien il y a la question des logements sociaux qui vont dessus. Donc on n'est pas contre les logements sociaux mais...il y a la question de pourquoi pas utiliser des bâtiments vides plutôt que de reconstruire encore des logements sociaux. Et puis après y a Bruxelles est...fin est entouré de la région flamande et donc y a la question des

rapports politiques entre les différentes Régions. Comment pouvoir s'installer, avec autour des gros paysans conventionnels et nous on est plutôt pour du petit maraichage sur petite surface. Voilà en gros tous les projets...(euh)

O.: Et ça se limite à Bruxelles, c'est pas (euh) aussi...ça ne peut pas aussi compter les alentours (euh)?

D-H.: Ben pour le Début des Haricots (euh) jusque-là on était juste sur la région (euh) Bruxelles-Capitale

O.: hum hum

D-H.: Mais évidemment quand t'accompagne des maraichers ou pour pouvoir s'installer et faire vraiment un ceinture alimentaire donc (euh) vraiment

par rapport à Bruxelles qu'on puisse se nourrir et exclusivement entre urbain, périurbain et ce qui est tout autour. Ben oui, on est forcément en lien avec la Flandre. Mais là se pose des problèmes politiques autres (euh) Voilà

O.: D'accord.

D-H.: Notamment l'accès à la terre

O.: Et quelle sont un peu les motivations du coup...du ...du...de l'asbl ? Pourquoi est-ce que vous avez décidé de construire cette asbl?

D-H.: Alors...(euh) Bon moi je suis là depuis septembre. Donc je t'ai un peu raconté l'historique de (euh)...

O.: Oui

D-H.: ...de l'asso. Après les valeurs elles sont toujours les mêmes. Nous on...donc on a des des valeurs voilà, d'agriculture urbaine où (euh) on va pas défendre par exemple des...des fermes verticales...des plants de tomates qui pousseraient hors sol, des projets d'aquaponie où (euh) t'as des poissons en dessous et que ça permet par-dessus de faire pousser des trucs. C'est pas notre truc! Comme je te dis c'est vraiment plutôt le...sensibiliser (euh) le citoyen et faire des ponts avec la campagne. Donc nos valeurs c'est vraiment la transition écologique quoi

O.: D'accord

D-H.: Faut pouvoir repenser la ville d'une autre manière et (euh) (silence) Ben et voilà. De donner plus d'espace à la terre au sein des villes quoi. Et puis de réfléchir à la relation ville/campagne dans une dynamique qui soit autre que celle qui a aujourd'hui. C'est à dire que quand on achète un... Les paysans ils sont dans des conditions de vie misérable. fin misérable pour le travail qu'ils font et ce qu'y touchent alors qu'on devrait...ils devraient avoir des salaires de PDG parce que ce sont les gens qui nous nourrissent quoi.

O.: hum hum

D-H.: Donc on devrait regarder autrement le paysan. Les paysans sont vus avec mépris alors que nous on le voit comme un super héros tu vois

O.: Ouai ouai

D-H.: Donc c'est ça qui nous pousse à (euh) Voilà. C'est la transition écologique et (euh) Voilà, l'idée d'un système qui aille plus vers de l'agro-écologie, qui soit résilient. Sans pour autant enlever le côté...dans le côté agriculture urbaine la côté urbain...Ou il y a des choses intéressantes à vivre en ville. Ben, ben il y a le fait qu'on ait la proximité qui permet tout le côté culturel qu'on a, nos déplacements sont beaucoup plus aisés et donc parfois plus écologiques quand on se déplace à l'intérieur de la ville que quand on est en campagne aller d'un endroit à un autre. Tu vois, par exemple.

O.: hum hum

D-H.: Donc il y a des choses intéressantes à apprendre à la ville mais il y a vraiment un lien de nouveau à faire et donc là je l'ai pas la vision idéale de ce que ça pourrait être mais c'est une transition vers ça quoi.

O.: D'accord.

D-H.: C'est un peu nos valeurs. Après en terme de valeur, là je rajoute un autre point c'est que nous on fonctionne sur un principe de (euh) égalitaire et donc on est vraiment sur une vision d'épanouissement de l'individu au sein du collectif et donc on fonctionne en auto-gestion.

O.: D'accord

D-H.: Et ça c'est aussi (euh) une des valeurs qu'on porte au sein de notre action et qui fait que O.: Concrètement ça veut dire que (euh)

D-H.: Ça veut dire que y a pas de hiérarchie

O.: Y a pas de hiérarchie, oui

D-H.: Y a pas de hiérarchie. Moi je travaille à la coordination. Donc j'ai des postes où à un moment donné je dois être en relation avec les différentes équipes

O.: hum hum

D-H.: Mais ça veut pas dire que les décisions elles sont prises collectivement. (euh) par l'AG **sinon** par consentement, si jamais il y a des objections etc. Mais donc on prend les décisions tous ensemble quoi. (euh) Voilà? qu'est-ce que...

O.: D'accord. (euh) Maintenant on va un peu parler de vos activités de sensibilisation

D-H.: Ouai

O.: Et...premièrement j'aimerais bien que vous décriviez selon vous quelles sont vos activités de sensibilisation et de communication pour amener le public à participer à vos activités (euh)

D-H.: Alors communication, on utilise tous les moyens de communication...Là on a une newsletter, un site internet, une page Facebook et (euh) et on utilise les réseaux des autres associations pour pouvoir publier (euh) nos trucs quoi

O.: hum hum

D-H.: On va pas en faire des pages publicitaires ou quoi que ce soit parce que en fait on...par rapport à notre (euh) je te disais tout à l'heure c'est quatre (euh) quatre bénévoles, quatre gars avec leur motivation qui ont créé l'asso. Maintenant on est 23 employés.

O.: Ah oui

D-H.: Donc on est déjà énorme. On parle d'autogestion mais c'est une maturation, c'est un truc qui s'apprend aussi de travailler l'intelligence collective. Quels sont les outils? (euh) quand il y a pas de travail là-dessus ben parfois ça peut être les grandes gueules qui prennent les décisions donc y a des drapages là-dessus et tout. Donc on a travaillé beaucoup ça et donc le fait d'être 23 employés c'est déjà beaucoup. Et avec ça en fait on...la demande est très forte en fait

O.: hum hum

D-H.: C'est que (euh) voilà, on répond très vite au...La ferme urbaine est débordée de demande de bénévolat, de gens qui veulent s'investir et...et (euh) les formations qu'on fit ont été très vite complètes. (euh) Et les gens savent se renseigner assez rapidement quoi. Et

d'autant plus qu'on voit qu'on est vraiment dans un moment particulier où il y a déjà ces derniers temps toute la prise de conscience du rapport à l'alimentation, toutes les catastrophes qui sont liées à l'agriculture industrielle, (euh) les cancers... que ouai finalement c'est peut-être pas que la pollution de diesel mais c'est peut-être l'alimentation qu'on mange, les produits qu'y a dedans et tout ça. Donc y a vraiment une prise de conscience et de là à se dire moi j'ai envie de faire quelque chose. Et puis on voit tout ce qui est comme les films Demain, des choses comme ça qui à un moment donné ont amené le gens à se dire -Mais il faut pas rester tout seul dans son coin, y a des initiatives, des choses qui existent- donc la dynamique elle est là. On n'a pas besoin de faire tant que ça de pub pour que les gens viennent... viennent nous voir quoi. Et c'était quoi ton autre question ? T'sais moi je parlais de comm mais (euh)

O.: C'était la communication et les activités de sensibilisation

D-H.: Ouai. Quelles activités ? Ben...ben c'est le faire...c'est...c'est...Voilà! Après, les outils qu'on a de l'intelligence collective c'est aussi des outils où (euh) quand on va aller sur le terrain, on va voir une parcelle et on va commencer à la cultiver ensemble, et donner...Donc l'idée vraiment d'apprendre à une personne à être le plus autonome possible quand on accompagne un groupe quoi.

O.: ok

D-H.: Que ce soit une école, des citoyens ou...ou des personnes qui viennent sur le terrain, l'idée est de leur donner vraiment les bases nécessaires pour qu'ils puissent se débrouiller par eux-mêmes. Et puis (euh) Donc ça c'est notre activité principale. Dans n'importe quel (euh) projet que je t'ai cité tout à l'heure

O.: hum hum

D-H.: Et par la suite (euh) l'intelligence collective moi elle me sert aussi à travailler sur le ressenti, de sentir comment (euh) le travail a été pris pas qu'en terme quantitatif mais qu'est-ce que ça évoque, c'est quoi les changements de paradigmes qu'y a dans la t'ête des gens quand ils sont arrivés au départ et tout d'un coup ils portent un autre regard sur la nature ou la production. Ça aussi c'est un truc qu'on a envie de faire dans la transition quoi, qu'il y ait des délices dans la tête des gens.

O.: Donc un accompagnement dans le prêt de matériel...vous leur prêtez un terrain, du matériel, des conseils mais aussi un accompagnement plus...intellectuel où il y a une réflexion derrière vos activités (euh)

D-H.: Ouai. Après ça dépend de chaque projet! Quand tu dis par exemple prêter un terrain, du matériel c'est très spécifique à (euh) Graine de paysan qui est la couveuse d'entreprise et tout ça. Si c'est l'accompagnement d'un jardin collectif là on va aller (euh) Ils ont déjà eux trouver un terrain et nous on arrive sur leur terrain. Ils ont déjà du matériel

O.: hum hum

D-H.: Ou si ils en ont pas on leur dit que ce serait bien qu'ils trouvent tel matériel et tout. Et là on leur dit bon ben voilà si vous voulez faire d'une année sur l'autre et vous allez pas.. nous on va pas être là. On va être là dans un accompagnement sur la...peut être la première année puis c'est tout. On va expliquer quel plan de semis il faut faire ou voir quelles sont les plantes de base, quand c'est qu'il faut planter les semis et puis (euh) quand c'est qu'on va pouvoir récolter etc. et de faire tout un...tout un plan là dessus. Et voir quel type de terre elles ont besoin etc. Et ça c'est un truc de base. Après à la personne d'aller chercher plus loin si elle a envie de développer, diversifier ce qu'elle a dans son potager quoi

O.: hum hum

D-H.: (euh) Mais la question est de la travailler ensemble. Et donc, ouai, le côté après, le côté intellectuel est de partager les savoirs (euh) et c'est ça qui est intéressant. Et aussi pour produire, ça demande (euh) Quand tu commences à produire à un certain niveau comme à la ferme urbaine ben il faut des gens pour désherber, ils faut...etc. Du coup il faut des mains. Et pour que les gens se sentent investis dans le projet il faut qu'il puisse se l'approprier donc...Tu vois ça va de pair.

O.: Oui, d'accord.

(silence)

O.: Et (euh) au niveau du public que vous touchez est-ce que c'est déjà un public un peu averti sur la question de la transition (euh) écologique et alimentaire ou est-ce que vous essayez de toucher un maximum le public dans sa diversité

(silence)

D-H.: Alors, on essaie avec les formations de faire des tarifs accessibles pour tous et des projets comme la ferme urbaine par exemple sont installés (euh) juste à côté d'un...d'un quartier de logements sociaux et tout ça. Donc y a vraiment un contact avec le quartier.

O.: hum hum

D-H.: Et les jardins collectifs par exemple..ben là, vu que ça vient de tout Bruxelles c'est des demandes de citoyens un peu partout. On peut toucher une certaine diversité entre guillemets. Mais en même temps...On avait un projet qui (euh) qui s'appelait les jardins des couleurs où on accompagnait les écoles (euh) Et donc là avec un public moins averti

O.: humhum

D-H.: Donc ce que je voulais dire c'est que en même temps la plupart des gens avec qui on travail sont déjà un public un peu averti ou en tout cas qui ont déjà fait la démarche d'eux etc. quoi. Et avec les écoles on avait un projet mais en fait (euh) ce projet n'a pas continué parce que nous justement notre idée était (euh) pas forcément d'accompagner sur la quantité, c'est à dire de pas aller intervenir dans plein plein d'écoles en faisant une petite animation. Bon ben voilà sur le moment l'enfant ok voit une graine etc. mais en fait il retient pas plus que ça

O.: hum hum

D-H.: Notre idée était vraiment de faire un travail sur peut être une école, une classe et que l'école puisse à un moment donné s'autonomiser et prendre en main...que le potager fasse réellement partie de la vie de l'école. Et que par la suite du coup ça puisse être repris par l'ensemble des élèves, des classes etc. quoi. Qu' y ait en fait...A mon avis ça a beaucoup plus d'impact par la suite quoi, tu vois

O.: humhum

D-H.: Mais qui prend beaucoup plus de temps. Et là c'était plus du travail du coup avec des non-initiés on va dire, les enfants qui... Mais oui en règle générale la personne qui vient vers nous a déjà fait un premier pas quoi.

O.: Oui, d'accord

D-H.: Après il y a d'autres associations hein qui existent. Y a Tournesol par exemple qui s'occupe pas mal de...de travailler avec les écoles. (euh) Et faire de la sensibilisation, que ce soit dans n'importe quel quartier...peu importe avec les...les quels publics ça pourrait se faire. Pourquoi pas. Mais ça dépend aussi des énergies des gens qui viennent à nous.

O.: Hum hum

D-H.: Donc si quelqu'un venait avec un projet pareil...(euh)...surtout en lien avec moi je trouve avec la question de l'alimentation, parce que souvent on se dit tiens (euh) les familles qui ont pas beaucoup de revenus (euh) ce serait chouette qu'elles arrivent à avoir accès à...à des, des, des légumes bios et locaux et tout ça avec des prix assez accessibles. Et en fait parfois on se rend compte que les gens ont perdu l'habitude de cuisiner!

O.: hum hum

D-H.: Et donc tu...t'as beau leur donner un poireau bio, qu'est-ce qu'ils vont faire avec en fait? Donc y a tout un travail là dessus et nous on pourrait venir plutôt sur le côté agriculture mais...tu vois faire des liens entre alimentation et production alimentaire et des 2 choses comme ça.

O.: Et du coup il faut d'abord une éducation pour pouvoir toucher (euh) ce genre de milieu non averti

D-H.: Tu veux dire (euh) dans le sens?

O.: Dans le sens que pour que...pour atteindre ces populations qui sont pas encore averties sur le sujet il faudrait du coup plutôt commencer par (euh) une sensibilisation un peu plus...une explication, une (euh)

D-H.: Ben du coup pour moi soit y a quelqu'un qui vient, soit c'est des éducateurs, des insuits, des gens qui travaillent avec un public. Parce que l'idée quand on dit un public non-averti ça veut dire quelqu'un qui a pas vraiment...ouai qui a pas le temps de s'intéresser à ça, qui prend pas...qui s'intéresse pas à ça etc. Donc c'est venir les tirer un petit peu quoi. (euh) Je pense plutôt à des profils comme ça de travailleurs sociaux. Mais si quelqu'un venait, c'est ça que je dis...nous on laisse la porte ouverte. Si quelqu'un venait avec un tel projet au début des Haricots, nous on serait hyper (euh) chaud de l'accueillir

O.: hum hum

D-H.: C'est juste que maintenant y en a pas dans nos projets. Parce que on se voit aussi comme une pépinière de projet donc si il y a des gens qui viennent avec des idées. Y a des choses qui ont grandi au début des Haricots qui sont partis du début des Haricots, parce que le projet il grandissait lui-même et c'est tant mieux

O.: hum hum

D-H.: On n'a pas envie de...de...que les choses restent éternellement. Donc les **GASAP** par exemple, les paniers bios (euh) c'est né de personne du début des Haricots. Maintenant ça...c'est une asbl propre quoi, tu vois?!

O.: J'ai essayé de les contacter mais ils m'ont jamais répondu (rire)

D-H.: Ben profite, ils sont juste au-dessus

O.: Ah ouai (rire)

D-H.: Ouai. Tu peux aller toquer à leur porte ???

O.: Ouai finalement j'ai trouvé une autre (euh) ???

D-H.: T'as trouvé un panier?

O.: Ah ouai ok

O.: (euh) Au niveau plus du...du...du discours, du contenu de...fin...de comment vous communiquez avec les personnes qui viennent à vos activités ou...Est-ce que vous basez sur certaines théories, approches, paradigmes ou...Comment est-ce que vous avez construit le discours un peu de base de l'asbl?

D-H.: Bah on pêche partout. On a créé (euh) on a des fiches techniques et (euh) des choses comme ça. On a créé aussi (euh) nos propres éléments pédagogiques quoi. Voilà. Après on est inspirés de plusieurs éléments. Et puis il y a un paquet de bouquin sur comment faire son potager en bas. Et des choses comme ça. Donc ça, ça y en a. Après question courant philosophique (euh) etc. ben nous on est plutôt dans le côté valeurs paysannes et agro-écologie quoi.

O.: hum hum

D-H.: Donc voilà. Y compris tout ce qui est permaculture et des choses comme ça. Mais agroécologie c'est à dire que...C'est pour ça qu'on pense pas que un potager sur un toit ou dans un bac puisse notamment donner la réponse (euh) ça doit être n élément de sensibilisation, ça peut pas être une réponse complète (euh) parce que nous l'idée c'est que ça doit être...On doit essayer d'être résilient et d'avoir un impact le moins possible sur la nature tout en produisant notre nourriture. Et donc du coup c'est l'idée d'avoir des animaux à côté qu'y puissent donner (euh) avec les excréments de l'engrais (euh) faire produire les produits. De là tu récupère les déchets verts de tes plantes que tu redonnes à tes animaux mais qui permettent aussi de réalimenter ton sol

O.: hum hum

D-H.: Comment tu fais ton sol, comment tu fais tourner, la diversité des produits que tu mets ou des associations de plantes, des choses comme ça.

D-H.: C'est plutôt le modèle agroécologique. Maintenant c'est vrai que pour certains trucs comme par exemple Graine de paysan qui est (euh) (hum) le projet où sur des petites surfaces des maraichers tentent de...de...de vivre et d'avoir un revenu décent avec une entreprise tout ça, bazar. On tend plus vers un modèle qui est plus du bio intensif

O.: hum hum

D-H.: Donc (euh) sur de petites surfaces, avec des buttes de produire (euh) quand même (euh) avec parfois des associations de plantes. Donc c'est très bien mais...

O.: Un peu comme la permaculture

D-H.: Ben en tout cas le booster même un peu plus quoi, histoire de se dire...donc là y a quand même un peu plus d'intrants (euh) Y pourrait te dire...comment il s'appelle encore?! Je sais pas son nom mais il faut regarder celui qui a écrit bouquin jardinier maraichers.

O.: D'accord

D-H.: C'est un canadien, j'ai plus son nom en tête là tout d'un coup. Alors lui c'est une référence pour plein de jeunes maraichers qui veulent s'installer etc. Pour moi ça reste un élément assez intéressant. Il développe, donc ça reste toujours très manuel et tout ça, pour moi ça reste quand même pousser sa terre à un certain rendement (euh) Voilà.

O.: Et vous avez parlé que vous avez essayé de faire un projet dans une école et puis finalement

D-H.: Ça a eu lieu ouai

O.: Ça a eu lieu et ça a fonctionné ?

D-H.: Ça a fonctionné! Pour nous ça a fonctionné. Si ça a pas continué c'est que les orientations politiques (euh) de la Région Bruxelles Capitale via l'UEGE et Bruxelles environnement étaient plus partisans de...de plus d'interventions dans les écoles...dispatchées comme ça. Voilà tu peux justifier de la manière...Mais maintenant moi je t'ai dit comment nous on voyait plutôt la chose, plutôt à être sur une école, à prendre le temps avec une classe

en particulier. Mais qu'on sache qu'une fois qu'on s'en va l'école est autonome et a pris le projet, tu vois, en charge.

O.: Donc si j'ai bien compris le but final c'est de rendre les personnes qui viennent vous voir un peu autonomes par rapport au projet qu'ils avaient ou par rapport au projet que vous...

D-H.: Ouai

O.: Et est-ce que vous avez des résultats sur...Après est-ce que ces personnes continuent ou (euh) abandonnent ou ne trouve plus le sens ou justement..

D-H.: Ouai, ben (euh) côté jardin collectif depuis 10 ans il faut voir le nombre de jardins collectifs qu'y a sur Bruxelles. Ça marche super bien ! Alors après, avec les hauts et les bas que c'est qu'un groupement de citoyens. T'as des fois là personnes, t'as une locomotive et puis à un moment donné t'as moins de gens qui viennent fin c'est...c'est la vie. La vie et la mort comme ça de groupements de gens de quartier ou de citoyens. Mais y en a beaucoup des projets et donc nous on accompagne vraiment sur la première année. Comment ça se passe concrètement, les citoyens ils répondent à un appel à projet à la Région, à l'**IPGE**, et si ils sont sélectionnés parce qu'ils disent voilà on est un nouveau jardin et tout ça. Alors ils gagnent des sous et ces sous sont...passent par notre intermédiaire pour qu'on puisse mettre des places à disposition. Donc ça y en a plein. Donc ça oui c'est une réussite. (euh) A la Ferme urbaine y a ds gens qui passent petit à petit (euh) t là par exemple on a refait de la pub pour un crowdfunding de...de...d'une fille qui vient de passer un stage de six mois, un an chez nous

O.: hum hum

D-H.: et qui là s'est installée avec son compagnon et donc ils lancent un crowdfunding pour avoir l'installation

O.: Et donc y a quand même des retours

D-H.: Y a des retours...en termes quantitatifs je saurais pas te dire les pourcentages parce que par exemple la ferme urbaine c'est des gens qui étaient au chômage depuis un certain temps des choses comme ça. Même si par la suite ils vont pas s'installer directement (euh) ça reste un moment de vie, à mon avis. Les jeunes t'apprends énormément; Puis se retrouvés à la ferme, ça te permet de te recentrer sur toi. Fin tu vois, de vivre en pleine nature et tout ça quoi

O.: humhum

D-H.: J'ai oublié, je sais plus si je t'avais dit mais on a un autre projet aussi qui est la pousse qui pousse, qui est une pépinière à St gilles

O.: hum hum

D-H.: Et donc là on fait des semis et des plants bios et tout. Là c'est un de nos premiers projets qui fonctionne sans...subsidés. Donc ça c'est aussi pour montrer qu'il y a des alternatives qui sont réelles, concrètes, qui marchent. Qu'on n'a pas besoin d'être assistés entre guillemets, tu vois pour faire le fonctionnement. Et ça a une fréquentation de dingues quoi. Les gens y...les gens qui ont envie de faire pousser des trucs sur leur balcon ou ailleurs et tout (euh)

O.: **Je comprends**

D-H.: Ils ont aussi envie du bio et du local et de ce truc donc ils viennent là-bas. Et pour ce qui est Graine de paysans, les maraichers c'est les...les...c'est le début. Donc ici ils en sont à leur deuxième année d'installation. Et comme c'est les tout premiers...Le projet vient quand même tout juste de lancer. On va peut-être leur proposer une troisième année parce qu'il étaient là depuis le début avec le lancement du terrain et tout donc...pour l'instant on sait pas

encore si de ça eux...bah ils ont l'objectif de continuer et tout mais est-ce qu'ils vont après quelques années garder leur clientèle, avoir un terrain, des choses comme ça. Là nous on sait pas encore.

O.: Et (euh) une question un peu plus difficile (rire) Toutes ces questions de la transition écologique ça amène quand même beaucoup d'émotions chez les gens. (euh) Je suppose que vous connaissez (euh) Pablo Servigne qui vient avec...

D-H.: Non

O.: Il est, il est un peu dans le courant de la collapsologie, la fin du monde parce qu'on n'a pas qu'on n'a pas assez pris soin

D-H.: Oui

O.: et que...et du coup il amène beaucoup d'émotions négatives dans son -vous avez tout foutu en l'air- et dans 10 ans tout sera foutu, on mourra tous quoi

D-H.: Oui, hum

O.: et parallèlement à ça y a un peu le schéma opposé du film Demain où c'est beaucoup d'émotions positives. Bah si on change maintenant avec des petites choses chacun alors on va pouvoir... Alors je voulais savoir si ça faisait sens pour vous de vous inscrire plus dans..

D-H.: Dans l'un ou l'autre...dans l'une ou l'autre vision?

O.: Oui. Et ou alors dans pas du tout l'utilisation d'émotions et juste du très concret (euh)

D-H.: Bah ouai (euh) On est dans le très concret donc (euh) si on va vers une transition écologique et nous j'imagine que les gens qui sont dans l'asso croient en ça quoi.

O.: hum hum

D-H.: Après je peux pas parler au nom de tout le monde. Donc (euh) nous on est dans le pratique et on fait, quoi! Voilà

O.: Ouai. Vous **voulez pas être**. ...nécessairement une idéologie pour introduire (euh)

D-H.: Bah on a ces valeurs qu'on défend mais ces valeurs tu les vois sur le moment (euh) Je te disais moi perso j pense que il faut être objectif et réaliste quand on voit la situation actuelle avec toutes les données qu'on a (euh) on l'a déjà bousillée la planète pour moi, tu vois.

O.: hum hum, hum hum

D-H.: Et puis (euh) j'ai beau regarder comme ça je peux pas m'empêcher de me dire le temps que je suis sur cette terre je vais quand même faire quelque chose quoi. J'ai envie d'être en accord avec moi- même

O.: hum hum

D-H.: Et quand je le fais je rencontre des gens tout aussi motivés qui sont des belles personnes et je vois qu'y a vraiment des belles choses à vivre! Alors, combien de temps ça durera j'en sais rien, enfin tu vois. La question du salut on s'en fou, la question de ce qu'on fait et qu'on prend plaisir à le faire au quotidien quoi. Et par contre quand tu parles des émotions, ouai ça dégage pas mal d'émotions et aussi le fait de retrouver, de se retrouver à la terre et tout ça...parfois t'as des gens tout d'un coup baaf t'as des vagues d'émotions hein. Tu peux juste lâcher prise et tout. Et que ce soit là, ou même quand on travaille entre nous...pour l'expliquer un peu comment on fonctionne (euh) dans une réunion avec un groupe de personne ou même en équipe. Comment on fonctionne? Qu'est-ce qu'on fait ? D'abord (euh) on se fait un petit energizer quoi. Alors on se retrouve tous et on fait un petit jeu à la con. Un petit truc qui nous échauffe tac tac tac quoi. Et puis on fait un tour de ressenti, juste dire comment on est là.

Donc on n'est pas du tout obligé de livrer (euh) sa vie personnelle etc, de dire ce qu'y a dedans, mais on peut dire qu'en ce moment ça va pas du côté privé

O.: hum hum

D-H.: Après tout dépend du niveau de confiance et tout mais on peut dire juste j'ai pas bien dormi, on peut juste dire que j'étais coincé dans les boussons... bouchons ça m'a fait chier, tout va bien (euh) Mais faire un tour comme ça ça permet de prendre la mesure de l'autre. Déjà de se dire ok ça va super bien, peut-être faire attention à cette personne. Ou si à un moment donné elle me parle mal c'est peut-être pas parce qu'elle a quelque chose contre moi c'est peut être juste parce qu'elle est énervée en ce moment et là on comprend mieux comment sont les... tu vois, ça ça permet de remettre ça.

Puis on revient là et alors on a tout un système de prise de parole avec des signes comme ça qu'on utilise. Donc par exemple ça c'est je veux parler, puis ça c'est (euh) j'vois qu'y a quelqu'un qui a déjà levé la main donc moi hop je mets le deuxième

O.: hum hum

D-H.: puis moi je suis troisième et puis après on redescend. Ça permet de se regarder, de s'écouter, des choses comme ça. On rappelle les trucs de bienveillance. C'est à dire que si quelqu'un on lui coupe pas la parole (euh) et on attend un quart de seconde avant de reprendre la parole histoire que y ait un...un...ne serait-ce que un petit blanc. On aime bien on entend c'que quelqu'un a dit. On parle pas à la place de l'autre.(euh) On dit pas ah je pense que machin il pourrait faire ça, non! (euh) Tu laisses la personne s'exprimer sur ce qu'elle a à dire (euh) Voilà. Donc on rappelle le cadre de bienveillance, tu vois. Puis on décide de tout par consentement avec à chaque fois des ressentis sur qu'est-ce que tu penses de cette proposition, ça te fait quoi tu vois ça te touche ? Et puis après est-ce que tu as bien compris le truc ? Et est-ce que tu pourrais vivre avec ? C'est pas pareil que j'veux absolument faire ça...c'est

O.: hum hum

D-H.: C'est est-ce que je peux vivre avec quoi. Et une fois qu'on a fait plein de décisions, de discussion de choses comme ça dans une réunion et ça c'est y compris avec des...très vite tu peux emmener n'importe qui à participer à ce genre de truc. On finit encore avec un tour de ressenti, de météo sur le moment comment on l'a vécu.

O.: hum hum

D-H.: Et ça permet de pas repartir avec (euh) bah si tu l'as bien vécu c'est cool et c'est chouette et que tu sais en parler mais (euh) pour des gens qui seraient rester coincer dans leurs émotions et tout ben y a une place, y a un moment pour le...pour le poser quoi. Et c'est pas un truc sur lequel on va travailler de manière psychologiques y a d'autres personnes qui font ça. C'est de laisser un endroit où on peut...on peut le dire, on peut le partager avec l'autre. Et du coup des gens parfois qui sont fermés (euh) Voilà. T'es en ville et tout c'est pas facile, t'as pas forcément les contacts, tu fais l'effort d'aller dans un potager ou des choses comme ça et là tout d'un coup le contact avec la nature j'te dis ça parfois ça dégage des trucs qu'y faut être en capacité (euh) à gérer quoi. Et pour ça les trucs, les outils d'intelligence collective nous aident beaucoup.

O.: Oui du coup vous.. vous exercez un peu la solidarité et le respect de l'état en l'autre en permanence pendant vos réunions et du coup je suppose que sur le terrain vous reproduisez ça avec ceux qui viennent

D-H.: Oui. En permanence. C'est nos valeurs

O.: C'est chouette!

D-H.: Oui

O.: Et (euh) je pense qu'on a fait un peu le tour de mes questions. Alors j'avais une dernière question mais vous êtes absolument pas obligé de répondre

D-H.: Oui

O.: (euh) je travaille aussi en..j'aimerais bien faire une comparaison entre (euh) ce qui est petite asbl privée comme je les appelle, comme les vôtres

D-H.: Oui

O.: Et un peu tout ce qui est public de la APACW ou l'IBGE et (euh) il y en a beaucoup qui m'ont parlé de leur stratégie Goodfood comment un peu un manque de respect par rapport au travail de ces petites asbl privées parce qu'ils faisaient...ils sont un peu arrivés avec leur grandes chaussures en disant regardez c'est extraordinaire ce qu'on a fait ou...

D-H.: Oui

O.: Et sans vraiment prendre en compte le travail qui est déjà effectué par les asbl depuis des années et des années. Du coup je voulais un peu savoir ?????

D-H.: C'est plus complexe que ça, j'pense. Moi je vois, j'avais dire avec mon point de vue perso quoi

O.: hum hum

D-H.: J'peux pas engager le Début des Haricots et puis en plus je suis dans ce milieu-là je pense pas depuis assez longtemps pour avoir vraiment une vision **beta** de la politique qui est engagée mais de ce que je sais c'est que le conseil consultatif qui s'appelle maintenant Goodfood c'est quand même né à un moment donné d'une reconnaissance que y avait tellement d'associations qui travaillaient dans cette dynamique quoi (sonnerie téléphone)

D-H.: euh attend...Edith, j'peux te rappeler dans deux minutes ? A toute!

(euh) donc déjà qu'il y ait cette reconnaissance-là ben c'est vraiment un premier pas quoi et donc conseil consultatif c'est à dire on va vous demander votre avis sur (euh) quelle est la stratégie et notamment dans l'idée, d'une ceinture alimentaire bruxelloise

O.: hum hum

O.: (euh) Voilà. Donc c'est déjà beaucoup. Mais quand tu regardes ce qui se fait concrètement...Alors je sais pas si il dévalorise le truc parce que nous je sais que avec l'IPGE bon ben ils nous ont toujours regardé, fin ils ont toujours regardé le Début des Haricots comme vraiment...L'autogestion, c'est quoi ça? Des anarchistes? Comment ils fonctionnent ? ou quoi des choses comme ça. Mais en fait c'est juste parce qu'ils ont pas un modèle de fonctionnement comme le nôtre et qu'il l'ont pas expérimenté donc ils voient pas ce que ça peut vraiment apporter et comme quoi ça veut pas dire qu'on a aucune structure, au contraire ! On a plein de chemins de décision. Tu vois je t'ai expliqué comment fonctionne une réunion

O.: Oui

D-H.: C'est hyper cadré en fait !

O.: hum hum

D-H.: Et ça permet d'être cadré aussi et tout. (euh) Mais voilà, y a ces écarts là et en même temps ils savent très bien vu le travail qu'on...qu'on fournit, qu'on est un partenaire privilégié. Et ils ont pas non plus l'intention de s'en détacher. Y a des choses par exemple qu'ils maîtrisent pas. Par exemple ils sont passés en marché public. Mais ça c'est une

incitation à toutes les communes et les trucs comme ça de travailler sur ce modèle-là. De nous mettre nous, tous, en compétition, les associations en concurrence à chaque fois, à chaque année pour déposer un projet pour être les plus compétitifs possible par rapport à une demande.

O.: Mais ils sont...

D-H.: C'est un système libéral qui est mis en place mais...mais..

O.: Ils sont un peu obligés de faire ça...des marchés publiques

D-H.: Oui, ils sont obligés. Ils sont poussés à ça. Je veux dire c'est pas que le côté souveraineté alimentaire bazar, ils sont poussés à ça. Mais je trouve que c'est un système profondément injuste

O.: hum hum

D-H.: Et après, c'est vrai que Goodfood tu vois certains trucs qui sont lancés. Ou la semaine de ceci ou la semaine de cela. On sent qu'il y a un côté très comm de...de...de voilà. De se baser, de pouvoir à chaque fois mettre son cachet Goodfood et tout

O.: hum hum

D-H.: Mais (euh) Moi même si par exemple dans le travail qu'on fait on...par exemple l'IBGE va nous donner, elle nous donne l'équivalent d'un mi-temps pour la coordination. On est trois. Donc tu vois, pour e travail qu'on amasse et qu'on fait (euh). Ben ils nous donnent de l'argent! Après à nous d'en trouver, à nous de machin...mais bon. Donc en soi-moi si il m'demande à un moment donné de...de j'sais pas, de promouvoir leur truc ou si sur la publication d'un événement particulier parce qu'ils donnent de l'argent, d'apposer leur truc (euh) j'suis pas contre. Mais j'ai également aussi la sensation que parfois c'est de la comm sur un truc que voilà. Sur de l'existant quoi. Puis quand tu vois...de toute façon les finances de la Région elles sont pas à hauteur de ce qu'il y a besoin (euh) là ils ont fait des appel à toutes les associations. Et donc puis ça, puis ils commencent à tout regrouper ensemble et donc ils ont regroupé en gros tout ce qui est du système alimentaire, donc de la production aux gens qui font des ateliers cuisine et des trucs comme ça

O.: hum hum

D-H.: et ils ont fait des appels à projet. Et il y a eu une réponse de tellement d'associations...Si on avait payé toutes les assos, tous les projets qui y avait...y avait pour je sais plus si c'était un million et demi ou deux millions d'euros, tu vois. Et le projet il était...la somme c'était de 200 000 ou 400 000 euros qu'ils avaient de disponibles donc (euh)

O.: Ah ouai

D-H.: Donc Voilà! Alors c'est bien, ça montre la dynamique des assos quoi, de tout ce qui se fait (euh) sur Bruxelles. Et après il y a ce problème-là. Après il y a d'autres problèmes...nous (euh) Voilà! La ministre de l'environnement c'est la ministre des logements sociaux et donc quand je te parlais des terre agricoles disponibles (euh) l) y a un problème.

O.: hum hum

D-H.: Et on n'est pas contre les logements sociaux comme je te disais. C'est juste (euh) Combien y a de bâtiments vides sur Bruxelles? Quelles politique on met là-dedans quoi

O.: hum hum

D-H.: Donc voilà, c'est un vaste sujet et je dirais qu'ils sont (euh) contre ! Mais moi personnellement je suis méfiant avec ce type effectivement de...avec le politique en général.

Le politique il...voilà, il est là pour faire sa pub et se dorer sur l'dos du travail des autres et (euh) l'administratif c'est un gros bazar qui est insupportable

O.: hum hum

D-H.: Rendre des papiers, des trucs et tout...Alors c'est bien! Nous de temps en temps ça nous permet de...de se rappeler que ce serait d'évaluer notre travail, tu vois. De se dire ok, on fonctionne comme ça à l'aise, c'est bien de regarder...mais à un moment donné tu remplis et tu remplis des trucs pour toucher tes sous. Tu passes plus de temps à remplir tes trucs qu'à être sur le terrain à travailler quoi

O.: Et aussi un dernier truc par rapport à toute cette stratégie Goodfood, une autre remarque que j'ai eu plusieurs fois c'était que au final eux ils se concentraient sur ça, sur une grosse année et puis après ils laissaient le projet vivre par lui-même, par les associations auquel il était lié

D-H.: Oui, Oui

O.: Mais que c'était pas un projet à part entière qui allait faire perpétuer et qui allait remettre de l'énergie...Qu'ils ont construit le projet et que maintenant ils espèrent un peu que ça, que ça fonctionne de par lui même

D-H.: Oui! Oui (euh) Mais ça dépend quel projet quoi

O.: hum hum

D-H.: J'veux dire quand ils font des appels à projet et qu'ils envoient les trucs c'est vrai qu'ils subventionnent juste pour (euh) pour un an. Ça c'est dans cette dynamique-là. Après le côté...le conseil consultatif Goodfood en lui-même là ils ont envie d'avoir la main mise sur le truc quoi

O.: hum hum

D-H.: Et encore une fois ça reste qu'une conseil consultatif donc on a beau donner nos recommandations (euh) c'est la ministre qui fait ce qu'elle veut après

Ben oui, les projets sont conçus comme ça. Après moi je trouve pas ça négatif, peut-être qu'il faudrait un accompagnement plus long

O.: Hum hum

D H.: Mais (euh) je ne suis pas non plus pour le tout subsidie, hein tu vois.

(silence)

D-H.: Ben je trouve que si il y a vraiment une mobilisation, les gens pourraient...on pourrait aussi se mettre en coopérative et l'créer nous-même quoi

O.: hum hum

D-H.: Alors c'est vrai qu'on paye des impôts et on donne des sous et que donc ces sous pourraient revenir (euh) Mais perso j'aime pas trop le côté centralisateur du truc, j'préfère que les gens qui ont envie de s'investir puissent mettre l'argent qu'ils ont envie à un endroit et puis (euh) Et puis le développer.

Et ce système, cette idée de coopérative et de choses comme ça y en a partout!

O.: hum hum

D-H.: (euh) Y compris par rapport à l'accès à la terre par exemple pour les paysans et tout (euh) T'as Terre en vue, la juste au-dessus t'as la GASAP tu pourras aller dire bonjour ou quoi si t'as envie

O.: (rire)

D-H.: Et il y a Terre en Vue à côté. Terre en Vue eux ben ils font des crowdfunding, des trucs comme ça où ils incitent les gens qui sont en lien avec un fermier à pouvoir prendre des parts, des terres qui sont en danger parce **qu'il veut se faire récupérer**, qu'le mec il a juste pas les moyens de racheter (euh) l'hectare qui lui manque pour nourrir ses bêtes. Du coup les gens deviennent un peu coopérateur de...du projet quoi

O.: Ah oui c'est ça, d'accord

D-H.: Et (euh) ça remet vraiment du lien entre consommateurs et producteurs

O.: hum hum

(silence)

O.: D'accord, ben merci beaucoup!

D-H.: Ça va ?

O.: Oui

D-H.: Faut que je rappelle la personne là.

O.: Pas de soucis. Un tout grand merci !

FIN

## Retranscription 2 : 20170421 101 919

**Odile :** Je fais un mémoire sur l'alimentation durable en Wallonie. Comment est-ce que... quelles stratégies de communication les organisations de transition alimentaire font pour sensibiliser la population. Et je sais bien que vous avez un axe nord...

**Quinoa :** Voilà.

**O. :** ... qui comprend entre autre l'alimentation...

**Q. :** Ouais exact.

**O. :** ... et du coup voilà c'est pour ça que je voulais vous rencontrer.

**Q. :** D'accord, super.

**O. :** Et du coup (heu) on peut peut-être commencer par présenter un peu cet axe nord...

**Q. :** cet axe nord ?

**O. :** ... et les activités alimentaires de Quinoa.

**Q. :** (heu)... Je peux revenir un tout petit peu sur l'histoire de Quinoa. C'est vrai qu'à la base... donc ça été créé dans les années 90 par (heu) un groupe de jeunes qui voulaient voyager autrement. Tu vois à l'époque, il y avait pas toutes ces possibilités, toutes ces alternatives etc. peut-être c'est difficile à imaginer, mais voilà. (hum) Et puis fin des années 90, voilà ça s'est structuré en... en asbi, l'agrément ONG (heu) et donc on s'est vraiment inscrit dans tout ce volet coopération au développement et alors depuis... 2008, bah on a développé (heu) ce volet nord. C'est finalement nous, tout ce qui est axe sud, les bénéficiaires c'est quand même les gens d'ici... c'est ici le nord, si tu veux, parce que nous on fait pas des campagnes (heu...) de plaidoyers ou des récoltes de dons pour les gens du sud quoi.

**O. :** Ouais ouais.

**Q. :** Et donc dans cette logique-là, bah voilà on a développé (heu...) l'axe nord. Et pourquoi l'alimentation ? Parce que (heu) c'est vraiment (heu) la porte d'entrée (heu) de toutes les alternatives (heu), des résistances, c'est aussi un énorme enjeu (heu) planétaire quoi (heu...) et c'est comme ça qu'on a commencé à... à développer ce programme et tout premièrement avec le projet alternative locale. D'ailleurs si tu veux, la personne qui gère ce projet-là est là, donc si t'as des questions plus précises, tu peux... tu peux lui demander aussi. (hum) Voilà et donc l'idée de... du projet alternative locale, mais ça tu as dû le voir sur le site, beh c'est de d'abord (heu) se poser la question « tiens, qu'est-ce que j'ai dans mon assiette ? » « D'où ça vient ? » « Comment c'est produit ? » (hum) Comprendre comment on consomme et comment consommer est un acte politique et en fait nous relie aux gens du sud parce que (heu)... l'idée (heu) c'était vraiment de faire comprendre comment (heu) toutes les alternatives locales (heu) locales peuvent changer la donne (toussoitement) aussi pour les... les paysans du sud quoi. Voilà.

**O. :** Et quelles ont été un peu les (heu) les motivations au final de créer (heu) ce pôle... ce pôle nord après...

**Q. :** Ben la motivation c'est parce que ça... ça tombait sous le sens en fait... que... nous voilà on est un organisme... de formation (hum) que... voilà on format, fin on forme toujours d'ailleurs (heu)

notre public à avoir un autre regard sur le sud, à découvrir des alternatives dans le sud (hum) qu'après, au retour, c'est comment continuer à s'impliquer quoi, c'est pas juste aller voir (heu) des belles images et se dire qu'on a vécu une .... une super expérience, c'est revenir ici et... et mettre la main à la pâte d'une manière ou d'une autre et donc s'impliquer dans des alternatives et comme je le disais encore, ben pourquoi principalement l'alimentation ? Ben parce que c'est un... c'est un enjeu mondial qui concerne tout le monde et que (heu) ce pouvoir qu'on a en tant que citoyen de consommer autrement, ben c'est entre les mains de... de chaque personne, chacun à sa façon et qu'on est là vraiment pour... ouais informer, sensibiliser et surtout faire changer de comportement (heu) les personnes quoi je sais pas si ça répond bien à ta question mais voilà.

**O. :** Ouais très bien.

**Q. :** Y a y a il y a une évidence quoi, si on veut rester cohérent par rapport à nos activités, par rapport à ce qu'on porte et c'est vrai que par contre, j'ai pas... parlé des outils pédagogiques mais on a cet outil, le jeu de la ficelle que peut-être ... fin en tout cas qui... qui est bien documenté sur le site, qui est aussi disponible en téléchargement et voilà ben le jeu de la ficelle c'est ça, c'est les... c'est les liens (heu...) entre (heu) ce qu'on trouve dans nos assiettes et les impacts (heu...) de nos choix sur le reste du monde ici et là-bas et que (heu...) bien sûr c'est très important de... de comprendre que dans le sud, c'est très différent de... de ce qu'on peut voir dans... dans les médias mais qu'il faut pas non plus se couper de ce qu'on fait ici et nous c'est ça notre vision globale c'est que c'est, tout est lié en fait.

**O. :** Et le jeu de la ficelle, c'est le jeu que vous avez développé avec Rencontre des Continents...

**Q. :** Ouais c'est ça, c'est ça.

**O. :** D'accord, est-ce que vous avez d'autres activités que ce jeu de... de sensibilisation (heu) pour les plus petits ?

**Q. :** (heu) On a (heu) un autre outil pédagogique qui s'appelle (heu) le tribunal de... l'abominable courgette masquée, il est là, je peux te montrer un exemplaire. Et là aussi (heu...) c'est un outil qui sert à argumenter : « tiens pourquoi aujourd'hui on a (heu) une courgette qui vient du bout du monde ? » « Pourquoi est-ce qu'on a des OGM dans nos assiettes ? »

**O. :** C'est juste là, c'est ça ?

**Q. :** Ouais. Et c'est vraiment développer ses capacités d'argumentation sur (heu) le le... notre système alimentaire (heu) de la production au choix de consommation. Alors (heu) le projet alternative locale dont j'ai parlé (heu...), on a (heu) ça c'est tout récent (heu) développer le réseau des brigades d'actions paysannes. D'ailleurs, c'est ici le bureau. Ils sont à deux à travailler sur ça (hum...) et donc c'est tout nouveau et là aussi, c'était une évidence en fait, où (heu) on voulait faire le lien entre... des gens qui ont envie de donc des bénévoles qui ont envie de mettre la main à la pâte, ici, (heu) vraiment avec des (hum) des actions concrètes, de chantiers et mettre ces gens en lien avec des agriculteurs qui ont (heu) qui ont souvent besoin de... d'extras pour donner un coup de main que ce soit pour les récoltes, les plantations, mais aussi rénover une serre ou ce genre de chose et que ben voilà (heu) nous on veut soutenir l'agriculture paysanne et alternative (heu) en (heu) les mettant en réseau avec des bénévoles qui ont envie de donner du temps quoi (heu) donc ça c'est l'aspect concret chantier et dans ce... ces brigades d'actions paysannes, il y a aussi tout le volet (heu) actions (heu) politiques, plaidoyers où l'idée ben c'est d'avoir un groupe de bénévoles activistes qui sont présents (heu) sur (heu) les actions (heu) où il est question de... d'enjeux alimentaires et agricoles quoi. Donc ça peut être aller (heu) aller faire un blocage à un sommet, ça peut être faire une interpellation (heu), une infiltration (hum) et... et ce réseau il est là aussi pour

continuer à... à se former quoi. Et en fait, on est super content parce qu'on se rend compte qu'il y avait vraiment (heu) il y avait vraiment des attentes par rapport à ça et ça marche super bien (heu...) donc on a fait la page sur notre site, mais il y a un site brigade d'actions paysannes qui (heu) qui existe, ça tu verras aussi. Et (heu) et alors bien sûr on n'a pas fait ça tout seul dans notre coin, on est avec tout un réseau d'autres associations qui (heu) qui qui soutiennent aussi bien tout ce réseau. Il y a ???? ; Rencontre des Continents, le réseau des GASAP (heu) voilà ce sont les principaux mais l'idée c'est vraiment d'élargir au maximum quoi.

**O. :** Ça a un côté plus militant.

**Q. :** (hum) Ouais... disons que c'est (heu...) l'aspect plus... action, activiste et concrète. Là où nous ben on a surtout des... des modules de formation avec nos projets, nos outils pédagogiques et là ben oui, on est... on est dans le concret quoi.

**O. :** Et au niveau de la communication, comment est-ce que ça fonctionne plus ou moins ici pour la communication pour... vers l'extérieur quoi, pas...

**Q. :** Ouais. Alors là, c'est... c'est vraiment difficile de te répondre juste par rapport à la question qui t'intéresse parce que (heu...) la communication et la sensibilisation (heu) c'est avant tout de l'info... il y a plusieurs aspects, il y a l'info par rapport à nos activités, vu que on cherche à former des gens donc on doit informer les gens qu'on organise ces formations (hum) mais alors dans la sensibilisation il y a aussi tout ce qui est ben appels à mobilisation (heu) informations sur différents sujets en relayant, en soutenant, en... en faisant des appels à... à signature et donc la communication englobe tout ça, mais (heu)... mais on réagit pas uniquement sur des questions d'alimentation, c'est en fait l'objectif général, c'est les relations nord-sud... donc voilà c'est... c'est vraiment difficile de juste (heu) parler de l'aspect alimentation. Après, peut-être que (hum) Damien n'est pas là malheureusement, j'aurai dû... c'est lui qui s'occupe des brigades d'actions. Et lui, il vient de commencer et fait un gros travail de communication sur ces... ces brigades-là donc je ne sais pas (silence) ce que t'entends exactement par comment se fait la communication mais (heu) peut-être tu peux préciser...

**O. :** En fait, c'est plus au niveau de... du de comment est-ce que le discours est construit... et comment est-ce que (heu) quelle forme de communication vous utilisez pour amener les personnes à participer à vos activités, que ce soit du... envers le volet formation ou pour (heu) pour toutes les activités que vous m'avez décrites.

**Q. :** Ben le discours (heu) je dirai qu'il est construit (hum) (silence).

**O. :** Est-ce qu'il y a des... des lectures ou des théories, approches, paradigmes qui vous ont influencés dans la construction de ce discours ou...

**Q. :** Oui, mais alors (heu...) là je vais vraiment de renvoyer vers Amory parce que (hum) voilà, les théories, les paradigmes, ça, ça se... ça se reflète dans les formations et peut-être un peu moins dans la communication même si voilà, l'idée de toute la communication chez nous, ben c'est de la lier à la sensibilisation, c'est d'éviter bien sûr de... de culpabiliser les gens et de leur montrer dans tout ce qu'on fait, dans tout ce qu'on propose comment ils peuvent passer à l'action et que l'action est collective, voilà, je dirai que c'est un peu ça le... le... fin tout voilà (hum) parce qu'on sait très bien que quand on est moralisateur en fait ça crispe les gens et c'est... ce qu'il faut en fait, c'est de leur donner envie de participer et que ce soit ça le moteur (hum) et que (heu) en fait on se retrouve souvent... pour te parler de notre public, on se retrouve souvent face à des jeunes qui... qui nous parlent d'éco-gestes et qui nous parlent d'alimentation bio... et (heu) nous on déconstruit en leur expliquant que c'est une étape quoi et que... et que tous les enjeux ne sont pas là parce que voilà si

c'est (heu) pour aller acheter bio au Delhaize ben il manque quand même tout... tout... je vais dire une galaxie... d'info et c'est... et c'est réussi à relier voilà une première petite impulsion, on veut pas non plus les casser en disant « ah nan c'est nul de faire des éco-gestes » parce que c'est pas un chouette discours non plus, mais c'est leur montrer que voilà, c'est une petite goutte d'eau (heu) dans une... une galaxie d'actions qui sont à relier (heu) ben avec des enjeux politiques très globaux quoi et voilà et c'est faire le lien entre (heu) super local et global et alors la deuxième partie de la question c'était (heu) c'était quoi ? C'était plus au niveau technique quoi ? Comment on touche notre public, c'est ça ?

**O. :** Ouais.

**Q. :** (heu) Ben voilà, bien sûr on a... on a l'armada d'outils de communication de n'importe quelle structure donc ça va de... des outils classiques comme le site internet à la newsletter (heu) bien sûr les réseaux sociaux ça prend (heu) ça prend de plus en plus d'importance (hum) on a une page Facebook, mais on a aussi un groupe quinoactivistes (hum) (silence). Pour montrer que (heu) au-delà des formations et des outils de sensibilisation qu'on propose ben il y a encore une fois l'aspect plus concret et donc sur ce groupe quinoactivities, on va relayer (heu) des... plein de d'appels à mobilisation et en fait, l'idée c'est que (heu) voilà nous Quinoa on va (heu) soutenir et relayer (hum) on essaye toujours qu'il y ait quelques permanents qui soient présents à une action et (heu) on invite en fait nos bénévoles à nous rejoindre quoi... et qu'en fait on propose aussi un accompagnement dans le fait de passer à l'action... et tout ça c'est vrai que ça a pris un certain temps de réflexion parce qu'au début on se disait ben voilà on a passé souvent presque un an à former ces jeunes donc ça va ils peuvent aller à une mobilisation, à une manifestation parce qu'ils ont... ils ont le cadre, ils comprennent l'enjeu et puis on se rend compte en fait que (hum) ça ne suffit pas, il faut aussi voilà il faut avoir une raison de se rassembler, il faut de l'envie, il faut un moteur, il faut que ce soit convivial et en tout cas nous c'est notre partie prise et que c'est comme ça que les gens se rassemblent et se bougent parce qu'ils ont envie de se retrouver en fait.

**O. :** Donc pour accéder à cette mobilisation citoyenne, votre méthode c'est en fait de, la formation de jeunes en... en les soutenant là où ils sont et en les...

**Q. :** Et en essayant de... de leur élargir leur champ de vision. Alors on sait bien qu'au terme (heu) de nos formations parce que si tu veux voilà le processus projet international (inspire) il y a différentes étapes avant le départ c'est voilà changer de regard, enlever ses petites lunettes culturelles, arriver sur place, découvrir des alternatives (hum), sortir de l'image misérabiliste du sud et voilà et quand ils reviennent il y a encore tout un week-end de... de formation où là on... on fait intervenir des personnes qui sont actives dans... dans le réseau associatif et ça c'est vraiment (heu) un outil pour que (heu) les jeunes comprennent qu'ils peuvent continuer à s'impliquer et là où je voulais en venir c'est qu'on sait très bien que tous nos jeunes ne vont pas s'impliquer de la même façon quoi, le but c'est pas qu'ils deviennent tous activistes ou qu'ils créent leur parti politique mais (heu) c'est que voilà chacun il y en a qui vont (heu) je sais pas s'impliquer dans un GASAP par exemple, ben il y en a d'autres qui vont aller militer dans leur école pour avoir (heu) des canines plus durables (heu) d'autres vont s'impliquer dans des associations qui continuent à faire le lien avec (hum) après nous (heu) peut-être ça peut t'intéresser aussi pour ton travail on fait des... des enquêtes régulières sur (heu) nos anciens bénévoles et comment ils continuent à s'impliquer donc on a des chiffres assez précis sur... sur le choix, leur choix d'engagement quoi donc ça je peux te retrouver parce que je ne connais pas évidemment le... les détails mais je je dirai, j'espère que je ne dis pas de bêtise (hum) j'ai l'impression que (heu)... tu vois on a cette grille « avec » « sans » « contre » (hum) et j'ai l'impression qu'une... en tout cas... dans leur début de parcours il y a une majorité de jeunes qui sont dans le « sans », qu'est-ce qu'on met dans le « sans le pouvoir » ? C'est voilà créer un GASAP, c'est participer à un jardin collectif où en fait on crée sa petite bulle

alternative en dehors (heu) du système quoi j'ai l'impression que ça c'est la plus grosse partie des jeunes (heu) qui s'engagent. Une partie « contre pouvoir » donc là tout ce qu'on met là-dedans c'est activisme, action directe, désobéissance civile, ça c'est une plus petite partie parce que voilà il faut... faut une certaine... une certaine maturité pour arriver à mettre ça en place et (heu) et tout ce qui est « avec le pouvoir », donc là c'est plus (heu) voilà être dans les... les un parcours plus politique il y en a aussi quelques-uns tu vois qui vont s'engager (heu) mais... mais je dirai que c'est plus réduit aussi quoi. En tout cas moi mon sentiment c'est que les jeunes qui passent par chez nous après ils ont envie de recréer de la collectivité mais quelque chose qui soit vraiment (heu...) leur projet au niveau local quoi, qu'il puisse créer de A à Z avec des gens du quartier, avec (heu) leur groupe d'étudiants mais voilà.

**O. :** *Oui parce que du coup votre public c'est exclusivement des jeunes, 18 à 30 ans, un truc dans le genre...*

**Q. :** Oui c'est ça.

**O. :** ... qui partent voyager et qui après s'impliquent...

**Q. :** Mais nous on est... on est une organisation de jeunesse, donc c'est vrai nous notre public cible c'est on va dire les 18-30 ans, c'est une grosse majorité du public après on forme d'autres types de gens, on forme beaucoup de gens de de... dans le milieu associatif donc des professionnels, énormément de... de professeurs, des jeunes d'école aussi, mais alors si on parle (hum) de nos projets internationaux là c'est vrai que ben on forme je dirai 80 à 90 personnes par an c'est le gros de notre public et alors (heu) ben là effectivement c'est surtout des... des étudiants (heu) classe moyenne. Voilà.

**O. :** *Et c'est (heu) le le public est... j'allais dire réduit mais c'est pas le bon terme (inaudible) le public est... ce sont les étudiants de classe moyenne. Vous essayez pas de d'aller chercher des étudiants d'autres milieux sociaux.*

**Q. :** Ben si si... (heu) voilà. Je me suis peut-être mal exprimée. (heu) Voilà nous on... notre objectif c'est la sensibilisation nord-sud, nos projets sont ouverts à tous. D'ailleurs c'est comme ça qu'on... communique (heu) mais on sait qu'il y a différents freins que je peux détailler si t'en a besoin, différents freins qui fait que *in fine*, le gros de notre public... c'est (heu) des filles (heu) classe moyenne (heu) qui ont un parcours d'études supérieures quoi. Je dirai (heu) 75 pourcents des gens après voilà on a des outils qui sont mis en place pour (heu) donner l'accès à d'autres personnes, on a des systèmes de bourses partielles voire complètes donc ça, ça élargit aussi un peu le public mais là la question financière est pas le seul frein à la participation à nos projets quoi.

**O. :** *Et quels autres freins...*

**Q. :** Les autres freins ? Ben donc en tout cas pour les projets internationaux ... OK le frein (heu) monétaire est important puisque le bénévolat prend en charge son billet d'avion mais voilà pour notre projet alternatives locales ou nos... nos formations c'est différent. Je crois qu'il y a... le fait qu'on parle quand même de (silence) de l'enjeu assez (heu) assez pointus (heu)... Qui peuvent parf... au début en tout cas laisser les gens un peu un peu démunis (hum) (silence) donc c'est c'est aussi un frein (heu) culturel quoi... voilà.

**O. :** *Est-ce que vous essayez de... de d'éliminer ce frein culturel ? Ou...*

**Q. :** Oui, ben voilà ça prend ça prend aussi du temps quoi (heu) je dirai aussi voilà classe moyenne supérieure les jeunes ont eu plus l'habitude aussi de voyager par exemple avec leurs parents (heu)

ben si on vient d'un milieu plus modeste (heu) et qu'on n'a pas vécu ... on se rend compte voilà que le background familial ça ça fait aussi beaucoup dans dans son ouverture d'esprit quoi (heu) et donc oui on se tourne vers d'autres publics, on a déjà fait (heu) quelques quelques rencontres dans des maisons de jeunes, on... moi pour la sensibilisation, j'interviens aussi (heu) parfois dans des écoles secondaires mais mes collègues qui font uniquement de la formation... ben voilà dans les écoles c'est déjà plus diversifié (hum) mais même si on touche ces gens-là après le fait de s'inscrire c'est encore une autre étape quoi. Je pense aussi voilà... nos projets (heu) sont toujours aussi basés sur la collectivité (hum) voilà tout le monde n'est pas aidé dans cet exercice-là. C'est vrai que beaucoup de gens qui ont participé aux mouvements de jeunesse voilà on plus l'habitude de ces activités-là (heu) et c'est clair que les mouvements de jeunesse tout le monde n'y va pas non plus donc encore une fois ça fait ... effet entonnoir quoi.

**O. :** *Oui, il y a des gens qui seraient plus (heu) formés de base, à rentrer dans le projet plus facilement et d'autres où il faut vraiment aller les chercher pour...pour faire naître (heu).*

**Q. :** Oui.

**O. :** *Il y a le public déjà un peu averti qui participe déjà avec facilité et puis il y a le public moins averti.*

**Q. :** Oui c'est vraiment ça voilà, il y a un public averti où où... où on sait que... que voilà le fait de... de travailler en groupe que chaque personne va donner un peu d'elle-même que ce soit du temps ou de... de ses idées voilà pour certaines personnes c'est déjà acquis et c'est sûr que c'est... c'est beaucoup plus facile, mais finalement c'est des personnes qui sont déjà (heu) rallier à la cause j'ai envie de dire quoi. Et... et c'est sûr que voilà moi j'interviens aussi beaucoup (heu) sur des événements plus grand public par exemple des je sais pas des festivals (heu) là il y a un peu plus (heu) toutes sortes de gens et (heu...) et voilà et ces gens-là on... j'aime pas le mot persuader parce que voilà c'est pas l'idée non plus de (rire) de persuader les gens mais en tout cas en discutant avec eux on... on se rend compte ben oui (heu) du travail des dé clics qui se font pas forcément si facilement quoi c'est des longs processus. Parce que la personne doit être consentante quoi bien sûr.

**O. :** *Et juste au niveau pour revenir une minute sur (heu) les... les résultats fin les...*

**Q. :** Ouais.

**O. :** ...l'engagement après...

**Q. :** Ouais.

**O. :** ...après être passé par ici. Est-ce que tous les jeunes ont, font un petit engagement ou un grand engagement ou est-ce qu'il y a quand même une partie qui abandonne, qui se dit OK j'ai vécu un chouette truc mais voilà.

**Q. :** Là aussi on a des chiffres et (heu) on a une grande majorité des gens qui continuent à s'engager mais après dans engagement comme je t'ai dit il y a plein de choses différentes quoi (heu heu) (silence). Voilà tout le monde ne va pas (heu) devenir un grand activiste ou chef de parti politique mais voilà donc comme ça comporte une quantité d'aspects, oui il y a une majorité de gens qui s'engage et une proportion (heu) vraiment limitée de (heu) de personnes qui... qui passent leur chemin quoi mais (heu) en fait l'avantage c'est que (heu) nos processus sont assez longs... et donc ça ça tient les gens (heu) voilà le le changement ne s'opère pas de manière très violente quoi c'est par petites touches, étape par étape et comme je le disais voilà chaque personne choisit un peu (heu) selon son... ses envies et son parcours et donc (heu) comme les les prises de conscience et de

changement se font assez en douceur ben voilà finalement les gens continuent sur leur (heu) sur leur lancée quoi. Ouais et ça peut être aussi... même des effets auxquels on avait moins pensé comme par exemple des gens qui changent d'orientation professionnelle ou qui changent de de... de filière de formation quoi ça arrive aussi et (heu)... et ce qui est chouette c'est que... on reste beaucoup en contact avec nos anciens, aussi beaucoup de gens passent et continuent à donner des nouvelles ou parce qu'ils sont engagés dans d'autres choses ils ont besoin de conseils tu vois ici on a un petit centre de documentation donc voilà on fait aussi un peu office de de... de de voilà cette maison où les gens peuvent revenir rechercher un peu de... d'inspiration quoi ça marche aussi comme ça.

O. : *Alors vous parliez un peu du du... on parlait du discours que vous mettiez en place...*

Q. : Ouais.

O. : *... et (heu) tu disais que vous évitiez à tout prix de culpabiliser...*

Q. : Ouais.

O. : *... c'est plus quelque chose de soutien et de formation...*

Q. : Ouais.

O. : *Mais à... à la base la question alimentaire est quand même quelque chose de très émotionnelle et très culpabilisant et comment est-ce que vous faites alors du coup pour éviter de de... de mettre à jour, de... transmettre cette idée culpabilisatrice et émotionnelle pour revenir à quelque chose de beaucoup plus... doux comme vous le décriviez.*

Q. : (silence) Je dirai que c'est heu en tout cas... dans nos formations et dans tout ce qui est sensibilisation, par exemple quand je fais un stand d'info, on... on laisse d'abord (heu) de l'espace pour que les personnes s'expriment. Ça je trouve que c'est quand même une première étape assez importante quoi plutôt que de venir avec un discours tout fait, ben nous on essaye de partir de la personne comme ça on comprend aussi d'où elle part et puis (heu) ben c'est lui montrer qu'il y a d'autres étapes et qu'elle est qu'au début du cheminement (heu) tu sais un peu comme un jeu... voilà où t'avances sur certaines cases parfois tu dois reculer c'est comme ça (hum) peut-être ça semble un peu abstrait mais en tout cas je trouve que voilà laisser parler la personne... pour qu'au moins elle (heu) déjà elle formule (heu) déjà là où elle se trouve et puis qu'elle comprenne que elle est au début, ben moi il me semble que c'est déjà... déjà (heu) très (heu) très constructif en fait parce que **paroles d'Odile Inaudibles** parce que elle se rend compte qu'elle a déjà (heu) ouvert une brèche et puis qu'il y a plus qu'à entre guillemet, plus qu'à continuer quoi.

O. : *Ouais d'accord... et est-ce que parfois les les personnes qui viennent ici qui sont peut-être un peu moins averties ont des difficultés à... à recevoir le... le discours ou l'activité en...*

Q. : Oui, oui il y a toujours des gens qui (heu) ben voilà on parlait des freins, ben là c'est encore d'autres freins (heu) ou même des personnes c'est pas forcément (heu) le fait qu'elles soient en début de de... de parcours, en début de conscientisation, il y a des gens qui sont déjà très loin mais voilà qui qui veulent continuer à... à poser des questions et malgré toutes les... tout (silence) toutes les attentions qu'on a au fait de pas trop brusquer les gens ben oui (heu) c'est chamboulant (heu) il y a des personnes qui trouvent vraiment qu'on va trop loin (heu) (rire) ouais on... je pense en fait c'est ça qui est rigolo, c'est que chaque année c'est les mêmes processus et qu'on a un peu toujours la même proportion de gens qui trouvent qu'on est peut-être extrémistes ou quoi (hum) donc oui bien sûr (heu) pour certains c'est, ça peut être (heu) difficile à... à digérer quoi.

O. : *Et du coup, comment est-ce que vous faites pour (heu) un peu faciliter la digestion ? (rire) Si on peut dire ça comme ça.*

Q. : (heu) Par exemple, dans nos formations c'est vrai qu'on utilise des... des outils très très différents, donc par exemple peut-être lors d'un débat il y a une personne qui va je sais pas rester sur ses positions ben on va la laisser s'exprimer après comme tout se fait toujours en groupe c'est vrai que... voilà ça va être dilué dans les... les avis de chacun quoi (hum) et que peut-être (heu) une personne va avoir un gros blocage sur un sujet pendant un débat mais après comme on va faire je sais pas une mise en situation ou regarder un film d'animation ou autre chose... tu vois les déblocages se font aussi parce que c'est différents outils utilisés et je pense que (heu) une personne va plus (heu) se reconnaître ou avancer avec tel outil qu'avec un autre quoi.

O. : *Donc vous laissez les émotions s'exprimer ou les positions s'exprimer...*

Q. : Ouais.

O. : *...mais vous travaillez avec... une variété de... de d'outils...*

Q. : Ouais.

O. : *Et du coup, ça ça se règle un peu par... par le travail en groupe et par le travail... via les activités.*

Q. : Ben se régler c'est un grand mot parce que... parce que voilà on a déjà dit hein c'est des longs processus mais en tout cas (heu) une fois que les gens... ont de l'espace pour s'exprimer (heu) se font aux réflexions des autres qu'ils soient expérimentés ou pas (heu)... c'est ça aussi qui peut (heu)... te... voilà transformer une position quoi.

O. : *Donc si j'ai bien compris la force c'est si c'est que... que sur des longs processus et du coup, il y a...*

Q. : Et la collectivité quoi.

O. : *...il y a une remise en question en permanence sur ce...*

Q. : Oui c'est ça parce que finalement (heu) comme tout se fait en collectivité (heu) là j'ai envie de dire ben les personnes sont... sont directement confrontées (heu)... au groupe quoi et donc (heu) ben tu peux tester ta réflexion déjà, ce que tu as mis en place... avec l'épreuve du groupe. Et voilà.

O. : *Moi j'ai fait le tour de la question.*

Q. : C'est vrai.

O. : *Oui (rire).*

Q. : Ça va.

O. : *Si vous avez encore quelque chose à...*

Q. : Ben j'ai un peu l'impression que... que j'étais quand même fort abstraite en fait ce qui serait peut être chouette c'est que tu... tu vien... fin en fait je sais pas si tu as le temps ou quoi que tu viennes à une formation quoi.

O. : Ben je peux ouais je peux regarder quand il y en a une...

Q. : Ben il y en a une bientôt en fait, pas ce week-end ci le week-end d'après.

O. : Ben en fait mon mémoire c'est vraiment sur le... la culpabilisation du du... du sujet et comment est-ce que...

Q. : Ouais.

O. : Ça peut fin c'est très culpabilisant et du coup comment est-ce que (heu) ça peut être quelque chose de (heu)... de constructif à la place de un peu destructeur et paralysant.

Q. : Ouais ouais complètement.

O. : Et du coup vous avez (inaudible).

Q. : C'est vrai ah bon ben super. Ouais nan c'est sûr que c'est un point (heu) (silence) et encore je trouve que tu vois en dix ans (heu) les possibilités de consommer autrement ce sont vraiment vraiment fort développées quoi.

O. : Ah ouais ouais c'est impressionnant.

Q. : Parce que moi je sais pas en tout cas j'ai l'impression (heu) quand j'avais vingt ans voilà tu pouvais aller au Delhaize acheter des trucs bios ou (heu) tu sais dans la petite boutique bio où tout coûte méga cher, donc t'es un peu là « aaahhhhh je mange plus en faite » (rire) et puis et maintenant en tout cas si tu t'intéresses à la question ou que tu y as accès parce que il y a aussi le le... le problème de d'avoir l'accès à l'info je trouve qu'il y a tellement de... de possibilités et ça... c'est assez rassurant quoi.

O. : Ouais... ouais ouais. Et en fait le... le point de départ c'est que j'avais été je sais pas si vous connaissez à une conférence de Pablo Servigne.

Q. : Ah oui.

O. : Qui lui est extrêmement, c'est son sujet, il est extrêmement...

Q. : Oui.

O. : ...dans la destruction du monde et qu'on va tous mourir dans dix ans si on change pas maintenant, à la minute près quoi.

Q. : Ouais.

O. : Et... et puis après il y a aussi le... le film Demain qui est sorti très peu après son livre... où là c'est un peu extrêmement positif un peu trop beau pour (heu)... qui manque un peu aussi cette... cette base théorique.

Q. : Oui.

O. : Et du coup ce qui m'intéressait c'était de voir un peu fin...

Q. : entre les deux quoi.

O. : Entre les deux.

Q. : Oui oui je vois.

O. : Et j'ai rencontré Rencontre des Continents et c'est les seuls qui ont... (heu) c'est Daniel Cauchy c'est le seul qui m'a dit nous notre point de départ c'est (heu) la destruction du monde et puis il y en a que ça choque il y en a que ça choque et c'est... mais c'est le point de départ après on vient avec des... des solutions et (heu).

Q. : Ouais en fait c'est d'abord comprendre dans quel système on vit et se rendre compte que c'est voilà que c'est un système auto-destructeur ça c'est sûr.

O. : Mais il y en a énormément qui n'y croient pas et du coup... imposer ça déjà c'est très dur à recevoir et ensuite on se dit « ah non c'est pas vrai on vit super bien en ce moment », du coup c'est un peu l'enjeu.

Q. : Ouais c'est ça c'est d'abord prendre conscience et puis (heu)... et puis se changer soi, les autres, le système, c'est (heu) (rire) plein d'étapes.

O. : Ou alors, c'est comme un peu vous faites, c'est partir d'activités pour prendre... pour arriver à prendre conscience après (inaudible)

Q. : Ben oui et puis partir des gens quoi, moi je, ça me paraît quand même super important, mais ceci dit, c'est vrai que le film Demain dans le réseau associatif, ONG et tout ça, il a été pas mal critiqué parce que comme tu disais, très (heu) voilà très positif très beau mais moi j'y réfléchissais vraiment tu sais en terme de d'outil de sensibilisation grand public, moi je trouvais que c'était génial.

O. : Ouais ouais ça a super bien marché.

Q. : Parce que ça a touché les gens et il y a rien à faire voilà quand tu es touché tu as tu as envie de bouger quoi et quand tu te rends compte aussi à quel point (heu) voilà ça peut être convivial et agréable en fait.

O. : Ouais, ils ont vraiment axé tout là-dessus.

Q. : Et c'est important aussi parce que finalement ouais je sais pas le temps que tu vas prendre dans ton potager collectif ben c'est du temps (heu) c'est du temps de (heu) de gaieté et d'échange quoi. C'est pas juste (heu) c'est pas juste vivre en autonomie quoi il y a toute la convivialité et... et voilà, je trouve que c'est pareil pour (heu) tu vois un peu ce combat en tout cas à Bruxelles (heu) vélo voiture quoi c'est c'est vraiment très violent et (heu) (rire) et que voilà le fait de... de prendre son (heu) son vélo là aussi dans le genre culpabilisant waouh pour les gens qui ont toujours eu une voiture c'est... c'est compliqué quoi. Eux, ils voient que... que la perte de leur liberté quoi.

O. : Mais même fin je connais pas mal de personnes à Bruxelles qui voyagent en vélo et c'est juste tellement violent et tellement... polluant que... qu'ils abandonnent vite aussi quoi.

Q. : Ouais.

(silence)



## Entretien Bees Coop

O. : Odile Marchand

B. : Bees Coop (membre fondateur)

(ambiance musicale)

(bruits de chaises)

O. : Du coup tu fais aussi partie du réseau ADES en fait ?

B. : Oui

O. : Ah oui voilà. Parce que j'ai une copine Milou Debatty

B. : Ah ben oui

O. : Qui est dedans et du coup (euh) j'avais un peu demandé si elle avait pas un contact pour que je rencontre mais elle ne savait pas vraiment (euh) qui renseigner

B. : Ben c'est vrai que en fait du...fin tu vois de la Beescoop, mais je t'en parlerai un peu, mais ça part aussi en partie du réseau ADES

O. : Oh, c'est mon gsm (rire)

B. : Oh pardon, j'ai le même

O. : Pas de soucis

B. : (rire) Sorry. Je t'ai arrêté là..

O. : Non c'est bon

B. : J'allais couper mon...(rire) Voilà. Ouai le tiens est plus propre.

O. : (euh) Oui du coup je fais un mémoire sur (euh) les organisations de transition alimentaire et les stratégies de sensibilisation qu'elles utilisent pour sensibiliser le public

B. : Ouai

O. : Le grand public quoi. Donc voilà

B. : Ok

O. : (euh) Et...On va peut-être commencer par présenter Beescoop

B. : Ouai

O. : Et l'activité, les activités qu'ils font

B. : Et quand t'entend par (euh) est-ce que tu veux bien préciser un peu plus ce que t'entend par (euh) ben transition alimentaire, sensibilisation ?

O. : En fait si ça te dérange pas je préfère faire à la fin

B. : Ok. D'accord. Ok, pas de souci, ça me dérange pas

O. : Voilà (rire)

B. : Mais du coup, la Beescoop (euh) c'est quoi ? Je sais pas si tu connais déjà un peu ou si (euh)

O. : Oui, ben oui

B. : Fin, je peux te représenter si tu veux le contexte aussi et un peu l'historique quoi. (euh) A la base on s'est retrouvé (euh) Donc moi je suis fondatrice et maintenant je suis membre du CA

O. : Ah oui

B. : et (euh) et j'ai été très active aussi dans tout ce qui a été gouvernance, donc fonctionnement interne dans la mise en place de la Beescoop.

O. : hum hum

B. : Faut savoir que ça a débuté il y a plus ou moins trois ans et ça a commencé autour d'un verre (euh) On était cinq, six potes et on s'est dit ok là (euh) en tout cas les mode de consommation, bah c'est pas de consommation, de...de vente dans les supermarchés les gros trucs (euh) hyper commerce et où on avait aucun contrôle ben ça nous convient pas quoi. Et à côté de ça les épiceries bobo où y a que les bobos aussi qui vont où ça coûte 7 euros ton pain (euh) ça va pas non plus quoi

O. : oui oui oui

B. : Donc on était un peu dans un entre deux en se disant ok ben on aimerait construire une autre alternative. Pour (euh) essayer de construire quelque chose qui convient au mieux à...à tous quoi. Qui pourrait respecter les besoins alimentaires de tous (euh) sans pour autant...et que ça soit accessible quoi. Sans pour autant que ce soit juste pour une élite (euh) Donc voilà. Donc ça faisait partie de la réflexion aussi, en se disant en plus ben tout l'aspect réflexif aussi avec les supermarchés, les grandes surfaces ben que voilà on avait aucun contrôle! Parce qu'en fait on se sentait complètement manipulés aussi dans le système de manière globale (euh) que au niveau de la qualité des produits aussi c'était vraiment n'importe quoi, parce que voilà au fur et à mesure ben voilà il y avait une transformation de produit des plus en plus importante et qu'au final on savait plus ce qu'on mangeait quoi.

O. : oui

B. : Et en plus, pour couronner le tout c'est qu'on se rendait compte aussi que y avait de moins en moins un respect par rapport aux producteurs et que du coup il y avait un éloignement de plus en plus important entre en fait c'qu'y a niveau du produit...fin le producteur quoi et puis après c'que t'as dans ton assiette.

Et donc ça on voulait essayer de réduire aussi (euh) on va dire la distance entre les deux. Donc voilà! Donc (euh) foisonnement d'idées (euh) Et donc au départ on était (euh) j'te dis on était pas nombreux et on s'est dit ok on va se lancer sur un petit truc quoi

O. : Hum hum

B. : Et puis au fur et à mesure ce petit truc est devenu l'idée d'un supermarché. Parce que on a entendu parler de **l'aparsloop** donc qui est une coopérative (euh) même type que la Beescoop mais qui fonctionne depuis 1970 à New York

O. : Oui oui

B. : Et donc y en a deux, trois même qui sont partis à New York visiter **l'aparsloop**, voir un peu comment ça se passait (euh) et donc voilà on a été...on s'est fort inspiré de **l'aparsloop** en se disant ok ils répondent à pleins de critères que nous (euh) ben qui nous portent quoi

O. : hum hum

B. : Notamment (toussolement)...pardon...notamment le statut on va dire de coopérative. Parce que la coopérative, donc ce qui nous nous séduit dans la coopérative c'est que t'as pas de propriétaires. Fin, t'as des propriétaires mais on est tous propriétaires.

O. : Oui, Oui

B.: Et (euh) pour justement s'implémenter dans un quartier...ben voilà, qui (euh) où on ??? aussi et où on pourrait vraiment avoir la richesse au niveau culturel, au niveau social fin tu vois, avoir une réelle richesse et une diversité (euh) ben qui est présente quoi.

O.: hum hum

B.: Parce que c'est clair que si on ouvrait un truc à Uccle...fin quoi que Uccle c'est dans les clichés mais (euh) dans les quartiers vraiment plus favorisés ben c'est sûr que après tu peux pas demander aux gens de se déplacer et d'aller faire leurs courses là. On savait très bien que le lieu du supermarché c'était...fin hyper important comme facteur quoi. Donc voilà. Donc ça c'est le côté mixité sociale. En sachant que on y travaille...ben au jour le jour et pour nous ça a été vraiment important d'y travailler dès le départ. Donc de se dire (euh) on va pas lancer le super marché et puis se poser la question de ah ben comment on va être mixtes parce que on sait que ça marche pas comme ça. Si on met pas le paquet dès le début (euh) au niveau comm, au niveau...fin tu vois (euh) interpellation aussi, travail avec les assos...fin donc vraiment y a tout un travail qui est fait. Là-dessus! Et le troisième pilier c'est (eu) tout ce qui est gouvernance partagée

O.: hum hum

B.: Et participation. Donc en gros on voulait aussi modifier un peu (euh) toutes les habitudes (euh) Jusqu'à présents c'est beaucoup des asbl, ou des sociétés, ou tu vois où t'as toujours un pouvoir très hiérarchisé.

O.: Ouai, ouai !

B.: (euh) et ou t'as pas vraiment une répartition de pouvoir quoi. Et donc on voulait vraiment travailler sur la répartition de pouvoir, la transparence au niveau de la prise de pouvoir et les différents organes décisionnels qui pourraient être composés de (euh) de coopérateurs (euh) de toute personne qui le désire quoi. Donc ça c'est les trois grands (euh) trois grands volets quoi. L'alimentation, la mixité sociale et la participation.

O.: D'accord. et en gros le principe c'est que n'importe qui peut être bénévole et alors...

B.: Alors! Ouai c'est...c'est bizarre. ???? (rire) avoir demandé parce que c'est un peu la base aussi. Le principe c'est que (euh) tous les coopérateurs...Donc il faut être coopérateur pour pouvoir venir acheter à la Beescoop. Et tous les coopérateurs...t'as différents types de coopérateurs. T'as les coopérateurs individuels comme toi et moi par exemple on va aller faire nos courses quoi. T'as les coopérateurs (euh) ce qu'on appelle part B c'est les personnes morales, donc pas les personnes physiques, c'est les personnes morales donc c'est les associations...ben...d'autres coopératives peut être aussi. Mais donc tous des groupements quoi. Et puis t'as la part C des coopérateurs qui sont des coopérateurs de soutien. Et donc là c'est pas des coopérateurs qui vont venir acheter style (euh) ils habitent à Charleroi, ben ils vont pas venir acheter à la Beescoop à Schaerbeek quoi mais ils ont envie de soutenir le projet.

O.: Ah oui, d'accord

B.: Donc ça c'est les types de coopérateurs. Donc évidemment il faut une grande majorité de la part A, des coopérateurs mangeurs quoi. Et donc tu deviens coopérateur. Tu dois payer une part de coopérative. Le minimum c'est 25 euros.

O.: Par an ou par mois

B.: Non non. A vie.

O.: A vie

B.: Et du coup (toussotement) t'as pas les personnes qui vont...ben voilà...gérer un peu pour leur intérêt personnel quoi. C'est vraiment l'intérêt du collectif aussi et l'intérêt de la coopérative qui va passer avant tout. Donc y avait ça. Y avait notamment aussi tout ce qui spéculation financière bah qu'on met de côté quoi, donc ça c'était un aspect important et l'aspect aussi (euh) qui nous tenais vraiment à cœur c'est évidemment lié à l'alimentation et la qualité d'alimentation et la liberté de choix.

O.: Oui

B.: C'est à dire qu'on ait un réel choix et d'avoir des produits qualitatifs qui ne doivent pas couvrir le triple du prix (euh) fin tu vois d'un produit qu'on trouve en supermarché quoi. Donc voilà! Et donc au fur et ) mesure ça s'est construit comme ça. (euh) En sachant qu'à la Beescoop t'as...moi j'aime bien l'expliquer avec ces trois grands piliers quoi. t'as un grand pilier qui est plus lié à l'alimentation, la qualité de l'alimentation, la qualité des produits, le respect des producteurs...et donc là on va beaucoup jouer sur notre étiquette. Donc on a une étiquette à chaque fois sur tous les produits qui permet de donner de l'information aux personnes. Maintenant on n'est pas complètement tout bio et tout ça parce qu'on trouve que ça n'a pas d'intérêt

O.: Ouai ouai

B.: De se dire qu'on soit complètement exclusifs parce qu'on sait très bien que les gens après vont aller faire des courses aussi autre part. Et dans la Beescoop nous on voulait vraiment que ce soit un...un unique point d'achat. Donc un one stop (euh)

O.: Oui

B.: Parce que si jamais on doit aller faire quarante mille (euh) épicerie ben c'est de moins en moins accessible quoi. Plus tu multiplies aussi tes accès, plus c'est compliqué. Et du coup beh à travers ces étiquettes on part du principe qu'on informe les gens quoi et donc tous les coopérateurs sont informés. Et après ils font leur choix. Et donc on rentre pas non plus dans une dynamique de on va vous apprendre à manger, on va vous apprendre à...et on va vous dire que ce que vous devez acheter qui sont parfois certaines dynamiques que moi je retrouve dans (euh) Parce que je travaille dans l'aide alimentaire à côté. Et du coup où on va apprendre entre guillemets aux personnes qui ne savent pas manger comment manger et qu'est-ce qu'il faut manger et pourquoi ils le font pas quoi

O.: Oui oui

B.: Et donc nous on n'est pas du tout dans cette démarche-là quoi. Pas du tout! Et donc (euh) Donc voilà. Donc ça c'était le premier pilier, donc tout ce qui était plus lié à l'alimentation quoi

O.: Oui

B.: Après t'as un deuxième pilier qui est beaucoup plus lié...ben...justement à cet aspect de mixité sociale. Donc (euh) comme je te disais on voulait pas être (euh) juste réduiteurs...les bobos de Bruxelles, les bobos de Schaerbeek. Et donc c'est pour ça qu'on a implémenté aussi le super marché à Schaerbeek, dans le bas de Schaerbeek. Donc c'est pas ici, c'est plus bas

O.: C'est près de la gare du nord?

B.: Ouai. C'est entre la gare du nord et ici si tu veux

O.: Ah ouai

B.: ouai ouai. Tu prends une part et donc c'est le principe de la coopérative. En fait si tu veux tu prends une part de capital dans la coopérative et t'es coopérateur. Et si a un moment donné tu veux sortir de la coopérative y a tout des principes qui sont tout à fait possible où on...tu...tu l'en vas de la coopérative et donc tu es remboursé..fin, ta part est redonnée quoi

O.: Ah ouai d'accord

B.: Et donc c'est (euh) si tu veux c'est un peu comme un investissement entre guillemets quoi. Parce qu'on vise pas le bénéfice. Parce que la BeescoOp, c'est important aussi, c'est une coopérative à finalité sociale et donc on peut...on vise pas de bénéfices comme je disais on va pas faire de rentes par rapport à ça.

Et donc une fois que t'es coopérateur tu peux aller faire tes courses au supermarché. A savoir que tu dois faire une contrepartie qui est de travailler 2h45 toutes les 6 semaines

O.: oui

B.: Et dans le travail t'as la gestion de la caisse, la gestion des stocks, aller chercher des produits (euh) laver...fin tu vois t'auras vraiment toutes ces dimensions-là. Et (euh) et voilà. Et puis en fait c'est ça le principe.

O.: D'accord.

B.: C'est pas très compliqué.

O.: Un peu pour ramener des personnes à participer à devenir coopérateurs ou...Je suppose que vous avez développé toutes sortes de (euh) de..

B.: des stratégies

O.: De stratégies...de sensibilisation, de communication. Est-ce que tu pourrais me décrire un peu (euh)

B.: Ouai. Alors moi je suis pas l'experte en comm.

O.: Pas de soucis

B.: Donc (euh) je suis peut-être pas la mieux placée pour te parler de ça mais (euh) Mais clairement y a plein de choses qui ont été mises en place. Ben d'abord y a eu (euh) et moi je crois que c'est le truc qui a vraiment vraiment bien fonctionné c'est au début le bouche à oreille quoi

O.: Oui

B.: Ça a été incroyable comme on n'a fait aucune comm au début..Fin. ou t'sais un peu les ptits trucs (euh) Et puis BAM quoi, ça a explosé parce qu'il y a eu un entrain et une motivation énormes, que ça soit des citoyens, des assos et des pouvoirs publics aussi

O.: hum hum

B.: Et donc ça a fait un peu un buzz comme ça (euh) parce qu'on répondait à plusieurs..fin le projet répondait à plusieurs (euh) plusieurs besoins en fait et plusieurs attentes quoi. Puis après y a eu (euh) ben y a une équipe de comm hein qui travaille dessus, donc des coopérateurs qui travaillent dessus. Un permanent aussi est...est attiré on va dire à la comm. Fin c'est une de ses missions. Et (euh) je sais qu'ils ont vraiment..fin ils ont vraiment fait..ils ont été super attentifs sur par exemple la communication dans le quartier quoi

O.: Oui

B.: Tu vois?! Là ils travaillaient entre (euh) la comm et la mixité sociale, ils ont été voir toutes les assos du quartier qui travaillent avec des personnes..fin tu vois, soit défavorisées soit des personnes ben qui sont un peu différentes du profil bio bobo schaeerbeekois quoi

O.: Hum hum

B.: Et du coup..du coup voilà quoi. Donc y a vraiment eu des contacts directs et encore maintenant y en a beaucoup des contacts directs de communication, d'explication du projet. Au niveau des..y a un truc aussi qui a super bien fonctionné et...et où ça cartonne encore maintenant c'est les séances d'info. Y avait des séances d'info j'crois qu'au début c'était toutes les deux semaines, tous les mois. Maintenant c'est toutes les semaines et c'est full à chaque fois quoi

O.: Ah ouai

B.: Et donc tu vois rare

B.: Et donc ça a fait un peu un buzz comme ça (euh) parce qu'on répondait à plusieurs..fin le projet répondait à plusieurs (euh) plusieurs besoins en fait et plusieurs attentes quoi. Puis après y a eu (euh) ben y a une équipe de comm..hein qui travaille dessus, donc des coopérateurs qui travaillent dessus. Un permanent aussi est...est attiré on va dire à la comm. Fin c'est une de ses missions. Et (euh) je sais qu'ils ont vraiment..fin ils ont vraiment fait..ils ont été super attentifs sur par exemple la communication dans le quartier quoi

O.: Oui

B.: Tu vois?! Là ils travaillaient entre (euh) la comm et la mixité sociale, ils ont été voir toutes les assos du quartier qui travaillent avec des personnes..fin tu vois, soit défavorisées soit des personnes ben qui sont un peu différentes du profil bio bobo schaeerbeekois quoi

O.: Hum hum

B.: Et du coup..du coup voilà quoi..Donc y a vraiment eu des contacts directs et encore maintenant y en a beaucoup des contacts directs de communication, d'explication du projet. Au niveau des..y a un truc aussi qui a super bien fonctionné et...et où ça cartonne encore maintenant c'est les séances d'info. Y avait des séances d'info j'crois qu'au début c'était toutes les deux semaines, tous les mois. Maintenant c'est toutes les semaines et c'est full à chaque fois quoi

O.: Ah ouai

B.: Et donc tu vois ça c'est vraiment...c'est hyper important parce que du coup t'as deux trois coopérateurs qui viennent présenter le projet et les personnes viennent...ben viennent recevoir toutes les infos. A savoir que ça c'est obligatoire pour devenir coopérateur. Comme ça on sait que les personnes...ben voilà...connaissent un peu (euh) l'objet social et les valeurs qu'y a derrière quoi. Au sinon (euh) au niveau comm je sais que ça a vraiment beaucoup bien tourné sur Facebook quoi, les réseaux sociaux. Ça a vraiment j'crois eu un impact important. Et ou (euh) et où notamment encore maintenant aussi sur Facebook..(euh) fin moi je suis pas du tout active parce que (euh) c'est pas moi qui gère ça. Mais je sais qu'y sont hyper au taquet quoi.

O.: Oui

B.: Ils sont vraiment (euh)...presque que tous les jours t'as des infos. Et c'est parfois pas des infos de la Bees mais des infos fin tu vois qui sont liées à la thématique. Fin donc vraiment j'pense qu'y a pas mal de gens qui nous suivent la dessus (euh) et (euh) mais du coup et ça continue à marquer l'intérêt quoi. Parce que ça diffuse, ça les diffuse, ça les diffuse. (euh) (hum) Au sinon niveau comm, au niveau de stratégie aussi ben y a plein de (euh) de trucs physiques quoi..fin de trucs papier qui ont été fait (euh) Dans le quartier par exemple tu verras parfois (euh) des affiches, des toute boîte ont été mises. Donc ça on a demandé aux citoyens de les mettre sur leur fenêtre pour qu'y ait un ??? qui se dise mais c'est quoi ce truc (euh)

création d'un nouveau paradigme ça c'est clair. Maintenant te dire on est dans ce paradigme-là...on n'vaut...fin y a pas de volonté en tout cas et on n'a pas (euh) on s'est pas dit une ligne politique en disant ok on suit cette ligne là et on l'affirme haut et fort. Nous avant tout on veut créer ce projet-là qui répond à plein d'attentes quoi et à plein de besoins...et selon nous à plein de valeurs aussi (euh) de ce nouveau...de ce nouveau monde peut être et (euh) et voilà ! Et on veut pas être trop dans la réflexion intellectuelle, même si on l'est quand même souvent (rire) Mais on veut vraiment que ça passe par la pratique et (euh) et plus faire (euh)

O.: Oui

B.: Des (euh) que des conférences ou des grands débats (euh) On veut justement que ces valeurs là et ces nouveaux paradigmes quoi, ben en fait transparent dans l'action quoi

O.: Oui. Oui.

B.: Et (euh) et se dire aussi que (euh) la Beescoop ne serait pas non plus un supermarché ouvert seulement à des personnes qui ont les mêmes visions que nous; On ne veut surtout pas ça quoi. Parce que sinon...on trouve que c'est ça aussi que...qui...fin tu te retrouves vite dans un milieu fermé quoi où au final il y a pas beaucoup de mixité sociale pour le coup quoi, ou de mixité dépensée fin tu vois...mixité culturelle. Et que pour nous c'est ça l'enrichissement aussi. C'est de se dire ok ben on peut se retrouver (euh) entre coopérateurs avec des gens qui...qui pensent des trucs complètement opposés et c'est ça, c'est ça qui fait la richesse quoi. Maintenant c'est ça qui est parfois compliqué aussi. Parce que quand tu dois prendre des décisions ben (euh) voilà ça demande discussion, dialogue mais ça c'est notre principe aussi...C'est d'être ouvert quoi.

O.: Oui c'est vrai que ce système-là permet de rester ouvert pour ne pas que vous vous enfermiez dans le même

B.: Oui

O.: Et est-ce que tu peux (euh) peut-être rapidement rappeler (euh) ce que c'est le réseau ADES

B.: Ouai. Grosse question. Le réseau ADES (rire) Alors le réseau ADES...ça me fait marrer parce qu'on a tous...j'suis sûr que si tu demandes à quelqu'un d'autre (euh) il va peut-être te donner une définition différente

O.: (rire)

B.: Mais pour moi le réseau ADES ça a commencé...pour que tu comprennes un peu l'historique aussi...Donc on était un groupe assez engagé quoi, et militants de...Louvain. On avait tous fait nos études à Louvain.

O.: Ouai

B.: Et on a eu une inquiétude à la fin de notre cinquième quoi, à la fin de nos études...en se disant ok pour l'instant on est hyper engagés on a le temps mais quid l'année prochain et quid plus tard ? Est-ce qu'on va pas être pris dans une tourmente où au final on va tous un peu...fin tu vois partir plic ploc. Et donc on s'est dit nous on a envie de...de créer en fait quelque chose qui permette d'nous...de nous retrouver. Et qui permet de faire perdurer justement cet engagement. Et où (euh) on peut retrouver des énergies nouvelles aussi et vraiment avoir un réseau de plus en plus ouvert qui permet de...de réunir toutes des énergies militantes et engagées, qui ne se retrouvent peut être pas dans d'autres mouvements. Et dans d'autres mouvements c'est notamment (euh) les mouvements politiques, les mouvements de jeunesse...fin, tu vois. Plein de trucs qui existent déjà mais où les gens peut être s'y

Et puis après que nous ben voilà y a une façade aussi pour que ça soit visible. (euh) Fin en fait ouai y a plein de stratégies de comm tu vois qui ont été vraiment des (euh) fin (euh) qui ont été déployés quoi

O.: hum hum

b.: Que ça soit du contact direct dès qu'on voit quelqu'un BAM (euh) t'en parle ben comme j'te fais maintenant quoi. Soit (euh) fin tu vois déployer des trucs un peu plus importants quoi

O.: Ben du coup c'est un petit peu de la communication basée sur (euh) le relais d'informations de...une personne à l'information qui va relayer à plusieurs personnes..

B.: Ouai ouai. Clairement.

O.: En tout cas c'est

B.: Maintenant peut être que...peut-être que la comm (euh) tu diras autre chose mais (euh) parce que y ont toute une stratégie de comm tu vois

O.: Oui

B.: C'est pas non plus un truc qu'y ont fait ça (euh) ils vont passer en mode ah qu'est-ce que va faire demain tu vois

O.: Oui

B.: J'crois qu'y a...fin j'crois pas, je suis sûr! Y a une stratégie de comm vraiment déployée. Mais ils fonctionnent fort sur le...ouai il faut aller toucher des gens et aller parler avec eux. Parce que parfois aussi t'as un flyers qui te parle (euh) de mixité sociale, l'alimentation (euh) fin tu vois ??? durable et après gouvernance partagée (euh) Pffff...fin tu vois ces mots là ça ne veut rien dire quoi et donc clairement...ouai il faut...il faut communiquer différemment

O.: D'accord. Et (euh) par rapport à...à la création de Beescoop est-ce que vous vous êtes basés sur (euh) vous avez dit déjà un (euh) déjà...le supermarché

B.: **L'apars loop**

O.: Oui exactement

B.: oui

O.: Mais est-ce que vous vous êtes aussi basés sur (euh) quelque chose de plus... scientifique, un paradigme, une approche, une théorie ou c'est...juste une idée entre copains (euh) ?

B.: Alors! Ben il faut savoir que les copains (euh) on est tous sortis...On a fait beaucoup la sociologie comme étude

O.: Oui

B.: Et (euh) d'autres pas du tout hein mais on vient tous d'un milieu à la base en tout cas...d'un milieu universitaire

O.: hum hum

B.: Donc c'est clair que quand on parle de paradigme, de nouveau monde clairement ça nous touchait. Mais on n'a pas dit ok la Bees est dans ce paradigme-là quoi

O.: Ouai ouai ouai

B.: Mais clairement par rapport à ben...ce qui nous touche on est fort dans un milieu ben militant par exemple. On part du réseau ADES aussi ça c'est important. C'est que au départ on était (euh) ben voilà 6 copains à discuter et puis on s'est dit ok ben pourquoi pas essayer d'en discuter autour de nous et notamment via le réseau ADES pour voir si il y a d'autres gens qui sont intéressés. Et puis ben là ça a fait plein de petits quoi. Et donc c'est clair que c'est parti d'un...d'un milieu quand même de réflexion par rapport à un nouveau monde quoi, et donc à la

retrouvèrent pas au niveau des valeurs, au niveau de la manière de **changer** les choses et tout ça. Et donc le réseau ADES ça a été vraiment un nouveau (euh) un nouveau lieu si tu veux, un nouveau réseau qui permet de (euh) de venir (euh) l'engager en respectant tes propres valeurs et tes propres engagements

O.: hum hum

B.: Et après voir un petit peu c'est qui tourne autour. Mais donc concrètement maintenant le réseau ADES c'est... T'as tout ce qui est (euh) formation par exemple, sensibilisation. Fin y a toutes des actions qui sont mises par rapport à ça. T'as tout un volet quand même militant qui est très important. T'as un volet aussi (euh) qui est une couveuse de projets et donc c'est ça qui a commencé la Beescoop aussi donc (euh) en tant que couveuse de projet ils ont accompagné la Bees. Et (euh) et puis t'as plein d'autres trucs qui grappillent autour. Et surtout y a un lieu aussi maintenant, y a un lieu à Saint-Josse. Je sais pas si tu connais ? L'adésif.

O.: (euh) oui j'ai déjà entendu beaucoup parler autour de moi (rire)

B.: Ah ben voilà! Ben donc en gros ça c'est une maison à saint josse quoi où on a un bail précaire avec eux. Y a des logements au-dessus, donc y a une coloco au dessus. et en bas on a retapé tous les (euh) tous les locaux. Et donc t'as des locaux de réunion, des locaux de rencontre, dans le fond t'as un espace de (euh) on l'appelle le point de chute.. C'est un espace de...de...pas un bar mais parce que ça a pas.. Légalement on n'est pas un bar. Mais c'est un endroit où on peut se retrouver. Tous les vendredis soir c'est ouvert. (euh) et y plein de...fin oui y a...ça bouge fort mais tu vois y a pas de cadre défini

O.: Oui

B.: De qu'est-ce qu'ADES quoi. En gros ADES c'est vraiment créer des espaces (euh) d'engagement quoi. et que les gens puissent se retrouver et (euh) et si t'arrive avec un projet, une idée..tu viens, tu peux très bien venir un jour en disant ok ben moi j'ai ça comme idée (euh) est-ce qu'y a des gens qui sont chauds? Et c'est comme ça que ça commence quoi

O.: Ah ouai. D'accord.

B.: Ouai

O.: Ben donc du coup Beescoop c'est...c'est...c'est un projet d'ADES et ça fonctionne un peu de la même manière quoi

B.: Ouai, ben en gros Beescoop si tu veux la réflexion a commencé..on est tous..on était tous au début dans ADES ou pas..fin tu vois les frontières aussi sont très floues

O.: hum hum

B.: Et puis on a fait appel si tu veux dans le réseau ADES en disant ok ben est-ce qu'il y aurait des gens qui seraient intéressés? Et puis ça a vite pris son indépendance parce qu'y avait des gens qui ne faisaient pas du tout partie du réseau ADES qui sont venus aussi dans la Bees et donc maintenant c'est pour ça que ça sont deux choses très différentes quoi

O.: hum hum

B.: Mais clairement ça a été pour moi impulsé par...notamment par une dynamique de comm et tout ça (euh) au niveau d'ADES quoi.

O.: D'accord. Et (euh) j'aimerais bien un peu savoir quel type de personne (euh) l'organisation comprend? Pas (euh) je sais ce que c'est milieu universitaire qu'y a créé ça mais les..

B.: les coopérateurs...

O.: ...les coopérateurs qui viennent. Est-ce que au final il y a la mixité...

B.: Ouai

O.: ...que vous avez recherchée ou...

B.: Alors! Ben écoute, il y a 1300 personnes pour l'instant donc je pourrais pas te dire tous les profils. Parce qu'en plus ben ça bouge bien quoi.. Mais moi j'peux te dire (euh) ce que je vois à l'assemblée générale où il y a quand même (euh) La fois passée y avait eu 250 personnes j'crois. Et du coup, en gros au début c'est clair que ça avait commencé quand même avec les mêmes profils, tu vois. Donc on a vraiment fait un effort pour s'ouvrir. Maintenant la mixité intergénérationnelle on l'a à fond quoi, ça c'est hyper impressionnant. Tu vois des jeunes qui ont 18 ans et puis le plus vieux y ont 85 quoi. Donc c'est super chouette ! Donc ça c'est vraiment cool! Tout ce qui est mixité culturelle on n'y est pas encore...fin selon moi, tu vois, peut-être pas encore. Mais...j'ai pas envie de m'avancer parce que j'suis pas non plus aux permanences de la Bees et je sais qu'il y a plein de changements comme ça et que les personnes qui viennent acheter aux supermarchés sont peut-être pas non plus les personnes qui vont aller à l'assemblée générale. Tu vois?

O.: Oui, oui

B. Les personnes qui vont à l'assemblée générale c'est quand même des personnes aussi (euh) ben peut être qui sont intéressées par une assemblée générale, qui se disent ok ben (euh) je sais que c'est les décisions stratégiques qui vont être prises là et donc ça peut être intéressant quoi. Donc ça peut-être que ça serait intéressant de demander à ...à la comm, tu vois, où ils ont les listings vraiment d'inscription.

O.: Oui

B.: Parce que (euh) j'aurais peur de le dire...de te dire une connerie (euh) connaissant pas (euh) connaissant pas tous les profils. Mais en tout cas y a...ce qui est cool, c'est que ya de plus en plus de gens aussi tu vois du quartier

O.: hum hum

B.: Et ça c'est gai parce que du coup..ben d'office si c'est des personnes du quartier...Je dis pas que tous les quartiers tu vois sont segmentés (euh) par rapport bah (euh) la classe sociale entre guillemets. Mais bon y a quand même..c'est quand même un facteur important quoi.

O.: oui oui

B.: Et donc (euh) Et y a pas mal de gens aussi qui viennent par curiosité au début en disant ah ben c'est quoi ce bazar (euh) et puis tu vois, qui rentrent comme ça (euh) Donc j'pense qu'on y arrive vraiment à la mixité (euh) à la mixité culturelle et sociale

O.: Donc on peut dire que ça a commencé un peu avec un public déjà averti et puis

B.: Oui. Clairement

O.:...que maintenant ça (euh) ça s'ouvre peu à peu à..

B.: Oui oui

O.: Vous arrivez quand même à atteindre votre objectif de..

B.: Ouai. Petit à petit on y arrive quoi. Et on veut toujours y travailler pour renforcer tout ça.

O.: D'accord. (euh)

(silence)

O.: Tu réponds très très bien à mes questions du coup (rire)

B.: Bah t'inquiète hein. Et je..je sais ce que c'est avoir un questionnaire parfois ou tu es aahh (rire)

O.: Ah oui non voilà. C'est un peu sur la durée de l'engagement, est-ce que les...les coopérateurs qui s'engagent restent au final longtemps ou...y a quand même un désistement parce que ils trouvent pas ce dont ils ont besoin...ou..

B.: Alors, ben ça...Peut être un truc important que je t'ai pas dit aussi par rapport au projet, et puis je réponds à ça. C'est que pour l'instant le super marché il est pas encore ouvert. C'est peut être un truc important. C'est que...

O.: Oui. Ah je pensais qu'il venait tout juste d'ouvrir moi

B.: Non non. En fait le supermarché là..fin le..LE supermarché, tu vois les 450 m<sup>2</sup> (euh) ils sont encore en travaux. Fin on est encore en travaux parce qu'il y a eu des retards avec les architectes. Fin pas les architectes, avec des entrepreneurs. Mais à côté y a en fait un local qui est..plus ou moins la dimensions d'ici dans son ensemble quoi où c'est en fait un petit magasin. C'est ce qu'on appelle le labomarket. Parce qu'on l'a pas encore..fin on est pas encore reconnus comme magasin quoi. Et en fait c'est (euh) fin moi par exemple je vais faire mes courses (euh) presque que là parce que t'as déjà presque tout quoi. Il manque juste les produits laitiers et les fromages. Et du coup ça c'est important aussi de se dire que y a des gens...tu vois (euh) les 1300 personnes vont pas être tous déjà acheter pour l'instant quoi.

O.: hum hum

B.: Donc ça voilà. C'est juste un...une info. (euh) Du coup c'était quoi ta question ?

O.: Si..si les gens s'engageaient...continuaient à être..

B.: Ah oui, la durée d'engagement.

O.: continuaient à être engagés ou..

B.: Oui. Ben ça (euh) oui. Ecoute en fait y a pas de durée minimum ou maximum. Quand tu deviens coopérateurs les seules infos que tu as c'est que (euh) tu deviens coopérateurs ben voilà..pour venir acheter à la super...au...à là...au supermarché, que tu vas travailler 2H45 par jour et (euh) que si à un moment donné tu as envie de te retirer tu peux te retirer quand tu veux quoi

O.: hum hum

B.: Donc pour l'instant on n'a pas vraiment...on n'a pas vu beaucoup de (euh) Ben moi je connais une personne sur 1300 qui est sortie quoi...fin tu vois. Fin j'connais. J'ai entendu parler de cette personne là et je pense que si j'entends parler d'une personne c'est justement parce que c'est un peu exceptionnel quoi. Et (euh) et c'est notamment parfois des gens qui déménagent (euh) fin tu vois, qui changent de...ou alors qui veulent plus être coopérateurs mangeurs mais qui veulent changer parce qu'ils se rendent compte qu'en fait (euh) ils veulent soutenir le projet mais c'est pas possible d'aller faire ses courses là.

O.: Oui oui oui

B.: Et (euh) Donc ouai non..y a pas beaucoup de personnes, selon moi, qui se retirent. Mais ça va peut-être arriver

O.: A l'ouverture

B.: ..une fois que le supermarché va être ouvert et ou là il y aura beaucoup plus de..ben de vérification aussi pour voir si les gens font bien leurs 2h45 quoi.

O.: hum hum

B.: Tu vois pour l'instant c'est un peu à la one again (euh) fin...freestyle où (euh) où y a plein de listings où on demande que les gens s'inscrivent ou prennent des permanences ou plein de

trucs différents. Mais on n'a pas assez de travail en fait...tu vois comme le supermarché est pas encore ouvert on n'a pas encore assez de travail pour les 1300

O.: Oui

B.: Et du coup y a des gens qui on peut être encore jamais travaillé...fin tu vois..ou qui ont travaillé trois heures pendant six mois...fin, tu vois. Et donc (euh) et donc j'pense que tout ça ça va arriver..tu vois, une fois que le supermarché sera ouvert où on aura clairement besoin des trois heures de travail..fin 2H45..des 1300 coopérateurs. Et donc là ça va (euh) on verra à ce moment là

O.: Faudra voir si ils...ils sont capables de soutenir le..fin d'aller faire les courses et de..de remplir les conditions de ..

B.: Et de faire leurs heures quoi. Oui oui , c'est clair! Oui parce qu'il y a peut-être aussi des gens qui vont se dire ok..ben (euh) Parce qu'il y a pas mal de gens aussi qui..fin pas mal de gens...Y a un petit pourcentage de gens quand même qui sont (euh) qui sont pas de Schaarbeek mais qui adorent le projet

O.: Oui

B.: Et donc qui veulent vraiment soutenir. Ben voilà..est-ce que ces personnes-là vont quand même savoir continuer à venir faire les courses à Schaarbeek alors qu'ils habitent Forest par exemple. Fon tu vois...Donc là oui ce sera à tester quoi. A voir!

O.: D'accord. Et (euh) Par rapport à toute la question du projet je suppose que...comme t'as dit c'est un peu parti d'une discussion (euh) plus...plus...plus profonde et..

B.: Sur les valeurs et tout ça

O.: Et du coup...

B.: conceptuel (rire)

O.:...est-ce que vous..est-ce qu'il y a un moment où vous essayez aussi de transmettre ces valeurs-là ou c'est juste le projet, un supermarché et c'est...c'est tout?

B.: Oui. Ben...c'est une bonne question. Parce qu'on s'est posé la question à un moment donné est-ce qu'on doit avoir (euh) en fait une lignée politique ? Tu vois...politique au sens large, et

(euh) et en fait on a..on s'est dit beh non. Parce qu'on veut transmettre ces valeurs là ou ces (euh) ces idées-là à travers la pratique quoi. Et donc on va...ben si, quand on va dans des colloques par exemple...ou regarde ici ben je t'en parle. On parle de ça parce que c'est (euh) c'est un peu en filigrane derrière toutes nos actions quoi, tu vois, c'est un peu..ben c'est un peu la construction du projet qui fait que tu sais que ça ne vient pas de n'importe quoi non plus. Et derrière les aspects coopératifs, derrière les aspects de gouvernance partagée, derrière l'aspect de mixité sociale et l'aspect de (euh) on veut pas une filière classique de supermarché, mais c'est clair que t'as des valeurs derrière. Mais par contre on les revendique pas en disant ok on va pas faire un plaidoyer politique en disant (euh) c'est ça notre vision politique et en l'affirmant haut et fort quoi.

O.: Oui

B.: Peut-être qu'un jour on va le faire, mais en tout cas pour l'instant..tu vois c'est des choses qui passent comme ça dans le discours. Donc on explique le projet mais on n'a pas vraiment de volonté non plus de..fin c'est vraiment les..la volonté de transmettre des choses via la pratique quoi.

O.: oui oui oui

B.: Via un projet concret. Pour pas justement que ça touche uniquement les personnes qui sont déjà convaincues. Parce que sinon quand tu fais des débats comme ça...tu vois. Aller imaginons (euh) je sais pas moi..on fait une conférence sur (euh) l'alimentation et la mixité sociale. Ben c'est clair que le profil des personnes qui vont arriver..ça va être toi, moi, fin tu vois (euh)

O.: Oui Oui

B.: ..des personnes qui sont déjà sensibilisées à ça, qui savent déjà ce que ça veut dire alimentation et (euh) mixité sociale et pas peut être des personnes qui sont justement (euh) dans le..dans le profil où t'es moins dans la réflexion (euh) Donc là on veut..on veut pas trop développer en tout cas ce pôle là pour l'instant

O.: Ah ouai. D'accord

B.: On est vraiment dans l'action. Même si indirectement on le développe j'crois mais...

O.: (rire) Oui..mais il est un peu caché quoi, sous-jacent à (euh)

B.: Oui il est sous-jacent en permanence mais (euh) (silence) mais y a pas de...fin en tout cas à ma connaissance pas (rire)

O.: Voilà. On a un peu fait le tour de...de mes questions; (euh) du coup maintenant tu peux un peu t'expliquer... (rire) Parce que moi ce qui m'intéresse c'est la question entre (euh) la problématique alimentaire actuelle

B.: Ouai

O.: Où on force un peu droit dans le mur et c'est un peu l'effondrement (euh) qui arrive

B.: Ouai

O.: Et (euh) les solutions qui sont proposées. Et c'est un peu (euh) comment gérer ben du coup le (euh) le discours un peu culpabilisateur qui est souvent utilisé dans..dans le cas de l'alimentation et (euh) Si tu manges un banane tu sais pas l'impact que ça a (euh) Et (euh) parallèlement à ça les solutions qui sont proposées. Et comment est-ce que avoir ce discours et l'amener aux gens..avertis et non-avertis

B.: (toussetent)

O.: Comment est-ce que ce discours-là peut ne pas être culpabilisateur

B.: hum hum

O.: Ou constructif plutôt qu'un peu paralysant quoi

B.: Oui oui oui

O.: Et du coup vous êtes un peu...ce côté-là vous l'exploitez pas encore trop  
B.: Ouai ouai. Ben c'est clair que par exemple tu vois dans la notion de (euh) transmettre des choses par rapport à l'aide alimentaire..fin l'aide alimentaire..par rapport à l'alimentaire

O.: hum hum

B.: C'est (euh) notamment par rapport à la mixité sociale. Y a une des permanente..donc y a 4..5 permanents hein qui travaillent à la Bees et (euh) ils sont chacun sur des projets spécifiques aussi quoi

O.: Oui

B.: Y en a une c'est (euh) elle travaille avec L'flot j'sais pas si tu vois, L'flot c'est un...un centre qui travaille avec des personnes sans abrit notamment pour leur logement en artofirsthing..(euh) non pas en arto... en loosingfirst et (euh) donc le logement prioritaire quoi et (euh) et aussi qui est un centre d'accueil pour personne sans abri et tout ça. Et en fait, à la

Bees l'endroit où on est dans le fond du bâtiment y a des logements aussi qui seront pour (euh) L'flot

O.: Ah ouai

B.: Donc pour les personnes (euh) en situation de relogement quoi.

O.: hum hum

B.: Et (euh) et à la Bees au premier étage y a une grande cuisine aussi et on veut faire des ateliers cuisine et tout ça. Mais c'est clair qu'on veut faire des ateliers d'information ou de sensibilisation..on on le teste. Mais pas de (euh) le côté...la visée comme tu dis (euh) paternaliste et culpabilisante de je vais vous apprendre quoi

O.: hum hum

B.: Et ça j'crois que c'est (euh) J'crois que c'est primordial et à la fois..j'trouve que ce qui est compliqué c'est que c'est souvent une question de posture tu vois. Tu peux très bien arriver avec le même texte entre guillemets ou les même valeurs dans ton projet style dans les ateliers cuisine tu vois..Mais ça dépend de qui le porte. Parce que tu peux très bien transmettre ce truc là en disant ok moi je vais vous apprendre comment faire et BAM et t'as une posture descendante tu vois

O.: Oui

B.: ...paternaliste quoi. Soit tu peux être dans une posture de en fait on va discuter tous ensemble quoi, voilà le sujet de base et tout le monde apporte un peu de comment il fait et tout ça (euh) Et du coup ben là c'est très...c'est très différent quoi

O.: Oui. C'est marrant

B.: Ouai... et j'ai...et travaillant à côté dans l'aide alimentaire justement. Tu vois où y a quand même toute une question aussi de (euh) comment apprendre à manger...tu vois moi qui m'horripile à fond quoi! T'es là mais c'est bon quoi...c'est...c'est pas un problème de apprendre à manger, c'est un problème qu'ils ont pas de revenus pour pouvoir (euh) acheter les produits qu'ils souhaitent quoi (euh) Quand ils vont en épicerie sociale ou quand ils ont des colis alimentaires...

O.: Bah euh

B.: ...ils ont pas le choix ! Fin...

O.: Ou pas d'offre suffisamment importante pour dire qu'ils puissent participer à ça quoi

B.: Oui; Oui c'est clair. Et du coup (euh) oui du coup ce travail de (euh) en fait c'est vraiment tout le travail d'informer. Tu vois c'est un peu comme le système d'étiquette. On informe les gens comme ça on sait qu'ils ont l'info (euh) On s'arrange aussi pour que les informations soient accessibles. Pas juste faire des grands trucs avec des phrases à la universitaire où tu comprends rien parce qu'il y a un circuit-court, alimentaire, qualitatif (euh) fin tu vois...et t'es là argg qu'est-ce que ça veut dire ?! (euh) Et après les gens (euh) sont responsables de...de faire leur propres choix quoi

O.: Ouai oui oui

B.: C'est vraiment...c'est vraiment ça

O.: C'est...ici t'es l'avant dernière (euh) association que je rencontre et (euh) y en a quand même pas mal qui trouvent que (euh) avoir un...une base théorique sur le sujet c'est primordial et que on peut pas faire un changement alimentaire chez les gens sans...sans amener la base (euh) Mais y en a d'autres aussi qui sont (euh) ben la pratique c'est (euh) la première chose et

puis ça intéresse les gens et puis c'est chouette de faire un cours de cuisine. Et puis après ça les gens se rendent compte de...de...de choses par eux même par les activités quoi

B.: Ouai c'est clair

O.: Du coup t'as vraiment les deux (euh)

B.: T'as les deux écoles quoi

O.: Les deux écoles oui

B.: Ben je sais pas si t'as rencontré le... Rencontre des continents ?

O.: Oui. Oui oui. Eux ils sont vraiment (euh)

B.: Pratique

O.: J'ai (euh) j'ai rencontré Daniel Cauchy

B.: Ouai

O.: Y m'a dit que lui il commençait de toute façon par la base théorique et par dire que c'était...qu'on fonçait droit dans le mur et que peu importe les réactions des gens c'était grave mais que après ça il amenait

B.: Ouai

O.: ...il...t'avais tout le système d'éducation et de pédagogie où ils réfléchissaient ensemble (euh)

B.: C'est comique parce que moi j'aurais dit qu'ils auraient...qu'ils faisaient différemment. Ben Daniel Cauchy il donne pas les ateliers cuisine hein.

O.: Non

B.: Daniel Cauchy il fait des formations par rapport à des personnes qui sont déjà averties quoi; En gros.

O.: Ouai

B.: Mais les ateliers cuisine de RDC...c'est clairement on réunit des gens (euh) souvent en collaboration avec une autre assos ou quoi

O.: hum hum

B.: Et (euh) c'est des profils de personnes qui justement vont pas commencer à être dans le réflexif...(euh) fin tu vois. Ou si, mais que c'est pas une habitude tu vois? Ou qui emploient un vocabulaire différent.. et un vocabulaire qui n'est de sociologue (euh) fin tu vois averti (euh)

O.: hum hum

B.: Et (euh) et c'est à travers la cuisine que eux ils abordent ces questions-là. Fin tu vois

O.: Ouai. Mais ils utilisent ça pour arriver au final à cette discussion (euh) de...

B.: Ouai

O.: ..de...mais..

B.: ouai ouai

O.: Mais c'est pas ceux qui faisaient le plus de (euh)...j'ai rencontré aussi Début des Haricots et eux c'est clairement (euh) C'est que des activités

B.: hum hum

O.: Et par là après on...on écoute et on partage mais bon

B.: Ouai Ouai. C'est clair. Mais c'est vrai que ça dépend de quelle porte d'entrée tu prends quoi

O.: Ouai. Ouai ouai

B.: Moi je crois que si tu prends la porte d'entrée...mais là c'est plus avec la Bees...mais si tu prends la porte d'entrée théorique t'as déjà perdu (euh) 75% des personnes

O.: Ouai c'est ce que...

B.: Et que...

O.: C'est ce que Daniel Cauchy m'expliquait, il disait...fin moi je lui disait que c'était quand même ultra culpabilisateur

B.: hum hum

O.: Et lui défendait ça en disant mais...c'est hyper important de parler de ça. Et puis on en perd mais c'est pas grave...au moins ils ont écouté et peut être que dans cinq ans ils reviendront en disant ah ben en fait j'me souviens mais...

B.: Ah ouai. hum hum

O.: Mais que il y en avait qui s'effondraient carrément quand...quand...avec le sujet. Et que lui il disait ben...faut qu'ils l'entendent quoi, c'est important à...

B.: Ouai

O.: Mais il dit...oh ça c'est y a plusieurs écoles (rire) aussi (euh)

B.: Ouai c'est clair. Mais ça dépend aussi quel public t'as.

O.: oui oui

B.: Parce que tu vois par exemple les personnes, et là c'est en aide alimentaire, les personnes qui utilisent le fait que les personnes sont dans la dèche ! Et vraiment sont obligées d'aller dans les associations (euh) organisation de distribution d'aide alimentaire et que du coup par ça ils les obligent de passer (euh) fin tu vois par une...par une filière entre guillemets de sensibilisation à l'alimentation durable...saine et tout ça

O.: hum hum

B.: T'es là mais c'est dégueulasse ! Parce que pourquoi t'es pauvre...comme t'es pauvre tu vois t'es obligé quoi. C'est un peu comme (euh) fin tu vois, t'es un peu cadennassé et en fait (euh)

t'es un peu pris comme ça (euh) (euh) un peu prisonnier quoi ! Tu vois...d'un truc

O.: hum hum

B.: Parce que si t'as des discours de (euh) sensibilisation qui sont généralisés, moi je suis ok. Mais le problème c'est que souvent les personnes qu'on utilise...pour moi c'est de fin...c'est de l'utilisation quoi, c'est les personnes qui sont dans une situation de pauvreté, de précarité et qui ont pas le choix. Parce que ils ont les boules de...si tu participes pas à leur atelier ils pourront plus avoir de colis alimentaire. Et y a beaucoup je trouve qui sont joué la dessus. Et t'es là mais c'est dégueulasse ! Fin tu vois (euh)

O.: hum hum

B.: (euh) C'est comme aussi le nouveau truc là avec...fin des personnes qui sont au chômage.

Donc si t'es au chômage tu dois faire un atelier par rapport à...fin tu vois

O.: Ouai

B.: T'es là...mais attend c'est pas parce que t'es au chômage ou parce que t'es en situation de pauvreté ou de précarité que tu dois être (euh) prioritaire pour avoir...fin tu vois?

O.: hum hum

B.: J'ai l'impression qu'ils essaient de trouver des portes d'entrées comme ça pour (euh) rendre les choses obligatoires. Hors ben la clé ce serait dans les écoles parce qu'au moins tout le monde à la même chose quoi.

O.: Ben c'est ça que...je crois que c'est Début des Haricots qui m'avait dit que eux ils voulaient faire un travail en profondeur dans...dans une classe pour un peu tester le projet.

B.: hum hum

O.: Et que du coup après c'est (euh) Bruxelles la ville qui eux voulaient que ce soit beaucoup plus large, que ça touche beaucoup plus de...Mais eux ils sont là...mais si on veut toucher le public il faut qu'on essaie avec une classe sur la longue durée

B.: Oui oui. Et puis voir les impacts

O.: Parce que sinon si on passe (euh) une heure avec eux, ils rentrent chez eux, ils disent oh c'est cool on a...on a découvert ce que c'était un haricot et puis c'était...c'était parti quoi

B.: hum hum

O.: Mais... (Toussotement)

B.: Non ouai c'est clair que c'est (euh) ben c'est un gros...c'est une chouette question quoi. C'est hyper intéressant. Parce que y a la question de la culpabilité (euh) C'est clair que j'trouve qu'elle s'ajoute à plein de facteurs...

(Bruit accord de guitare)

B.: ...et tu vois par exemple dans la situation (euh) Ouai les personnes qui sont en situation (euh) vraiment de pauvreté et de précarité tu te dis ok ils ont déjà assez de culpabilité sur le dos pour qu'on leur remette une couche en plus quoi. Or les personnes qui ont effectivement...fin tu vois (euh) Toi, moi, ou peut-être qu'on peut avoir un...fin tu vois, on a moins de pression habituellement sur le dos ben alors (euh) ouai, pourquoi pas essayer d'aller jouer la dessus

O.: Et le public précaire c'est vraiment (euh) le nouveau public que toutes les associations...que j'ai interviewées aimeraient bien toucher ce public là et ils le font de plein de manière différentes mais c'est vrai que c'est un autre travail que le public déjà averti quoi.

B.: Ouai ouai. Ouai et puis (euh) ouai. Et puis pourquoi pas aussi (euh) toucher le public (euh) fin tu vois, une classe moyenne par exemple mais qui est pas du tout averti là-dessus quoi

O.: Oui

B.: Tu te dis tu vois mais attend...en fait c'est (euh) c'est parce que tu as des portes d'entrées encore une fois. Tu vois ? Et du coup comme ils ont des portes d'entrées, t'as des moyens aussi (euh) d'obligation beaucoup plus faciles. C'est clairement juste facile à justifier aussi au niveau des politiques parce que tu mets juste la faute individuelle sur la personne et pas sur le système global et du coup t'arrives là-dessus quoi. Mais tu te dis mais c'est dégueulasse. Parce que le problème c'est pas l'indi...fin tu vois. Parce que j'trouve que par rapport à une personne défavorisée (euh) ça lui fait vraiment ok (euh) Et moi je...je...je m'rappelle un exemple quoi où quelqu'un disait...une bénévoles disait à une maman quoi. Ok mais vous faites manger ça à vos enfants, mais c'est scandaleux (euh) Et elle a dit ok (euh) c'est scandaleux mais qu'est-ce que tu veux que je fasse, j'ai (euh) 10 euros par semaine pour payer de la bouffe à mon gosse...en épicerie sociale y a que de la merde (euh) qu'est-ce que tu veux que je fasse? Le problème c'est pas que je veux pas manger...fin (euh) tu vois et...et changer mes habitudes alimentaires ou aller faire mes courses différemment, fin à d'autres endroits ou quoi. Le problème c'est que c'est un...un problème financier quoi, avant tout!

O.: oui oui oui

B.: Et du coup c'est pour ça que pour moi on attaque la mauvaise chose quoi.

O.: Oui

B.: Mais (euh) Et que du coup c'est un renforcement de c'est ta faute (euh) Alors que t'es là mais non c'est la faute d'un système global (euh) qui permet pas une accessibilité quoi

O.: C'est un peu (euh) Ça me fait un peu penser à toute la stratégie de Goodfood

B.: Oui

O.: Ou l'air de rien de la part des associations j'en ai entendu plus de mal que de bien

B.: hum hum

O.: Dans le sens où ils sont un peu venus des années après les associations qui...fin...ils ont fait un très beau projet (euh) très...

B.: Très marketing, avec un beau logo (rire)

O.: Oui. Et que du coup eux ils...je les ai rencontrés aussi et c'était la pire interview de ma vie (rire) Dans le sens où c'est très bureaucratique et du coup c'était...fin t'avais...un échange était pas possible et après elle m'a fait la leçon pendant 10 minutes en disant...ben c'est pas très... Mais c'était vraiment un peu...j'avais l'impression que c'était (euh) une question un peu à la mode et du coup on va se l'approprier parce que on voit bien qu'il faut se l'approprier...Du coup ils veulent un peu recevoir les mérites et (euh) près des associations, avec les asbl et tout et qu'au final c'est...

B.: Oui ça...

O.: C'est un peu spécial comme projet (euh)

B.: Oui

O.: Mais d'un autre côté c'est y...fin c'est nécessaire qu'ils commencent à faire ça aussi

B.: Oui. Mais pour moi leur gros...la grosse difficulté c'est que ça part d'une intention vraiment positive quoi et une chouette intention. La difficulté c'est qu'ils sont tellement déconnectés du terrain qu'en fait ils savent pas de quoi ils parlent...tu vois. Et je pense qu'il y a vraiment des volontés pour être proches (euh) fin tu vois, de connaître un peu mieux les assos (euh) de voir un peu mieux le...fin ce qu'ils font. Mais c'est vrai que comme tu dis le problème c'est que les politiques ils arrivent toujours avec 10 ans de retard quoi

O.: hum hum

B.: Et qu'après effectivement c'est comme si ils avaient eu l'idée du siècle alors que t'es là mais en fait les assos on travaille dedans depuis 15 ans sur cette thématique là (rire) (euh) Donc je pense que ça part vraiment d'une intention positive et y a des gens vraiment chouette quoi qui travaillent dessus

O.: hum hum

B.: Mais c'est clair que c'est cette déconnexion entre la bureaucratie comme tu le dis, et après (euh) le travail de terrain où tu dois être flexible à tout moment et...et jouer un peu sur (euh) ouai sur ta flexibilité et...et sur l'adaptation quoi.

O.: Mais c'est vrai que moi ma question dans mon mémoire c'est une question assez (euh) Qu'est-ce qui a derrière ça quoi, qu'est-ce qui a comme réflexions et qu'est-ce qui a comme...(euh)

B.: Oui

O.: Et du coup quand je les ai rencontré eux ont pas du tout compris ça, ils venaient un peu me vendre leur projet et...ils l'ont bien fait l'air de rien ! Mais...mais c'est vrai que du coup à chaque question que je posais ils comprenaient pas où je voulais en venir...

B.: Ah ouai

O.: ...et du coup ça les insécurisait et moi ça m'insécurisait encore plus (rire)

B.: ouai ouai

O.: Mais voilà

B.: Mais c'est bien que tu l'ais fait quand même. Au moins...

O.: Oui oui oui  
 B.: Mais c'est clair que c'est la...c'est la notion de la vision aussi quoi. Parce que tu vois par exemple par rapport à la Bees, quand on dit (euh) nous on n'a pas de...de vision style ok dans 20 ans...fin, ou alors (euh) on veut faire passer tel et tel message. On n'a pas une dimension plaidoyer politique énorme et c'est clair que à travers ça on sait bien que tous on veut un nouveau monde dans (euh) fin tu vois. On veut aller vers un nouveau paradigme mais on le défini pas avec des mots. On le défini avec des actes quoi.  
 O.: Oui. Oui oui  
 B.: Et (euh) Ben au sinon c'est clair qu'on...qu'on contribue tous (euh) à ce développement-là quoi.  
 O.: Oui  
 B.: Ouai. Y a du boulot quoi.  
 (rire)  
 O.: Ben c'est du chouette boulot quand même hein!  
 B.: Ouai c'est du chouette boulot. Oui ! C'est chouette et puis c'est gai de voir que y a vraiment eu du répondant quoi. Vraiment ! A la Bees nous on avait pas du tout imaginé que ça allait cartonner comme ça. Franchement (euh) J'nous vois encore en buvant notre petite bière là (euh) sur la terrasse d'un pote (euh) Où on s'est dit oh on va faire un projet.  
 (rire)  
 B.: Et (euh) au fur et à mesure il y a des gens qui avaient full énergie aussi qui sont venus, des gens super chouettes (euh) Et que maintenant, ben ça donne ce que ça donne.  
 O.: Ben franchement je crois que (euh) Après avoir fait un peu l'inventaire j'crois que votre point positif c'était vraiment la communication  
 B.: hum hum  
 O.: Parce que déjà c'est un...vous êtes jeunes, pleins d'énergie et...et vous avez communiqué de façon assez (euh) extraordinaire  
 B.: oui oui  
 O.: Et t'as un design aussi de...l'air de rien c'est un peu un design très (euh)  
 B.: Ouai c'est vrai  
 O.: Parce que j'ai aussi été, mais du coup tu dois connaitre, (euh) interviewé AlimenTerre.  
 B.: A quoi?  
 O.: AlimenTerre à Louvain-la-Neuve  
 B.: Oui  
 O.: Et du coup...eux ils existent depuis 30 ans, ils font des trucs géniaux ! Mais personne les connaît quoi  
 B.: Ouai, c'est vrai on les connaît pas  
 O.: Et leur site internet...y a rien...tu trouves rien. Et eux aimeraient bien amener depuis des années et années les étudiants à faire leurs courses là. Et c'est pas un magasin bio cher non plus mais...ça fonctionne juste pas parce qu'ils ont aucune communication  
 B.: Oui, oui. C'est clair que la comm ils ont fait un travail de dingue quoi  
 O.: Ça change vraiment (euh)  
 B.: Et ce qui est incroyable c'est que tu te dis que la majorité de la comm ça a été fait par des coopérateurs. Donc des coopérateurs c'est gratuitement quoi, tu vois  
 O.: hum hum

B.: Ça aussi c'était...c'est ça qui est dingue. C'est de te dire t'as tellement de compétences et de forces réunies dans ce projet...que (euh) ouai y a des permanents qui doivent être là évidemment, et y a pas assez de permanents...là ils sont full full les permanents. Mais tu te dis c'est quand même incroyable quoi. Y a des gens qui travaillaient quelques jours par semaine (euh) gratos parce que simplement le projet leur disait, ok ben moi je suis coopérateur j'y crois à fond! Notamment la comm quoi, la comm y en a trois qui ont vraiment bossé comme des malades dessus. Y a une graphiste tu vois qui a presque tout fait...fin tu te dis c'est un travail de dingue. Et (euh) ouai le bol c'est qu'elle est...hyper douée quoi  
 O.: Ouai  
 B.: Mais vraiment balaise  
 (rire)  
 B.: Et donc tu te dis...pfff bien joué Marie-Hélène  
 (rire)  
 O.: Ben oui c'est vraiment ça quoi. Fin pour moi votre point positif c'est qu'on vous voit de loin parce que vous avez...fin...vraiment un énorme travail de communication. Très bien fait aussi quoi.  
 B.: oui oui c'est clair  
 O.: Et que vos messages...ben on va...qu'on aille sur le site ou sur Facebook les messages sont toujours très clairs et très compréhensibles et du coup ça peut vite toucher...  
 B.: Oui c'est vrai  
 O.: Mais c'est un super chouette projet  
 B.: hum hum. ben c'est bien.  
 O.: L'année prochaine j'arrive à Bruxelles...Peut-être que je prendrai part au projet hein  
 B.: Ah ben écoute ! Oui ce serait cool. Là t'es à...t'es ou pour l'instant?  
 O.: A Louvain-la-Neuve. J'suis en...ben du coup en dernière, population et développement. B.: Ok  
 O.: Du coup (euh)  
 B.: Ah ben cool. Et tu pourras nous envoyer? Tes...  
 O.: Oui. Si je...si je le réussi quand même bien. Parce que là j'ai pris un peu un retard mais (euh)  
 B.: T'inquiète !  
 (rire)  
 B.: Attend on est quand ? On est en avril...ça va quoi.  
 O.: Oui mais je fais mon stage (euh) en...Juin, juillet, aout du coup ça va me prendre pas mal de temps  
 B.: Ah oui. Et tu fais ou ton stage ?  
 O.: Au CNCD  
 B.: Oui  
 O.: (euh) Dans le bureau de Namur. L'organisation de la sensibilisation des réfugiés à Espéranzah  
 B.: Ah ben, on se reverra alors  
 (rire)  
 FIN

O.: Oui oui oui  
 B.: Mais c'est clair que c'est la...c'est la notion de la vision aussi quoi. Parce que tu vois par exemple par rapport à la Bees, quand on dit (euh) nous on n'a pas de...de vision style ok dans 20 ans...fin, ou alors (euh) on veut faire passer tel et tel message. On n'a pas une dimension plaidoyer politique énorme et c'est clair que à travers ça on sait bien que tous on veut un nouveau monde dans (euh) fin tu vois. On veut aller vers un nouveau paradigme mais on le défini pas avec des mots. On le défini avec des actes quoi.  
 O.: Oui. Oui oui  
 B.: Et (euh) Ben au sinon c'est clair qu'on...qu'on contribue tous (euh) à ce développement-là quoi.  
 O.: Oui  
 B.: Ouai. Y a du boulot quoi.  
 (rire)  
 O.: Ben c'est du chouette boulot quand même hein!  
 B.: Ouai c'est du chouette boulot. Oui ! C'est chouette et puis c'est gai de voir que y a vraiment eu du répondant quoi. Vraiment ! A la Bees nous on avait pas du tout imaginé que ça allait cartonner comme ça. Franchement (euh) J'nous vois encore en buvant notre petite bière là (euh) sur la terrasse d'un pote (euh) Où on s'est dit oh on va faire un projet.  
 (rire)  
 B.: Et (euh) au fur et à mesure il y a des gens qui avaient full énergie aussi qui sont venus, des gens super chouettes (euh) Et que maintenant, ben ça donne ce que ça donne.  
 O.: Ben franchement je crois que (euh) Après avoir fait un peu l'inventaire j'crois que votre point positif c'était vraiment la communication  
 B.: hum hum  
 O.: Parce que déjà c'est un...vous êtes jeunes, pleins d'énergie et...et vous avez communiqué de façon assez (euh) extraordinaire  
 B.: oui oui  
 O.: Et t'as un design aussi de...l'air de rien c'est un peu un design très (euh)  
 B.: Ouai c'est vrai  
 O.: Parce que j'ai aussi été, mais du coup tu dois connaitre, (euh) interviewé AlimenTerre.  
 B.: A quoi?  
 O.: AlimenTerre à Louvain-la-Neuve  
 B.: Oui  
 O.: Et du coup...eux ils existent depuis 30 ans, ils font des trucs géniaux ! Mais personne les connaît quoi  
 B.: Ouai, c'est vrai on les connaît pas  
 O.: Et leur site internet...y a rien...tu trouves rien. Et eux aimeraient bien amener depuis des années et années les étudiants à faire leurs courses là. Et c'est pas un magasin bio cher non plus mais...ça fonctionne juste pas parce qu'ils ont aucune communication  
 B.: Oui, oui. C'est clair que la comm ils ont fait un travail de dingue quoi  
 O.: Ça change vraiment (euh)  
 B.: Et ce qui est incroyable c'est que tu te dis que la majorité de la comm ça a été fait par des coopérateurs. Donc des coopérateurs c'est gratuitement quoi, tu vois  
 O.: hum hum

### Retranscription 3 : 20170421 170 311

**Odile:** (heu) Du coup, mais je suis là un peu dans le cadre de mon mémoire et je fais un mémoire sur (heu) les stratégies de... communication pour sensibiliser la population, donc les stratégies des organisations qui travaillent sur l'alimentation locale et durable en Wallonie.

**APAQ-W :** Oui.

**O. :** Du coup je voulais un peu vous contacter, fin vous interviewer dans le cadre de... vous êtes une organisation publique et un peu... j'ai déjà beaucoup interviewé d'organisations privées, d'asbl et du coup pour voir un peu les différences entre le secteur public et le secteur privé.

**A. :** C'est ça.

**O. :** Mais c'est... c'est un peu (heu) abstrait sur les la manière de sensibiliser, les émotions, le discours et... moins sur concrètement qu'est-ce que vous faites, fin je vais aussi vous poser des questions là-dessus, mais voilà.

**A. :** Oui, ben si je ne sais pas je ne sais pas.

**O. :** Pas de souci.

**A. :** Et (heu) comme je ne sais pas non plus tout ce que fait mon organisation peut-être que l'information ne sera pas... complète. Voilà, parce que...

**O. :** Pas de souci, c'est un peu pour avoir une... une vue d'ensemble de... de comment vous faites pour sensibiliser (silence). Du coup, on va peut-être commencer par (heu) un peu décrire ce que c'est l'APAQ-W et son rôle dans l'alimentation locale et durable en Wallonie.

**A. :** D'accord. Donc ça c'est, c'est, c'est les critères pour vous ? Locale plus durable ?

**O. :** Ouais.

**A. :** D'accord.

**O. :** Fin je sais que vous travaillez beaucoup avec (heu) tout ce qui est local...

**A. :** Oui.

**O. :** Et (heu) du coup local et durable pour moi ça va un peu ensemble, de de soutien des...

**A. :** Oui.

**O. :** ...de soutien des agriculteurs locaux quoi.

**A. :** Donc peut-être dans... l'APAQ-W c'est déjà une vieille maison même si elle n'a pas toujours portée ce nom-là (heu) puisque c'est une héritière d'un... d'une organisation qui avant était fédérale (heu) et en fait il y a eu un **splitting** des compétences entre l'AFSCA, à l'époque et (heu) **IONDA** qui est devenue **EURPA** et puis qui est devenue l'APAC-W donc le contrôle est resté à l'APAC (heu) au fédéral...

**O. :** Ouais.

**A. :** ... pour tout ce qui est (heu) qualité alimentaire et (heu)... et hygiène et le et le volet promotion lui a été régionalisé avec un pan de l'agriculture (heu) et c'est (heu) après il y a eu toute une évolution dans l'histoire de... de le de l'organisation et donc maintenant c'est l'APAQ-W. L'APAQ-W, c'est quoi ? C'est une agence publique qui dépend (heu) du ministre de l'agriculture (hum) tout comme au fédéral, le l'AFSCA dépend du ministre fédéral de l'agriculture, ça montre bien au départ que alimentation c'était surtout l'agriculture.

**O. :** Ouais.

**A. :** C'est historiquement je pense dans l'appréhension par la législation, par les actions c'était l'approche d'abord de la production agro-alimentaire, mais agriculture d'abord. Donc ça, ça se ressent fort dans (heu) dans nos actions donc c'est je pense que c'est, c'est un axe important. Donc l'APAQ-W, une agence publique, dépendante du ministre de l'agriculture (heu) qui a fait l'objet d'évolutions dans son organisation, dans sa manière de ce concerter avec certaines parties prenantes que ce soit le secteur agricole, le secteur **févia** donc production alimentaire plus industrielle ou que ce soit le secteur de la distribution qui sont autant de maillons de la filière agro-alimentaire (heu) et... et donc voilà cette évolution (heu) elle (heu) la dernière révolution en date, elle (heu) elle date précisément de l'adoption du code wallon de l'agriculture qui a remis les... les missions de l'APAQ-W dans le cadre global de la législation wallonne sur l'agriculture, qui a défini dans ce cadre-là (heu) nos missions nos modes de... de fonctionnement etc. L'APAQ-W est ce qu'on appelle un OIP de type A, un OIP alors ça il y a plusieurs types d'OIP ça veut dire qu'on n'a pas qu'on n'est pas complètement autonome (hum) on n'a pas un conseil d'administration, ça a fait l'objet de beaucoup de discussions au fil des ministres successifs et (heu) donc nous n'avons pas de... d'autonomie sur ce plan-là, nous n'avons pas de conseil d'administration et donc nous avons un directeur général qui doit établir bien évidemment avec toute l'équipe (heu) un plan d'action qui est présenté au ministre et que le ministre présente au gouvernement et ce plan d'action pour être sûr quand même qu'il colle, qu'il colle au besoin du terrain (heu), et le terrain, c'est quoi? Avant tout les agriculteurs. Il est soumis, pour avis à une institution qui a aussi été créée au travers du code de l'agriculture qui s'appelle le co le collège des producteurs. Dans le collège des producteurs vous avez majoritairement des représentants du secteur agricole et puis vous avez aussi quelques représentants secteurs **févia** et **comeos**, mais c'est quand même majoritairement (heu) le secteur agricole au travers de ce collège, donc ce collège examine (heu) notre rapport d'activité, nos... nos actions et se dit « tiens ça je suis content que vous l'avez fait, ça je trouve que il il faudrait faire un peu plus ceci ou un peu moins cela ou rajouter telle ou telle ou telle action » et (heu) donc voilà et tout ceci amène à retravailler ou pas notre projet de plan d'action (heu) finalement avalisé par le gouvernement. (heu) Évidemment avec un budget à la clé parce que sans sous on ne fait pas grand chose...

**O. :** Exactement.

**A. :** (heu) Alors le volet financement c'est aussi un élément très important. (heu) En fait, on a deux sources de financement principales, la première source est une dotation de la Région wallonne donc ce n'est pas, pas un subsidie comme une association qui dépend d'un subsidie, nous avons un budget comme la une administration, parce que finalement, nous sommes à peu près une administration et puis d'autre part (heu) nous avons un volet cotisation (heu) alors le code de l'agriculture utilise (heu) des termes un peu variables selon le type de cotisation, mais on a en gros deux, deux régimes différents, on a les cotisations obligatoires (heu) et donc celles-là elles sont établies dans des arrêtés par filière de... de production et puis nous avons des contributions ou des... des... des participations plus volontaires (heu) soit d'acteurs qui ne sont pas cotisants pour des actions très spécifiques. Donc l'essentiel (heu) (heu) des cotisations sont bien obligatoires et il y a deux gros secteurs, mais ça aussi ça détermine ça a un impact sur la stratégie de communication, on a deux gros secteurs cotisants qui sont liés à ce qui fait la force de notre agriculture en Wallonie, c'est le secteur laitier et le secteur

viandeux, donc la production de viande bovine en particulier puisque la viande porcine est... est encore (heu) n'est pas encore (heu) très développée en... en Wallonie et la viande... la production bovine est... est vraiment bien développée et dépasse les besoins alimentaires, donc là on est plus qu'à l'autonomie si on voulait juste manger de la viande bovine en Wallonie (heu) les besoins dépassent (heu) fin sont inférieurs à l'offre. Et puis la production laitière, c'est la même chose également. Donc ça se sont les deux gros secteurs cotisants ça veut dire aussi alors que dans le code de l'agriculture tout ça pour bien, mais c'est un peu compliqué, je ne vais même pas entrer dans le détail des... des cotisations. Le principe fondamental c'est le secteur agricole met un franc (heu) la Région met un franc et avec ces deux francs, il y a des actions ciblées.

O.: D'accord.

A.: Voilà, donc... c'est... c'est les grandes lignes, après (heu) il y a des secteurs qui sont moins cotisants mais il y a une forme de solidarité qui fait que... pour prendre le... le secteur du maraîchage, il est plus faiblement cotisant mais malgré tout c'est un secteur important pour l'alimentation et donc on cot... on... on collect... on développe quand même des outils, des actions (heu) qui dépassent finalement les moyens strictement calculés tels que je vous les ai exprimés. Donc ça c'est (heu) le financement et donc et notre mode d'organisation et notre mode de financement ont évidemment un impact sur la manière dont on élabore notre plan d'action, nos actions de communication (heu) qui sont ensuite mises en œuvre. Voilà, ça je pense que c'est un... un... un tableau (heu) dans les grandes lignes, on a (heu) pour le moment on a eu quelques départs volontaires ou... ou malheureux suite, suite à des décès, mais donc on est ici entre 35 et 40 personnes, donc c'est quand même une petite administration au... (heu) au final (heu) par rapport à la DGE 3 si on prend la DGE3 donc DG environnement agriculture du service public de Wallonie, je veux dire alors on est tout petit à côté (heu). Et donc le code de l'agriculture (heu) considère qu'on est le bras armé du gouvernement pour la communication et la promotion de l'agriculture, de l'horticulture et des produits (heu) agricoles transformés, voilà (heu)... Donc voilà, ça c'est un petit papier dans les grandes lignes (heu) la mission après (heu) on peut rentrer dans le détail mais je vais laisser venir vos questions sur comment ? Comment est-ce qu'on l'a traduit effectivement ?

O.: Oui et en fait du coup si j'ai bien compris il y a un financement de la Région, il y a un financement des agriculteurs.

A.: Voilà.

O.: Et vous, votre rôle c'est de faire un peu le pont entre les deux.

A.: Alors le... en fait le financement parfois il passe par les agriculteurs, c'est très compliqué, parfois il passe par les agriculteurs, mais parfois il passe par un... un autre maillon de la chaîne parce que c'est plus facile pour la perception ou que tout simplement (heu) finalement les actions impliquent d'autres acteurs que juste le l'acteur de la production primaire, donc je vais vous donner l'exemple, le lait vous imaginez on est à près, à (heu)... qu'est-ce qu'on m'a donné comme chiffre ? 3200, 3300 producteurs laitiers donc au lieu de demander à chaque producteur laitier de nous déclarer sa production laitière parce que la cotisation est calculée au litre de lait qu'ils produisent ce qui est vraiment très très lourd, en fait le la cotisation, elle est perçue via la laiterie. Au niveau de la viande c'est encore différent parce que là la cotisation, elle est éclatée. Je parle même pas de la perception mais dans le calcul entre l'abattoir... en fait entre trois maillons le boucher, l'abattoir et le producteur donc voilà...

O.: Ah ouais.

A.: Donc c'est (heu) c'est vraiment très compliqué de rentrer... de de rentrer dans... dans les détails

et (heu) ils ont pas fait deux régimes pareils (heu) d'une fi... d'une filière à l'autre, ça change. Donc parfois on a aussi une intervention financière d'un autre acteur de la filière que l'agriculteur lui-même, mais parce que la filière s'y prête, parce que les conditions sont (heu) sont différentes. Voilà.

O.: D'accord. Et du coup, quel est un peu votre rôle ? Ben votre rôle, ça veut dire que chaque producteur laitier et chaque producteur de... fin chaque agriculteur au final de Wallonie doit participer à cette cotisation pour être représenté par l'APAQ-W ?

A.: Oui, donc c'est vraiment une obligation de participer au financement, tout comme le producteur à l'obligation de... de cotiser à l'AFSCA pour financer les contrôles administratifs, techniques et bien... donc ça date de voilà je à mon avis de je ne sais combien d'année, il a l'obligation de (heu) de financer pour partie les actions de promotion (heu) de l'agriculture et des produits qui résultent de l'agriculture (hum).

O.: D'accord.

A.: Voilà. Je sais pas si c'est équivalent dans tous les pays d'Europe mais en tout cas (heu) donc chez nous ça date d'avant la régionalisation de de... de l'agriculture.

O.: Je ne savais pas que ça fonctionnait comme ça. Et du coup, votre rôle plus précisément c'est... la représentation et la défense des agriculteurs wallons.

A.: Non non, on est, on n'est pas un syndicat agricole, ça c'est le boulot de la Fédération wallonne de l'agriculture ou de la (????) pour (heu) un un... un pan plus minoritaire d'agriculteurs donc nous ne sommes pas un syndicat agricole nous sommes bien un organisme public mais dont la mission est d'assurer (hum) la... la promotion de l'importance de l'agriculture dans la société, (heu) du rôle de l'agriculture, de son impact et aussi de... de faire connaître et valoriser les productions agricoles. On considère le... le législateur a considéré que l'agriculture c'était un pilier de la société donc je vous invite vraiment à... si vous voulez je vous renverrai les les... la la référence du code (heu) là vous avez les premiers articles qui sont... mais qui sont vraiment importants, vous comprenez. Mais comment est-ce que le législateur a considéré le rôle de l'agriculture qu'il ne met pas sur un pied d'égalité avec la sidérurgie, l'industrie du bois, tous tous les secteurs d'activité économique ont leur importance, mais l'agriculture en tant que source alimentaire de la population, c'est un élément fondamental...

O.: Exactement.

A.: ... plus de production alimentaire chez nous on dépend totalement de l'étranger pour (heu) une fonction de base de la société. Et donc (heu) ces ces éléments-là font que effectivement on aurait pu imaginer que la promotion, faire... faire de la communication sur l'alimentation et les produits agricoles ça relève uniquement du syndicat agricole après tout comme (heu) comme d'autres fédérations professionnelles font la promotion de leur secteur, ici on a considéré que c'était une mission de service public que de que de faire la... la promotion et de toujours faire reconnaître à quoi sert l'agriculture dans notre société (heu). Voilà, mais on va pas défendre (heu) les agriculteurs comme le ferait un syndicat agricole ça c'est pas le boulot.

O.: D'accord.

A.: Voilà mais donc on est complémentaire d'une certaine manière.

O.: (heu) Du coup, j'aimerais un peu bien que vous m'expliquiez les... les activités de sensibilisation...

A.: Oui

O.: ... (heu) que l'APAQ-W met en place pour (heu) justement promouvoir l'agriculture comme vous le faites, mais au niveau du... du grand public quoi.

A.: Donc il y a (heu) des actions sur le territoire wallon et puis des actions on va dire plus liées à la... à la promotion économique des produits hors du territoire wallon donc je vais me concentrer sur (heu) le territoire wallon (hum) donc il y a (heu) des actions qui qui sont multiformes donc vous avez (heu) des actions on va dire verticales par filière de production par catégorie de produits on fait la promotion du fromage, on fait la promotion de la viande, on fait (heu) donc ça c'est comme ça et ces actions-là, elles sont étroitement liées aux modes de cotisation dont je vous parlais hein? Donc le producteur de lait ben il s'attend à ce que s'il cotise et ben on va faire la promotion du lait et le producteur de la viande, il s'attend à ce qu'on fasse la promotion de la viande et dire que c'est si bon et qu'on peut se fier à la qualité de la viande wallonne. Donc ça c'est (heu) une une promotion on va dire verticale qui prend différentes formes, si (heu) si je prends le fromage qui a fait l'objet d'une campagne il y a quelques mois (heu) ben c'est des campagnes radios, c'est des flyers, c'est (heu) c'est, je ne pense pas que qu'elle soit passée par une campagne télé, c'est des concours (heu) c'est des bons d'achat, donc il y a... Pour faire découvrir les fromages de chez nous, les faire apprécier (heu) voilà. Donc ça c'est... et il y a pour le moment une campagne de la viande bovine c'est la période pour le moment de la campagne viande bovine donc si vous allez sur le site de l'APAQ-W il y a, y a toujours des petits macarons avec les... les thèmes des campagnes... oui je pense que c'est à gauche dans le... les trois thèmes du... actuels pour le moment donc la campagne bovine est reprise. La campagne bovine (heu) je pense qu'ils ont des actions avec les bouchers, des actions avec le secteur horeca etc. (heu) Et puis vous avez des actions transversales, des actions transversales qui sont plus liées à (heu) (heu) à... à... apprécier l'agriculture, connaître l'agriculture (heu) sur les aspects nutritionnels, "qu'est-ce que c'est qu'une alimentation équilibrée?" (heu) ou bien une des actions transversales sur les signes de qualité des produits alimentaires comme les IGP, les AOP, etc. (heu)... Il y a eu une campagne mais qui a été statée sur l'origine des produits, l'origine wallonne là on est un peu rattrapé par l'Union Européenne qui dit que c'est pas bien et qu'on ne peut pas faire de discrimination (heu) donc voilà donc on a des... des actions plus transversales là aussi les axes vont... vont... les modalités vont être multiples (heu) elles vont utiliser le canal TV (heu) et le canal TV puisque on subsidie de manière depuis des années des émissions TV à la RTBF (heu) ça été (heu) si retrouver si vous allez sur Youtube APAQ-W vous allez retrouver plein de... plein de vidéos où on peut retrouver (heu) voilà d'une manière (heu) à pre... en finalement, au final parler de l'agriculture, de la manière dont on produit chez nous (heu) du fait qu'on puisse avoir confiance dans les produits (heu) dans les produits de chez nous donc (heu) le... le média TV est utilisé. On utilise (heu) pour les campagnes transversales le (heu) le média TV et aussi et aussi le média radio je crois a été utilisé pour agriculture de Wallonie si je prends cet exemple-là. Donc là on est dans des spots radio, on a (heu) des (heu) on utilise le site internet mais il est complètement obsolète donc là on a un gros gros travail, on a tout une stratégie digitale qui est qui est en cours de de de définition de redéfinition et puis avec, là on aura un super site internet mais il faut un petit peu de temps (heu) donc ça c'est un axe important (heu). Les foires et salons sont aussi (heu) sont aussi un axe important (heu) il y a plusieurs événements qui ponctuent l'année (heu) le gros événement sur lequel on un énorme stand et en plus des stands décentralisés c'est la foire agricole de Libramont... qui est quand même un événement qui draine pas mal de personnes, là qui est vraiment ciblé agriculture. À côté de ça maintenant vous avez un deuxième événement, deuxième édition, c'est bientôt, c'est au mois de mai donc (heu) si ça vous dit c'est c'est intéressant c'est "C'est bon, c'est wallon".

O.: Ah oui.

A.: Donc c'est pas une initiative de l'APAQ-W mais nous sommes partenaires de... de cette (heu) de ce salon qui a été voulu par le ministre de l'agriculture mais (heu) qui est en fait pris en charge par (heu) par le wex à Marche-en-Famenne et là, la volonté c'est vraiment (heu) un... un salon grand public (heu) axé sur les producteurs artisanaux de Wallonie (heu) et voilà et ça c'est... ça a eu un très très grand succès l'année passée et (heu) bizarrement c'était la première édition qui ait cette ampleur-là, on a toujours des petites foires et salons (heu) locales, mais là c'était vraiment avec une autre ambition. (heu) Donc ça c'est un événement aussi important (hum) pour faire connaître et déguster parce que c'est bien voilà, c'est pas c'est pas juste en faisant de la publicité mais les gens vont à la rencontre des producteurs, peuvent goûter les produits (heu) la conviction profonde c'est que (heu) pour faire démarquer un produit qui n'est pas un produit standard industriel d'un produit plus on va dire plus artisanal, vendu en circuit court, il faut que les gens (heu) producteurs et consommateurs se rencontrent et donc il faut créer des lieux de rencontres (heu) et des lieux de mise en confiance des parties donc voilà les foires et salons sont vraiment (heu) sont vraiment (heu) un moyen (heu) utilisé à cet égard-là. Après on a plein d'autres (heu) plein d'autres événements sur lesquels (heu) on essaye aussi de faire de la promotion donc vous avez deux canaux quand vous voulez faire de la promotion, soit vous créez des événements spécifiques pour faire venir les gens, soit vous utilisez des événements existants pour y greffer (heu) voilà. Donc par exemple, le ministre ici mais qui n'est pas le ministre de l'agriculture mais qui l'a été sous la précédente législature et qui... qui garde aussi la volonté de promouvoir les circuits courts et bien dans le cadre des foires et des festivals (heu) il a la volonté que sur les festivals il y ait une offre de produit en circuit court en se disant il y a tellement de gens qui viennent, c'est un excellent lieu pour sensibiliser, pour rencontrer, pour découvrir quel produit. L'APAQ-W le fait (heu) également avec le Beau Vêlo de Ravel qui est un énorme événement qui draine beaucoup de gens et les producteurs sont vraiment très enthousiastes à chaque... à chaque (heu) journée du Beau Vêlo de Ravel pour être présents et proposer leurs produits ou que l'APAQ-W sensibilise à l'existence de leurs produits donc voilà ça c'est un événement où on se greffe sur autre chose pour faire connaître...

O.: D'accord.

A.: (heu) ... les produits alimentaires. (heu) Je voulais encore vous parler d'un événement qui est quand même un événement très important niveau (heu) au niveau de l'entretien dans (heu) la conscience et la connaissance collective de notre société de ce que c'est l'agriculture en commençant par les plus petits, ce sont (heu) les journées fermes ouvertes. Les journées fermes ouvertes (heu) c'est chaque année (heu) entre 70 et 80 fermes donc c'est quand même une grosse organisation, c'est Geoffroy Simonard que vous avez d'abord contacté je pense qui s'en occupe, mais il est vraiment full, cette période-ci c'est vraiment (heu) voilà (heu) donc les journées fermes ouvertes (heu) c'est (heu) ont évolué (heu) les schémas évoluent au fil du temps mais c'est vraiment dire au ferme "accueillez des gens, faites connaître votre métier. On vous aide, on vous coach, on vous prête du matériel, on vous aide un petit peu financièrement éventuellement pour certains aspects pratiques, on vous fait connaître". Mais surtout les gens continuent à connaître le chemin pour arriver jusqu'à chez vous, à découvrir ce que c'est que du lait qui sort de la ferme, de la glace produite à la ferme, du fromage produit à la ferme ou comment (heu) tout simplement (heu) les... tel et tel mod... (heu) et telle et telle culture sont encore (heu) réalisées avec des panneaux d'affichage etc. (heu) et donc voilà ça c'est, ça c'est vraiment un événement (heu) on imagine même pas de supprimer, c'est vraiment un événement important et les... les gens viennent en famille avec les petits, les petits... ou les moyens, on a moins les ados qui... qui viennent à ce type d'événement mais c'est vraiment un événement qui est vécu en famille et qui amène (heu) voilà qui entretient quand même la connaissance de ce que c'est une ferme, de à quoi ça sert l'agriculture (heu) dans les familles dans chez les plus jeunes... donc voilà. Et il y a une déclinaison avec les fermes en ville, il y en a chaque année deux trois, donc ça veut dire que là c'est plutôt des stands sur la place de la ville ou du village, avec (heu) éventuellement quelques producteurs présents, des expositions sur l'agriculture, des concours etc. donc là c'est aussi... en prenant en considération parfois ben les gens

de la ville ne sortent pas de la ville et surtout quand on est un peu moins favorisé et donc là c'est l'APAC-W qui (heu) avec l'agriculture va vers eux, donc on est toujours (heu) à devoir jouer avec (heu) avec ces deux, ces deux médias pour pouvoir communiquer vers (heu) vers les gens. Mais donc notre communication elle va toujours être étroitement liée à l'agriculture.

**O :** Ouais.

**A :** L'agriculture, la production agricole (heu) et (heu) ce qu'on peut aussi trouver en circuit court, localement (heu) en terme de... de consommation que ce soit en allant à la ferme, dans les marchés ou (heu) en allant en grande surface puisqu'il y a un développement de produits locaux dans dans les rayons de grandes surfaces. (heu) Qu'est-ce que j'ai oublié? Parce qu'on fait tellement de choses que... après il y a des tas de concours, fin il y a des tas de... des tas d'actions fin je vais dire notre équipe ne fait que ça toute l'année donc c'est vraiment que ça que ça que ça toute l'année. Bon évidemment en fonction des périodes, il y a plus ou moins d'actions après on a des actions ciblés sur les secteurs bio avec la semaine bio (heu) fin mai début juin, donc ça c'est ciblé sur l'alimentaire mais avec l'axe spécifique production biologique. Ça c'est l'APAC-W est chargée de la promotion vers le grand public alors que Bio Wallonie va se s'occuper du développement de la filière et plutôt du travail (heu) par exemple au niveau des collectivités mais le grand public c'est l'APAC-W qui est responsable de... de la promotion aussi (heu). Qu'est-ce que je peux encore dire en... en grand public ? (heu) On donne des sous, aussi, à pas mal de... de structures qui font soit elles aussi des promotions plus ciblées sur la viande bovine ou ci ou là. Ou bien (heu) à des écoles, si je prends l'exemple des collations santé, et bien les écoles peuvent avoir un petit subside pour (heu) faire une fois un petit déjeuner sain entouré de... d'une activité pédagogique (heu) autour de la ferme et de l'alimentation équilibrée et on a aussi des outils (heu) des outils pédagogiques que l'on... que l'on développe pour les écoles et donc là c'est vraiment un volet sur lequel le le le ministre de l'agriculture nous demande de... d'aller encore plus loin que ce qui a été fait jusqu'à présent, c'est vraiment développer (heu) le volet (heu) le volet pédagogique. On est moins actif sur les fermes pédagogiques sauf à diffuser l'information sur la visite des fermes pédagogiques, mais là c'est plutôt accueil champêtre (heu) le volet (heu) le volet pédagogique. On est moins actif sur les fermes public de Wallonie qui va (heu) qui gère le réseau à proprement parler nous voilà on fait (heu) on diffuse dans les écoles l'information mais on n'est pas... on n'est pas en première ligne par rapport aux fermes pédagogiques.

**O :** D'accord. Donc si je comprends bien, vous avez toutes une multitude d'actions qui visent à peu près toutes les sortes de public différents (heu) que ce soit des petits aux plus âgés. Et est-ce qu'il y a aussi une mixité (heu) au niveau fin au niveau du public que vous touchez, une mixité sociale?

**A :** Oui, c'est une bonne question. Je ne suis pas sûre que la question elle est... elle est déjà été tellement analysée (hum) et ça fait d'ailleurs l'objet de... de pas mal de réflexions. Moi je travaille sur (heu) un projet qui est de développer l'aide alimentaire à base des produits agricoles il y a une demande spécifique que le ministre a adressé à l'APAC-W, mais on en est encore que... aux balbutiements, voir comment on va faire (heu) concrètement. Donc là je vais pas je vais pas dire je vais pas m'avancer sur (heu) sur ce qu'on a déjà pu (heu) pu faire. Je sais que certains (GAL) ou parc naturel y travaillent (heu) notamment (heu) je pense c'est dans le Hainaut j'ai rencontré quelqu'un qui m'a dit que c'était un projet sur lequel ils (heu) ils travaillaient. Et l'idée aussi c'est de dire que le produit local, c'est pas un produit de luxe ou pour les bobos, mais c'est vraiment aussi un produit accessible à tous et c'est (heu) c'est lié à une autre façon de consommer et (heu) si vous allez dans une grande surface, les tentations sont tellement étendues que vous ressortez avec un caddy qui comporte d'autres choses peut-être que ce dont vous aviez besoin donc votre facture votre ticket de caisse a pu être plus élevé que ce que vous n'attendiez au départ (heu) se rendre (heu) acheter local au marché ou à la ferme va peut-être vous amener à vous recentrer sur ce qui est ce qui est réellement essentiel et au final on est persuadé que (heu) le budget ne sera pas plus élevé parce qu'on s'est concentré sur l'essentiel et qu'on ne s'est pas laissé tenter par l'accessoire

autre le fait aussi (hum) que (heu) consommer local ça peut être aussi consommer des produits bruts et pas uniquement des produits transformés et donc ça c'est réapprendre à cuisiner, alors l'APAC-W ne s'occupe pas de donner des leçons de cuisine par exemple, des choses comme ça, mais je sais que dans... que dans le cadre (heu) justement de... de certaines actions dans le plan de développement rural, certains (GAL) ou certains parcs naturels y travaillent aussi, de leur donner des leçons de cuisine et apprendre à cuisiner des choses simples parce qu'il faut pas voilà.

**O :** Mais également sur votre site il y a il y a toujours des recettes proposées...

**A :** Il y a toujours des recettes, mais (heu) elles sont quand même rela parfois relativement sophistiquées, c'est pas là... c'est pas, c'est pas je cuis un morceau de viande et je pèle mes pommes de terre et je fais mes légumes donc c'est déjà voilà peut-être que pour certains publics favorisés il faut retourner à quelque chose de plus basique au départ, de reprendre goût à... à ne pas acheter un hamburger tout fait, surgelé, dans un hard discount, mais mais peut-être travailler autrement et donc voilà je pense que là (heu) il y a d'autres actions qu'on n'a pas encore honnêtement sur lequel nous on n'a pas, je ne pense pas, je ne peux pas vous... je n'ai encore rien vu depuis que je suis là, ça fait trois ans maintenant. Je n'ai rien vu donc (heu) je ne pense pas qu'on y ait réellement travaillé en toute objectivité. Voilà.

**O :** Et pour le moment c'est un peu le même public ?

**A :** Alors il y a des enquêtes qui ont été faites pour voir quel est le... quel est le public que l'on draine et c'est sûr que par exemple (heu) Geoffroy vous dirait c'est les PRA (rire) les PRA c'est les personnes responsables des achats et donc (heu) pour une série d'actions, elles sont vraiment ciblées sur les personnes responsables des achats et (heu) et donc elles vont être ciblées sur la mère de famille, la ménagère ou (heu) ou ceci ou cela, donc en (heu) et donc et maintenant ils travaillent ils commencent à développer (heu) on est peut-être un peu en retard en... dans un service public par rapport (heu) aux... aux sociétés privées qui ont des budgets de communicants, on on a un beau budget communication mais ça n'a rien à voir avec évidemment (heu) Unilever ou Coca-Cola quand tu dois communiquer et donc ça c'est, c'est quand même (heu) un élément toujours à prendre en considération c'est qu'on... on n'est pas sur pied d'égalité. Mais (heu) mais on est conscient qu'il faut utiliser d'autres outils donc c'est pour ça que je disais là... la chaîne Youtube pour le moment on a recyclé entre guillemets tous les les films, les vidéos qu'on a pu récupérer pour mettre sur la chaîne Youtube parce que (heu) le le le texte est de moins en moins utilisé dans la communication surtout après des jeunes et que si on veut cibler les jeunes et capter les jeunes il faut développer d'autres outils de communication. Donc Youtube (heu) les réseaux sociaux donc il y a des recrutements qui sont prévus pour (heu) pour développer tout ce tout ce modèle-là de la communication. Et et voilà peut-être que effectivement il y a des canaux qui doivent qui devront (heu) être (heu) supprimés de de nos moyens de communication pour se se recentrer sur d'autres, fin en tout cas notre directeur général est convaincu de ça donc voilà.

**O :** Et (heu) par rapport aux résultats que vous obtenez, est-ce que vous remarquez quand même qu'il y a plus de gens au fil de vos actions qui s'intéressent à l'alimenta... à l'agriculture wallonne ou ça stagne ?

**A :** Ben je pense que en... c'est (heu) je... je sais pas si... je sais que... que des enquêtes marketing ont été réalisées, mais (heu) honnêtement c'est pas un volet que j'ai fait tellement suivi (hum) si jamais (heu) les résultats sont disponibles ça je veux bien (heu) me (heu) questionner en interne, auquel cas je peux (heu) je pourrais vous les communiquer (heu). De manière générale là, il y a une conscientisation claire et nette en faveur de... de l'alimentation durable, de l'alimentation locale donc ça c'est c'est, ça s'observe. Je pense que c'est la conjonction d'un certains nombre de facteurs et donc on serait bien imbu de nous-même de penser que c'est uniquement le résultat de nos propres actions. Je pense que ce serait (heu) erroné de l'affirmer et donc c'est difficile de pouvoir mesurer l'impact

uniquement de nos campagnes par rapport quand la RTBF tous les mois fait passer (heu) un magasin où on parle des scandales alimentaires ou de ceci ou de cela ou une chaîne française ben ça joue aussi évidemment dans la reconaissance de la population par rapport à « est-ce que je continue à manger comme j'ai toujours fait ? » Ou « est-ce que j'ai envie de me recréer ou de... de manger autrement » ? Donc je voilà, je pense que c'est un... une conjonction d'éléments. Les crises agricoles et il y a eu beaucoup de communication au niveau des... autour des crises agricoles ont aussi amené un sursaut de la population (heu) sur cette question-là. Tout le monde a en mémoire encore les tracteurs qui déversaient des litres et des litres de lait dans les champs même si le lait était dilué évidemment parce que il fallait amplifier la communication, il y a une réalité derrière et ça a marqué les esprits. (Heu) et l'APAQ-W a communiqué, a réagi sur la campagne quarante jours sans viande (heu) en disant « mais quarante jours de produits locaux c'est un défi que on vous lance » aussi voilà parce que... aussi pour capter des... des gens qui sont indécis parce que il y a aussi des gens qui ne savent pas à quel saint se vouer, qui sont confrontés et je pense que... avec (heu) avec le développement d'internet et autres (heu) les gens parfois sont un peu perdus par rapport à l'information et avec des informations qui disent tout et leur contraire. Comment et où trouver une information suffisamment objective ? Ça c'est (heu) c'est aussi un élément important et donc par rapport à ça (heu) et bien l'APAQ-W aussi doit... développe des outils de communication. Ma collègue qui travaille sur la filière viande a développé des petits flyers sur (heu) l'impact environnemental, la santé, etc. Pour la viande, mon collègue qui travaille sur le lait fait la même chose, puisque certains décrivent le lait en disant que c'était pas bon pour la santé et qu'il faut mieux boire du lait de soja, (heu) ben derrière le lait de soja il y a quand même une industrie agro-alimentaire et du soja qui est pas cultivé chez nous et (heu) donc voilà. Donc (heu) le rôle de l'APAQ-W c'est aussi (heu) indépendamment de la promotion, on va dire de type marketing, c'est aussi parfois de remettre l'église au milieu du village et de proposer des informations (heu)... fiables, validées (heu) soit au travers du site internet soit au travers de... de référencement ou de publications de... voilà que... qu'elle édite. Le collègue des producteurs a aussi (heu) cette volonté-là de (heu) d'éditer des informations et a mis en place la cellule d'information lait et la cellule d'information viande (heu) auquel on peut assister via son site où là aussi on peut trouver des informations sur (heu) voilà la production, les réalités de la production, si on dit que la viande c'est pas bon pour la santé, est-ce que... ou que c'est pas bon pour l'environnement, d'où vient l'information ? Et est-ce qu'on ? Est-ce que c'est une information liée à la production bovine en Amérique du Sud, liée à la déforestation ? Ou est-ce qu'on a tenu compte des vaches qui paissent en prairie chez nous ? C'est pas du tout la même chose, l'impact environnemental n'est évidemment pas du tout la même chose, mais si on fait un amalgame avec tout (heu) voilà. Après (heu) voilà, je pense aussi que l'agriculture a aussi un impact sur l'environnement et qu'il faut aussi le reconnaître.

**O :** D'accord. (heu) Par rapport à toute cette question un peu (heu) écologique, est-ce que (heu) l'APAQ-W (heu) évolue un peu, dans le sens prend en considération le (heu) la question (heu) environnementale grandissant pour baser, pour faire (heu) sa sensibilisation ? Ou, vous, votre rôle c'est exclusivement représenter les, fin promouvoir l'agriculture wallonne et ça ça s'arrête là ? Ou est-ce qu'il y a aussi un pan (heu)...

**A :** Je je... je je... je pense que... fin en tout cas moi je suis environnementaliste à la base (hum) le... notre directeur général a... a tout récemment (heu) est tout récemment intervenu (heu) en manifestant (heu) sa ferme volonté puisqu'il est (heu) on a un nouveau directeur général depuis seulement le début de cette année-ci, fin (heu) depuis mai ou... ou avril 2016 pardon.

**O :** D'accord.

**A :** Ça fait à peu près un an qu'il est là maintenant. Et donc de tenir compte de l'impact CO2 (heu) de l'agriculture etc. Donc (hum) oui il y a une volonté (heu) mais elle n'est peut-être pas encore assez affichée, de prendre en compte l'impact environnemental de l'alimentation (heu) la conviction

(heu) intime des collaborateurs de l'APAQ-W je pense, c'est que si on se fournit localement, déjà on est dans une optique favorable à l'environnement parce qu'on n'a pas (heu) parce qu'on n'a pas multiplié les kilomètres parcourus par les ingrédients et l'alimentation avant de consommer et donc c'est, c'est presque viscérale chez les gens c'est ça va de soi. Ce qui ne va pas de soi dans le grand public, va de soi pour les collaborateurs de... de l'APAQ-W. D'autres aspects sont moins développés (heu) si je prends le gaspillage alimentaire par exemple, l'APAQ-W à mon sens ne s'est pas tellement saisie de la question (heu) jusqu'à présent (heu) considérant, peut-être, à tort, que c'était plutôt le rôle de l'administration de l'environnement de le faire. Donc ça c'est un... c'est un axe sur lequel on a un peu... on a peu travaillé. Moi je travaille plus sur le volet collectivité (heu) et... et là c'est... on ne peut pas séparer les deux (heu) parce que (heu) ce n'est qu'en réduisant le gaspillage qu'on dégage des marges financières suffisantes que pour pouvoir augmenter la part de local dans l'approvisionnement. Ça c'est une conviction de tous les experts qui travaillent sur les cantines durables et (heu) et donc ça fait partie (heu) ça doit faire partie d'un... d'un plan d'action quand on développe les cantines, quand on veut développer une cantine durable, le gaspillage, la lutte contre le gaspillage et les pertes alimentaires (heu)... alors il faut savoir que il y a une strat... y a y a une stratégie développement durable qui a été approuvée par le Gouvernement wallon. Dans cette stratégie il y a quatre thématiques prioritaires et l'alimentation durable est une des thématiques prioritaires. Et l'APAQ-W a été (heu) désignée comme étant un des bras armés du gouvernement pour mettre en œuvre la stratégie alimentation durable. Donc je pense que par ce canal-là aussi (heu) l'APAQ-W devra développer des outils adaptés (heu) qui vont au-delà, juste de la promotion de l'agriculture ou d'une alimentation équilibrée parce que ça l'alimentation équilibrée elle le fait de longue date et elle a développé des outils (heu) avec des... des opérateurs du secteur de la diététique et de la santé (heu) pour veiller vraiment à avoir aucune discussion sur la qualité de ses outils et donc ça (heu) heu) ça c'est clair. Maintenant, je sais pas par rapport à l'environnement si vous avez (heu) si vous pensez à des aspects ? Ou des items plus particuliers ?

**O :** Est-ce que par exemple vous vous... vous vous rendez compte ou pas... ou... qu'il y a un besoin de... de promouvoir fortement les... les fermes, les petites fermes familiales et les les fermes plus... plus durables que les fermes industrielles ou il y a pas de différence entre... .

**A :** Donc (heu) donc (heu) d'une part la mission de l'agriculture... (heu) la mission de l'APAQ-W est de faire la promotion de l'agriculture, elle n'empêche pas de faire une communication différenciée et donc (heu) essentiellement la communication différenciée se fait... quand on fait la promotion du circuit court vous n'avez pas de fermes industrielles, vous êtes dans (heu) dans des exploitations familiales qui sont en diversification et la diversification c'est un enjeu (heu) poussé par la Région wallonne pour permettre aux fermes d'avoir une certaine autonomie financière et de survivre malgré les crises et donc (heu) le rôle que l'APAC-W joue pour la promotion des circuits courts et de la vente directe, elle est directement liée finalement aux petites exploitations (heu). La production (heu) de type bio comme je vous l'ai dit ben voilà c'est... c'est (heu) c'est aussi une des missions de l'APAQ-W. On est très vite critiqué par le secteur agricole conventionnel si on met en opposition les deux donc l'enjeu de pouvoir communiquer sur... (heu) les spécificités de tel ou tel mode du modèle de production sans dénigrer pour autant tel autre. Je vais vous donner un exemple, c'est la volaille, le secteur de la volaille, si vous regardez (heu) c'est c'est régi par des directives européennes, vous avez différents modes de production, vous avez l'abat, ce qu'on appelle le poulet de batterie, qu'on appelle plus, maintenant c'est le poulet en cage, puis vous avez la poule le poulet élevé au sol et puis vous avez le poulet plein air et puis vous avez le bio. Et puis vous avez encore parfois des sous-catégories spécifiques liées à la qualité différenciée en Wallonie. (hum) Notre rôle ne va pas être de dire "consommer uniquement du poulet plein air", ça, on ne peut pas dire ou "consommer uniquement du bio". Par contre, notre mission c'est aussi de dire "voilà ce qui explique, voilà quelles sont les différences entre les filières de production" et ça va nécessairement avoir un impact sur peut-être la qualité gustative ou le prix parce que un poulet (heu) un poulet en cage qui est élevé x jours ou un poulet plein air qui (heu) qui était (heu) élevé deux fois x jours,

forcément le coût de production n'est pas le même et forcément le goût n'est pas le même, vous avez des produits différents avec des qualités derrière différentes et des prix différents, donc ça c'est aussi ça fait partie aussi (heu) du rôle de l'APAQ-W, c'est de pouvoir expliquer que on a une diversité de production et que le citoyen peut s'orienter en fonction de l'information vers voilà, vers le mode de production ou le type de produit qui lui convient le plus... et je peux, si je choisis du poulet blanc parce que c'est moins cher, je ne vais pas critiquer quelqu'un parce qu'il a choisi du poulet blanc parce que c'est moins cher si son portefeuille ne lui permet pas d'acheter du poulet de chair, mais voilà donc c'est, c'est c'est important que les gens puissent comparer les différents les différents et qu'on leur donne dès lors une information à ce sujet-là.

**O :** D'accord. Du coup, si je peux un peu résumer votre stratégie de sensibilisation c'est de montrer au public concrètement quels sont les produits wallons, agricoles, et montrer les différences entre les produits pour (heu) fin pour un peu montrer l'éventail et faire (heu) (inaudible).

**A :** Oui et... et essayez de mettre en évidence des éléments liés à la qualité, à la proximité (heu) heu) mais la qualité oui et la volonté de du ministre c'est de vraiment développer tout ce qu'on appelle la qualité différenciée (heu) donc (heu) la qual... la politique de qualité différenciée regroupe non seulement les AOP, IGP (heu), le bio qui a aussi fait partie de la qualité différenciée, mais aussi (heu) des cahiers des charges spécifiquement propres à la Région wallonne qui sont après portés par (heu) par des opérateurs ou des filières particulières pour pousser un produit qui a une qualité particulière, soit que la qualité est portée sur le mode d'alimentation animale, sur (heu) sa son lieu de vie (hein heu), la bête qui a paissé 180 jours minimum en prairie (heu) des choses comme ça et donc à tout ça il y a des... des... des reconnaissances qui sont attachées par la Région wallonne voire au niveau européen en terme de financement et donc ça c'est aussi le rôle de l'APAQ-W. Une fois que les cahiers des charges sont définis parce que c'est un énorme travail entre l'administration, les secteurs et j'ai des collègues qui participent aussi à cette discussion mais c'est pas l'APAQ-W qui porte l'élaboration de ces cahiers des charges, mais une fois que les... les cahiers des charges sont établis et que les filières sont en place alors le rôle de l'APAQ-W c'est de valoriser tout ce travail énorme qui a été fait par les secteurs pour développer une qualité supérieure ou différente (heu) de leur (heu) de tel ou tel type de produit.

**O :** D'accord. Et du coup, avec tout ce que vous m'avez dit un peu on peut considérer que vous participez à cette transition alimentaire de d'un retour vers le local vers le... vers le durable. Mais que vous faites ça depuis au final toujours...

**A :** Oui, oui, en fait nous ça nous fait rire quand on parle (rire) parce que parce que c'est le métier de base qui n'a pas changé depuis (heu) depuis vingt ans. Et donc (heu) heu) on a un certain nombre de d'autorités, de personnes, d'organismes qui s'intéressent et qui parlent de transition (heu) peut-être parce que le... le... le mouvement est peut-être plus marqué maintenant alors que c'est le... le core business depuis toujours de l'APAQ-W (rire).

**O :** C'est vrai que vous votre rôle c'est cette promotion-là, mais que maintenant c'est quelque chose de d'indispensable et mais au final vous le faites depuis très longtemps quoi.

**A :** Oui oui, tout à fait.

**O :** Du coup, vous ne partez pas de ce constat de base de... il faut absolument qu'on change l'alimentation, vous partez du constat de base (heu) la promotion de l'agriculture et...

**A :** Mais ça n'est pas pour autant que (heu) que l'APAQ-W ne doit pas aussi tenir compte des mouvements sociaux et donc ajuster ou adapter le cas échéant la manière dont elle doit (heu) assurer la promotion et l'information du grand public (heu) en général.

**O :** Ce que vous m'avez dit que vous faites par (heu) essayer de... de toucher des publics plus précarisés ou (heu) des... des...

**A :** Oui, mais je vous dit public plus précarisé, il y a vraiment je pense encore du travail (heu) qui doit être fait oui.

**O :** C'est un peu le même combat chez tout le monde, vous êtes la dernière organisation que je viens voir, c'est le même constat chez tout le monde.

**A :** C'est vrai?

**O :** Ah ouais ouais. (Silence) Du coup voilà, ben voilà on a un peu fait le tour (heu).

**A :** Maintenant si ça vous intéresse de savoir ce qui se fait au niveau des publics précarisés, je peux vous donner les références de quelqu'un dont je sais qu'ils ont inclus ça dans leur projet d'action (heu) et donc je pense que ça va être aussi intéressant en terme de laboratoire (heu) pour voir comment (heu) comment ça va se développer (heu) en pratique.

**O :** Oui pourquoi pas, mais...

**A :** Parce qu'évidemment nous on n'est pas sur le terrain, c'est c'est la grande, on est quand même une administration à un niveau régional à côté de ça vous avez les Provinces qui font des actions, vous avez les parcs naturels, vous avez les (GAL) vous avez... fin vous avez plein plein d'acteurs rien qu'au niveau public ou subsidié par le public (heu) et qui qui... dont le rôle est cadré qui qui travaillent sur le thème de l'alimentation. Et pour moi un gros enjeu de la Région c'est à nous à un moment donné d'avoir (heu) vraiment (heu) une vraie cohérence entre les actions de tout le monde et une complémentarité et pas une concurrence parce que parfois, il y a il y a peut-être (heu) des doublons entre ce que font les uns et les autres alors qu'il faudrait mieux travailler sur la complémentarité entre les acteurs et donc ça c'est un point sur lequel on veut (heu) on veut vraiment (heu) on veut vraiment travailler.

**O :** En fait, maintenant (heu) j'ai fait (heu) un peu le tour de la question et je peux (heu) un peu vous expliquez. Le (heu) moi j'aimerais bien étudier... c'est par rapport à cette crise alimentaire et cette crise un peu générale où on se rend compte qu'il faut retourner à un...

**A :** Crise de confiance.

**O :** Exactement. Et à une solidarité envers les producteurs, à une... une meilleure alimentation pour... pour nous. Comment est-ce que on peut amener un discours comme ça sans culpabiliser le public et (heu) ce que je découvre avec mes entretiens c'est que le secteur public fait ça d'une façon assez bureaucratique mais qui fonctionne, et vous encore beaucoup plus... (heu) j'ai déjà rencontré Bruxelles Environnement...

**A :** Oui.

**O :** Et (heu) c'est maintenant qu'ils se mettent à... à la question alimentaire, vous ça fait des années et c'est... beaucoup moins de militance (heu) de...

**A :** Oui, on n'est pas là pour donner des leçons.

**O :** Exactement et les asbl sont beaucoup plus dans quelque chose de de... de militance et

d'éducation.... à proprement dit... de face à face, tandis que vous c'est beaucoup plus, un terrain aussi beaucoup plus large à... à dévoiler fin un public beaucoup plus large à... à toucher quoi.

A.: Ben je pense que chacun à son... à son rôle et que ça c'est complémentaire. Quand (heu) quand Espace Environnement (heu) fin Espace Environnement a fait des... des chouettes actions parfois dans le cadre de projets **interrec(???)** ou quoi sur le thème de l'alimentation après nous on peut capitaliser aussi sur les... les résultats de leurs actions et voir, après avec (heu) un peu de hauteur, qu'est-ce que la Région wallonne sur base des résultats, projets pilotes ou d'actions de terrain doit mettre en place, ce qui manque (heu)...

O.: Exactement

A.: ... ou doit réajuster le tir parfois pour certaines choses après (heu) je pense que (heu) une des difficultés (heu) au niveau d'une institution publique (heu) c'est (heu) c'est des agents (heu) c'est parfois le... la nécessité de s'adapter aux changements. Et ça dans une structure publique (heu) c'est parfois plus lourd (heu) à mettre en place que quand on est dans une structure associative ou privée. Et donc ça c'est (heu) c'est peut-être un frein que... (heu) et donc voilà. Donc c'est très chouette qu'on va engager plein de gens à l'APAQ-W bientôt parce qu'on aura du sang neuf et (heu) et donc des idées neuves aussi (heu) qui vont permettre aussi de... je pense de... de redynamiser ou de redynamiser peut-être pour certains secteurs d'activité (heu) les actions qu'on... qu'on doit (heu) qu'on doit déployer (heu) mais voilà.

O.: C'est un... c'est un beau programme en tout cas. Et aussi, mais peut-être que je me trompe aussi un... j'allais dire un retard mais c'est pas vraiment ça, j'ai l'impression aussi que les... que les asbl sont beaucoup plus, mais de leur militance et de leur (heu) engagement politique beaucoup plus dans (heu) pas du tout négatif ce que je vais dire, beaucoup plus dans... dans l'air du temps ou mais pas, non pas, c'est pas dans l'air du temps, je sais pas comment expliquer, dans le sens où elles sont très (heu) très...

A.: Plus à jour sur (heu) les sujets d'actualité?

O.: Exactement, vous faites un boulot génial mais (heu) pour pour arriver à in... introduire les ... les questions d'actualité au niveau (heu) il faut (heu) il faut beaucoup plus que... que mettre des choses en place, c'est un engrenage beaucoup plus compliqué qu'une asbl qui va...

A.: Ça c'est sûr, si une asbl a envie fin et les moyens (heu) elle peut réagir au quart de tour alors que nous, nous avons déjà tout un processus administratif en interne (heu) qui fait que c'est vrai que c'est beaucoup plus lourd après la l'avantage, c'est que nous sommes une structure (heu) solide et pérenne. Alors que les associations, fin on rencontre plein de gens qui ont des tas de projets géniaux, mais ces projets après quelques temps poup (heu) s'éteignent parce que... parce que les gens s'essouffent, parce que les les moyens sont plus là et (heu) et ça c'est vraiment dommage parce que il y a beaucoup de d'énergie qui entre-temps peut, qui a éventuellement pu être gaspillée. Et et donc voilà ça c'est (heu) je pense que... que à chaque (heu) à chaque niveau, il y a des avantages et des inconvénients. Maintenant je sais pas qui vous a... si je ne suis pas indiscret qui vous avez rencontré (heu) au niveau des... des associations? IEW ? (heu)...

O.: (heu) exactement (hum)... Rencontre des Continents, Début des Haricots (heu) Quinoa.

A.: Oui.

O.: Alimentaire, à Louvain-la-Neuve?

A.: Oui.

O.: Et... encore une (silence) et bien je me souviens plus... (heu) non je l'ai déjà dit, je me souviens plus de la sixième. Et parallèlement à ça, j'ai rencontré (heu) Bruxelles Environnement et l'APAQ-W.

A.: C'est ça... Et Bruxelles-Environnement évidemment à une casquette environnement.

O.: Ouais.

A.: Environnement, sans doute un peu santé mais c'est vraiment, si vous regardez les outils qui sont géniaux on se dit toujours « mon Dieu quand est-ce qu'on va avoir des outils comme ça ? » Parce que nous on regarde de leur côté (heu) sur... sur la communication, sur l'alimentation durable ils ont (heu) dix ans d'avance sur nous hein voilà. Je moi je suis honteuse que ce qu'on a en Wallonie donc je trouve qu'on a vraiment beaucoup à... (heu) à développer en stratégie de communication sur l'alimentation durable. Bruxelles a... a pris ça à bras le corps (heu) depuis des années et donc ils ont développé des outils tout à fait géniaux, des référentiels tout à fait intéressants (heu) par contre sur la phase production, ils ont beaucoup moins travaillé d'abord parce qu'il n'avait pas la légitimité pour le faire en étant administration de l'environnement (heu) et (heu) et parce que la production alimentaire était relativement, et est encore relativement limitée, même si on voit qu'avec la stratégie Goodfood qui est une stratégie (heu) je trouve qui a le mérite d'être (heu) englobante, d'être structurante et de mettre plein d'acteurs (heu) ensemble. Et voilà, je sais que les deux ministres Di Antonio et (heu) et Collin qui (heu) qui (heu) pilotent la stra le volet (heu) alimentation durable de la stratégie voudraient aussi (heu) développer (heu) une approche un peu similaire mais (heu) on n'est pas encore (heu) très très loin.

O.: Ouais d'un autre côté, cette stratégie ils l'ont mis en place l'année dernière.

A.: Oui.

O.: Du coup vous n'êtes pas si en retard que ça non plus (rire).

A.: Oui mais enfin bon (heu) c'est... une législation est courte hein. Si (heu) quand les ministres veulent mettre en place quelque chose le temps (heu) là je mets ma casquette APAQ-W à côté mais quand (heu)... D'abord il faut les moyens en terme humain pour réfléchir à comment est-ce qu'on se met en... comment est-ce qu'on conçoit qu'on construit les projets (heu) et puis (heu) il faut convaincre plein de gens et puis on va et puis après on doit avoir les moyens de la mettre en œuvre, mais une législation c'est 5 ans. Et donc l'avantage de Bruxelles, fin à Bruxelles c'est que comme ils avaient déjà un peu, je vais pas dire dix ans je sais pas mais en tout cas des années de... de travail sur l'alimentation durable, ils étaient déjà presque prêts sur pas mal de chose. Et donc ça, ça a permis d'aller relativement vite par rapport à la durée de la législation pour le dépôt de la stratégie.

O.: Du coup, on peut aussi considérer que c'est un... un aspect négatif d'un... service public que ce soit lié à une législation à courte durée, et pour mettre en place des projets il faut...

A.: Ben un, je pense que on ne peut pas faire sans le... le service public, ça peut...

O.: Ouais ça c'est sûr.

A.: Si on veut une vraie stratégie (heu) mais après si on regarde effectivement la, mais pour plein de matières et pas uniquement cette matière-là effectivement (heu), la durée d'une législation pour des sujets complexes (heu), qui demandent du temps, de maturation, de moyens etc. parfois c'est un

peu... c'est effectivement un peu court et parfois les ministres à moyen x doivent faire des choix entre tout ce qu'ils ont envie parce qu'ils ont envie de mettre en place plein de chose et que parfois il faut faire des choix (heu) donc ça c'est (heu) c'est sûr que c'est un un frein après (heu) je pense que les... les deux ministres sont... ont aussi une vision qui dépassent la législation actuelle avec les stratégies qui ont été développées donc ça c'est (heu) ça c'est quand même (heu) relativement... relativement chouette... donc (heu)... mais de manière générale, pour toutes les matières, une stratégie est un (heu) une législation est un facteur, même à un niveau communal hein, c'est un facteur (heu) c'est un facteur limitant.

**O.:** *C'est vrai que les asbl sont importantes mais le... le service public est... hyper important aussi et c'est un peu le... l'association des deux qui permet de d'arriver à... à un résultat.*

**A.:** Oui, et parfois le changement vient du terrain, donc après c'est le public qui se dit mais vous aviez raison c'est génial ce que vous faites et puis après le public em em embraye sur (heu) sur ce qu'a commencé à faire le terrain ou l'associatif et (heu) donc voilà parfois ça marche bien comme ça aussi et ça permet de gagner du temps.

**O.:** *C'est sûr.*

**A.:** Votre mémoire, donc vous le rendez quand ? En juin?

**O.:** *Je vais essayer mais sinon en août, je suis... de toute façon je terminerai l'année en... en... en septembre, parce que j'ai encore mon stage à faire, mais... mais voilà... je vais essayer de bien faire ça.*

**A.:** Oui, bien je le lirai avec plaisir si vous me l'envoyez votre travail (heu).

**O.:** *Oui si je le réussis bien, oui, si c'est un échec je vous l'enverrai pas (rire).*

**A.:** Pourquoi? Votre professeur ne va pas vous laissez le déposer s'il est pas bon.

**O.:** *Non non, c'est sûr, mais oui avec plaisir, je je vous l'enverrai...*

**A.:** Vous êtes en, vous étudiez où?

**O.:** *À l'UCL. En... je suis en deuxième master en population et développement.*

**A.:** Population et développement, d'accord. (silence) Sinon il y a un organisme qui est aussi chouette mais qui est plus dans une autre vision, beaucoup plus haute (heu) mais je reviens pas sur son nom. (hum) En fait (heu) c'est un partenaire de la Fédération wallonne de l'agriculture et ils ont été subsidiés pendant quelques années par la Région. Je ne sais pas si c'est encore le cas maintenant, (heu) et ils travaillent avec (heu) des organisations de producteurs du sud aussi.

**O.:** *Ah ouais.*

**A.:** Et donc ils ont beaucoup fait ce lien entre (heu) entre la l'approche (heu) dans le nord et dans le sud (heu) et moi j'ai trouvé ça tout à fait génial parce que on pense parfois qu'on est (heu) bien plus avancés que des pays du sud sur certaines choses et en fait (heu) sur certaines choses ils sont bien plus avancés que nous. J'ai vu (heu) certaines choses au Sénégal, au Brésil mais voilà waouh franchement parfois (heu) on doit ouvrir grand nos yeux et nos oreilles et (heu) donc voilà. C'est c'est intéressant aussi (heu) ce que eux ont capitalisé dans le cadre... (heu) voilà. Il faut aussi que ça s'y prête pour votre travail parce que sinon c'est pas, c'est pas... c'est moins vers le grand public à

mon avis qu'ils ont travaillé mais plutôt (heu) sur (heu) sur les collectivités je pense.

**O.:** *Et c'est quel organisme?*

**A.:** Ben j'arrive pas à retrouver, c'est le collectif, ah oui si, c'est le CSA, le Collectif Stratégie Alimentaire.

**O.:** *Ah ouais non je ne connais pas du tout.*

**A.:** Ils ont un site internet.

**O.:** *Ouais. Ben j'irai voir. Mais c'est vrai que moi c'est un peu la promotion de... de... du local et durable ici en Wallonie, du coup.*

**A.:** Ouais si vous êtes focalisée Wallonie, ne perdez pas votre temps à... à vous dispersez parce que...

**O.:** *On y est vite, dispersé.*

## Résumé

Cette étude tentera d'analyser les stratégies employées par des organisations publiques et associatives wallonnes afin de sensibiliser les citoyens à des comportements alimentaires durables et d'étudier la manière dont ces organisations parviennent à sortir du dilemme entre la nécessité de responsabiliser les citoyens et les difficultés communicationnelles, mobilisatrices et émotionnelles que représente la sensibilisation. La recherche, à l'aide de l'étude empirique des dispositifs de sensibilisation, tentera de comprendre comment les organismes désirent sensibiliser les citoyens et quels outils de sensibilisation ils développent. La population de la recherche comprendra les acteurs cherchant à sensibiliser les citoyens à des comportements alimentaires durables en Wallonie. Ils seront étudiés via deux filières différentes. Premièrement, via l'*APAQ-W* (Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité) et la *stratégie Goodfood* de l'*IBGE* (Institut Bruxellois pour la Gestion de l' Environnement), qui sont des Organismes d'Intérêt Public. Deuxièmement, via les ASBL *Rencontre des Continents*, le *Début des Haricots*, *AlimenTerre*, *Quinoa*, *IEW (Fédération Inter-Environnement Wallonie)* et la *BEES coop*. Le projet consistera à récolter des données via des entretiens individuels avec les membres responsables de la sensibilisation à l'alimentation durable.

## Mots-clés

Alimentation durable (transition alimentaire), stratégies de sensibilisation, mobilisation citoyenne, communication, émotions.