

Annexe 4. Retranscriptions interviews

4.1 Monsieur et Madame Vincent Hainaut, ferme de Scoumont, Arquennes

[Interview menée le lundi 12 juin, à la ferme de Scoumont]

La ferme de Scoumont commercialise ses produits artisanaux via son magasin à la ferme, fait partie de trois GAC et de trois Ruches ; et vend également certains produits par l'intermédiaire de Cora.

Quelles est votre histoire et celle de votre époux ? Etes-vous tous deux issus d'une ferme ?

On est à deux sur l'exploitation, mais qui est une exploitation où c'est la troisième génération du côté de mon mari. Donc son grand-père a repris ici en 42 ou 43. Donc c'est la ferme du côté de mon mari, et lui est là depuis 1991. Et mon papa est ouvrier agricole, donc ce n'était pas une ferme, mais en lien avec une ferme quand même.

Vous produisez du lait et des céréales, quel type ?

Il y a du maïs pour nourrir les vaches, des céréales pour avoir la paille, et un petit peu de betteraves sucrières, et donc on récupère un peu de pulpe de betterave pour nourrir. Principalement donc c'est pour nourrir les bêtes, et puis les betteraves ça part à la sucrière pour faire le sucre, mais on récupère les pulpes de la betterave, donc ce qui reste de la betterave une fois qu'ils ont pompé le sucre.

Il n'y a pas suffisamment d'espace que pour produire plus et revendre et il faut acheter un peu de paille en plus pour les nourrir.

Parmi les produits que vous transformez vous-même à partir du lait, vous avez ?

Du fromage, du fromage blanc, du beurre, des yaourts et de la crème glacée.

Depuis combien de temps avez-vous commencé cette transformation et la vente à la ferme ? Et pourquoi ?

Ça fait presque sept ans. Quand le prix du lait a commencé à être vraiment bas et qu'on a commencé à aller mettre des tonneaux à lisier de lait sur les champs. Là on s'est dit ce n'est pas possible de continuer comme ça. On s'est dit qu'il fallait trouver une autre solution pour écumer notre lait.

L'investissement de départ et les risques liés à cette diversification ont-ils payés ?

Oui c'était un risque à prendre. Mais le coup d'investissement est moins élevé que d'investir dans des terres.

Disons qu'on a une rentabilité qui est beaucoup plus rapide. On sait qu'avec X litres de lait, on fait autant de Kg fromage avec un prix moyen de vente. C'est beaucoup plus motivant que de traiter et puis l'industriel il prend le lait et il paye le mois d'après. Ici si tu investis 5000L, tu sais que tu vas récupérer. Dans les terres, si tu investis 25 000, tu ne gagnes plus rien. Donc le rendement sera plus élevé à l'investissement.

Donc oui quand on le transforme, on le valorise beaucoup plus que quand le lait part pour la laiterie.

Mais on passe un paquet d'heures aussi. Si on devait payer des gens à l'heure alors il faudrait arrêter, c'est parce que nous on ne compte pas nos heures. C'est une vue d'ensemble, à la fin du mois on sait qu'on a vendu pour X mille euros, on connaît à la base le prix de revient en prix fixe, et voilà. On s'y retrouve mais on passe un paquet un paquet d'heures. Et c'est ça être indépendant.

Vous connaissez d'autres agriculteurs de la région. Ont-ils investi comme vous ?

Tout le monde n'a pas passé le cap, parce que nous quand on a commencé, il y en a beaucoup qui nous ont dit vous êtes fou ça ne marchera plus jamais. Mais il y a une vague sur l'alimentation. Les gens font beaucoup plus attention, donc ils recherchent...

Et par exemple, vous faites une production de fromage tous les combien de temps ?

Donc un tonneau comme celui-ci, on en fait deux fois par semaine. On essaye parce que le samedi avec le jour de vente c'est pas possible, j'ai besoin d'écrémer aussi, je fais mon beurre, et chaque jour à son boulot. On aimerait bien faire plus.

Il n'y a qu'en hiver qu'en période de raclette on fait des fois une troisième. Donc au mois de septembre on anticipe. Mais nous pour l'instant, en travaillant à deux, produire deux fois par semaine ça va, trois fois on sature.

Parce que dans le timing, il y a aussi les bêtes à soigner et tout le travail de l'extérieur qui est là. On n'a pas que ça, on a 70 vaches à traire, on a les cultures, ici on a les travaux, donc on intercale un peu tout.

Pour nous, pour notre petite structure familiale, deux fabrications c'est 80kg, donc 40 kg par fabrication. Si on vend 80-100kg de fromage, sans compter les yaourts, la glace et tout par semaine, on est déjà content, c'est déjà une bonne base. On sait bien qu'on a encore des possibilités de faire plus, mais c'est au niveau de la gestion.

Bon ici par exemple, les filles sont bientôt en vacances, on ne devra plus les conduire à l'école, elles vont pouvoir nous aider, donc ce sera plus souple. Mais on a aussi les enfants à s'occuper et on n'a pas que ça, mais dans l'ensemble notre petit truc tourne déjà très bien, quand on commercialise deux à trois fabrications par semaine de fromage.

Donc le fromage italien ici, c'est la même base, et on y ajoute des épices c'est tout.

Si vous aviez le temps, fabriqueriez-vous plus fréquemment ?

Pour le moment, en plus des trois ruches et des trois GAC, on a encore deux fermes qui vendent nos produits. Donc là où ils font des légumes, ils vendent en même temps dans leur petit magasin nos fromages pour élargir l'assortiment. Tout le monde ne fait pas du fromage, il y en a qui font service traiteur et donc ils prennent le fromage ici par exemple.

Point de vue quantité, en avez-vous assez pour couvrir toutes les demandes ?

Pour l'instant on arrive à suivre ce qui est demandé. Et quand on voit qu'on va tomber à cours d'un fromage ou l'autre, on le met en indisponible une semaine ou deux le temps qu'on arrive à refaire du stock. Ça arrive parce que c'est difficile de gérer la quantité tout juste. On a certains fromages à trois mois d'affinage ; trois mois à l'avance on ne sait pas gérer le stock.

Quand les gens arrivent tous en même temps acheter du fromage parce que tu as eu un prix ou parce qu'il est bon, donc moi je veux bien vous fournir, mais il faut aussi un peu attendre parce que je ne peux pas tout vous donner sinon je donne quoi à mes clients ? Le comté par exemple. Donc je suis persuadé qu'il y a encore des possibilités à tester. Comme il y a par exemple un pizzaiolo qui est venu chercher du fromage pour mettre sur sa pizza. Je ne sais pas si il va revenir. Parce que c'est aussi sur sa carte qu'on regarde « produit local ». Et il y a aussi une partie de sa clientèle qui est prête, et ce n'est pas qu'on vend plus cher, mais qui font quand même attention à ça.

Au début, vous avez commencez uniquement avec le magasin à la ferme ?

Au début on a commencé avec une formation. Comme on ne s'est pas mis d'accord, on l'a faite tous les deux. Elle voulait faire du beurre, je voulais faire du fromage. Et donc maintenant il y a les deux. Pour le beurre, on avait la baratte, on avait l'écrémeuse qui étaient là depuis 25 ans et qui n'avaient plus tourné, puisque dans toutes les fermes dans le temps on faisait un peu de beurre et un peu de crème. Moi j'étais plus tenté par la section fromage. Et puis le fromage fonctionnant bien, les gens ont commencé à dire « ah vous ne faites pas de la glace », pourquoi pas, et puis donc on a acheté la machine à glace et on se lance. Nous on attrape une gamme de produits quand même assez large. Donc à la base on a fait la formation tous les deux et puis on a ouvert le magasin. On s'est dit « on verra bien » ; et puis tout de suite on a été dépassé, et aussi vite, on a eu un GAC qui s'est présenté. Il y avait le GAL transverse qui reprend Pont-à-Celles, Liberchies, Seneffe, et ils avaient décidé d'être très actifs et du coup ils aidaient à la construction de GAC. Donc la première année on a pris tout ce qui venait parce qu'on ne savait pas trop. Et puis on a vite sélectionné ; le marché de Nivelles par exemple ils sont déjà assez nombreux. Un moment je livrais au Carrefour, mais au Carrefour il y a de la place pour deux mais pas pour quatre, donc on a décliné l'invitation.

Par contre le Cora de La Louvière, ça fait quatre ans et ça tourne. Ça a commencé quand dans les galeries du Cora ils faisaient un genre de petit marché que la ville de La Louvière organisait. Et de là, ceux du Cora sont venus nous trouver et on a pu rentrer dans le magasin. Mais là c'est mieux fait parce qu'on n'est pas 36 donc du coup ça tourne, et tu as la crémière qui s'occupe bien du rayon, ça a été mis en valeur. Tu sais quand ils voient que les boules sont ouvertes et qu'il ne reste plus grand-chose, elle fait quelques tranches, elle fait un emballé sous vide. Elle gère bien leur bazar. Carrefour c'est différent, on a un beau produit, on a un beau rayon ça c'est vrai, mais on ne gère rien. Ça c'est nous, qui quand on passe de l'autre côté, du côté fournisseur, qu'on se rend compte qu'il y a des magasins mieux que d'autres. Et c'est uniquement au niveau du personnel et de la gestion aussi. Ce n'était pas le but de travailler avec les grandes surfaces, et d'ailleurs on en a qu'une et ça suffit comme ça. Mais on a eu l'occasion, de temps en temps de mettre le fromage ou le chocolat à tartiner dans les folders du Cora et grâce à ça, tout le monde voit notre publicité. Pour nous c'est gratuit. Il y a des gens qui nous ont connu au Cora et quand c'est pour venir chercher leur beurre d'été pour mettre au congélateur, ils viennent directement ici. Ça dépend des quantités aussi, dans le sens où quand c'est juste pour deux pots de yaourts et un beurre, pourquoi venir jusqu'à la ferme, alors que quand c'est une grosse commande, ils viennent ici, parce que point de vue tarif c'est plus ou moins la même chose.

On est très contents de ce système-là, et au fur et à mesure ça se développe. Il ne faut pas oublier non plus que plus tu prends des trucs comme ça, plus tu passes du temps sur les routes à livrer ; et tant que tu es sur les routes, tu ne travailles pas non plus. C'est pour ça que j'ai pris que ce qui était tout près. On m'a demandé de monter sur Bruxelles, mais moi j'ai dit non, je n'ai pas de temps à perdre sur les routes. On a des collègues qui font une dizaine de ruches, mais je ne sais pas comment ils y arrivent, moi j'en ai trois et je suis débordée.

Au niveau des ruches, chaque fois qu'on essaime et qu'on ouvre une nouvelle ruche, il offre à tous les producteurs, transformateurs la possibilité de rejoindre la ruche. La ruche d'Anderlecht par exemple, on nous a proposé d'y aller mais ça ne nous intéresse pas.

Comment fonctionne l'arrangement avec Cora ? Principe de la convention où c'est le producteur qui fixe son prix ?

Donc ça ils ont demandé à ce que les prix soient les plus proches des nôtres. Pour le prix de vente donc, et puis on leur laisse une marge bénéficiaire puisque tout le monde doit gagner sa vie. Mais on ne sait pas le faire sur tout. Le beurre ils sont obligés de la vendre plus chers, parce qu'on ne sait pas redescendre, mais de toute façon tous les beurres qu'ils vendent sont plus chers. Les yaourts sont un peu plus chers aussi que chez moi. Mais en fromage on arrive à tenir la route. Parce que ça on nous avait bien expliqué au cours que quand on fixait nos prix

il fallait s'attendre à ce qu'il y ait des revendeurs et qu'on ait une marge de travail aussi. Tout ça on nous a appris au cours.

Et point de vue quantité, comment cela s'organise-t-il ?

C'est eux qui passent commande une fois par semaine, en fonction des besoins. Tous les mardi matin ou mardi midi ; et on livre le jeudi ou le vendredi, parce qu'il y a des fois où on oublie... Et les invendus c'est pour eux. Toutes les semaines je veux bien me déplacer et livrer, mais ils doivent se débrouiller avec leur stock. Les yaourts sont à quinze jours, donc d'une semaine à l'autre ce sera vingt yaourts de plus, vingt yaourts de moins. Le chocolat à tartiner idem ; et on jongle, mais on ne se déplace pas pour rien.

A première vue tout va bien ! Mais on est content parce qu'on a un projet et on voit que ça se développe, que ça fonctionne bien et que les gens répondent.

C'est peut-être un effet de mode, c'est ce qu'on se dit, mais en tout cas ça fait déjà quelques années que la mode est là, et tant mieux si ça continue encore. Le gars qui vient d'ouvrir ses pizzas au fromage, il fait pour le moment deux jours par semaine sur réservation puisqu'il fait ça en activité complémentaire, et il a démarré il y a de ça un mois et heureusement que son fils travaille dans l'horeca pour lui donner un coup de main parce que ça suit. Les gens répondent et les gens cherchent. Parce que oui, la pizza sera 3€ plus chère qu'à Giovanni, mais c'est différent. Donc on verra bien.

Oui on peut dire qu'on a une catégorie de personnes qui fait attention. Pas de colorants, pas de conservateurs. Même nous il y a vingt ans on ne regardait peut-être pas à tout ça comme on regarde aujourd'hui, donc il faut peut-être une certaine maturité dans la vie pour faire attention à tout ce qui se passe.

Quel est le type de clientèle, tant pour le magasin à la ferme que ceux que vous rencontrez à la ruche ?

Il y a beaucoup de jeunes couples super impliqués. Et on a été étonnés par ça. Au début on s'est dit oh mon dieu s'il n'y a que les personnes âgées qui viennent, ça va durer 10 ans et puis après on aura plus personne. Mais en fait on a beaucoup de jeunes couples, qui font très attention à l'alimentation pour leurs enfants. Et du coup, ça marche très bien comme ça, j'ai été étonnée. Et puis aussi on est dans une chouette région où il y a beaucoup, je vais dire on est dans une clientèle qui a les moyens, donc dans ???? 13 :41

[Erreur d'enregistrement entre 13'41 et 16'30]

C'est peut-être des produits en grande surface qui sont beaucoup trop bon marché. Quand on voit que certains fromages il arrivent à les mettre à 6€ du kilo alors qu'il faut déjà minimum 10L de lait pour faire 1kg de fromage. Alors on a beau danser comme on veut, quand il faut 10L de lait à 0,35€, donc on est déjà à 3,5€ rien que de matière, sans compter l'électricité, le transport, la gestion, la revente. Alors quand tu as un prix de revente à 6€ dans les grandes surfaces, tu te dis que c'est là qu'il y a un problème. Parce que du fromage qui est fait avec du vrai lait, donc du lait de vache, soit ils profitent du système européen avec des aides à l'exportation. C'est ce que les hollandais font, ils arrivent à revendre moins cher en Belgique parce qu'ils récupèrent les primes à l'exportation. Donc du Gouda qui est fait en Hollande traverse la frontière avec des aides européennes. En tout cas c'est tellement compliqué qu'on n'y comprend pas grand-chose. En tout cas ils arrivent à vendre le fromage moins cher en Belgique qu'en Hollande parce que le fromage est fait en Hollande, et il est affiné en Belgique, et grâce à ça ils profitent des aides. Cherchez l'erreur. Au final c'est l'européen qui cotise pour celui qui achète son fromage pas cher. Quand on voit le lait, et c'est souvent le sujet de discussion quand il y a un fermier qui se plaint ; le problème c'est pas tant la bouteille de lait à 0,6€, c'est plutôt la bouteille de Coca à 1€/Litre que les gens ne se tracassent pas, ou une

limonade à 0,9€/L ; et le lait en tétra-pack c'est 0,55/0,60€ et c'est toujours ce prix-là qui est bloqué. Et c'est là le problème, ce sont des produits qui sont devenus un peu trop bons marchés dans l'alimentation par rapport au travail. Quand on sait que le prix du lait n'a pas augmenté en 30 ans. Alors je suis persuadée que le prix de la bouteille de Coca en trente ans il a augmenté. C'est un peu vaste comme sujet, mais ce sont des raisons.

Et puis si on continue comme ça, nous on va peut-être engager quelqu'un ou c'est un enfant qui va nous suivre. Ce sera un chômeur en moins sur la route aussi. C'est comme j'ai un copain ici à la Noire bouteille qui se lance en légumes, j'espère que ça va marcher pour lui aussi, c'est un gars qui sort du système salarié traditionnel, il se met en tant qu'indépendant, il lance son projet ; c'est comme l'autre qui lance son service de pizzas ; si tout le monde fait déjà du local, ce sont toutes des entreprises qui ne vont pas partir, comme Caterpillar dans quelques années, parce qu'ils ont les subsides.

Donc c'est quand même de l'emploi dans une région, et j'en discutais encore avec le bourgmestre le week-end passé, c'est tous des petites structures, mais l'air de rien, c'est quand même des emplois qui sont là et qui apportent une plus-value dans une région.

Les clients que vous recevez à la ferme et à la ruche sont-ils des clients réguliers ?

A la ruche ça dépend. Il y a le noyau dur on va dire, qui sont là toutes les semaines, et après le reste ils sont là de temps en temps, ce n'est pas la même chose. Ils y vont quand on y pense ou pour une occasion, on se dit tiens j'ai un repas et je mettrais bien quelques produits locaux. Et c'est comme ici, on a le noyau dur et puis on a les autres. Il y en a qui viennent toutes les semaines chercher leurs litres de lait cru plus un peu d'autre chose, et ceux-là c'est vraiment une routine. Donc par exemple, on a des clients qui viennent chercher 5L de lait toutes les semaines, eh bien on sait que toutes les semaines ils viennent chercher 5L de lait, c'est la base et puis après ils prennent du yaourt, un peu de fromage une fois et là.

Et dans le noyau dur, ça évolue encore, ou ça stagne ?

Ça évolue tout le temps. On a des nouvelles personnes toutes les semaines. Je veux dire si tu vois 50 personnes, tu en as une nouvelle, parfois deux ou trois, ça dépend et puis il y a des ceux qui reviennent régulièrement. Ça évolue. Au début quand on a commencé, j'avais le temps de mettre ma planche à repasser devant ma fenêtre pour voir les gens arriver, maintenant je rentre même plus dans ma maison. Le samedi je ne bouge plus d'ici. Et puis avec le temps on a gagné en notoriété. Ça fait quatre ans qu'on fait le lundi de Pentecôte à Arquennes, et puis voilà, il y a des gens qui habitent Arquennes et qui ne savent pas qu'on est fromagers, parce qu'on est de l'autre côté de la chaussée, donc il faut quand même leur rappeler un petit peu qu'on est là, qu'on existe. Comme on ne fait pas de marché et qu'on n'est pas sur une rue très fréquentée, on essaye de faire des activités, mais pas très loin. Donc par exemple ici il y a eu une concentration de vieux tracteurs, on faisait un petit marché. Ici la semaine prochaine je suis deux fois sur Nivelles, je fais les fermes ouvertes mais dans une autre ferme de Nivelles. On fait une fois à Seneffe à la Toussaint, il y a durant 3 jours une petite foire et on y est tous les ans. On essaye de faire des petites activités. Maintenant on va commencer à Manage en septembre pour faire tous les ans, comme ça les gens, il faut leur rappeler qu'on est là. Et on aime mieux faire des petites sorties comme ça que de mettre de la publicité dans un journal, parce que la publicité, qui l'a vue ?

Ici, il y a aussi un homme qui nous a proposé un site qui s'appelle Wallonade, et c'est un site internet de tous les produits Wallons, et eux ils s'occupent de livrer. Et donc ça va se mettre en place dans les semaines à venir. On nous l'a proposé, on prend on ne prend pas. C'est parce qu'on se dit que si on nous propose... Avec l'effet de mode, on sait que les ruches ça fonctionne bien, mais combien de temps encore ? C'est un peu l'essoufflement alors il y a quelque chose qui s'est proposé alors on tente et on verra.

Quel est votre avis sur les magasins comme Cora ? Est-ce que ça fait un peu peur au début de traiter avec les grandes surfaces, parce qu'on pense qu'ils vont négocier les prix et les conditions ?

Ce n'est pas dans notre optique non plus et ça ne correspond pas à ce qu'on fait. La première réunion qu'on a faite pour la grande surface Carrefour, en partant on s'est dit qu'on n'irait jamais. Et puis quand j'y suis allé, j'ai entendu les autres qui y allaient et je me suis dit tiens le train il passe, si je ne saute pas dedans.... Parce qu'on ne sait pas comment les gens vont réagir. Si ça se met, les gens qui allaient dans les fermes maintenant ils vont se dire tiens le produit est là et ils vont aller en grande surface. C'est pour ça qu'on est allés en grande surface. Mais autrement, c'est vrai que de notre nature on n'aime pas tous ces systèmes un peu compliqués. Et puis à partir du moment où tu fais local et que tu veux vendre local, ce n'est pas dans les grandes surfaces qu'il faut trouver le produit. Il faut que les gens ils s'éduquent un petit peu et qu'ils comprennent que tu veux t'alimenter correctement, eh bien il y a des producteurs. Tu veux aider la production ? Eh bien va directement chez le producteur. Tu sais j'entendais encore à la radio c'est Carrefour qui fait ses tomates à 0,79€/Kg, mais moi ça me dégoute d'entendre ça, parce que le producteur il touche quoi ? Parce que les tomates, 9 chances sur 10 qu'elles viennent d'Espagne, il y a le transport à payer, le magasin il a gagné un petit quelque chose dessus, et le producteur il a eu quoi ? Moi ça je n'aime pas.

Au Cora, il nous a déjà demandé de faire une grosse promotion sur les yaourts, je voudrais bien lui dire oui, mais d'un autre côté c'est pas logique, parce qu'ici (à la ferme) les gens ils payent le yaourt à un tel prix, et si avec la promotion ils l'ont moins cher là-bas, je vais me sentir mal. Alors pour le moment je fais la sourde oreille et je dis qu'on verra ça plus tard... Et ce n'est pas dans l'optique parce que je vends ici, et les gens font la démarche de venir, et je dis quand mon stock diminue, je fais en sorte que les gens ici aient toujours. Parce que je trouve que c'est logique que ce soit ceux qui se déplacent qui aient le meilleur service, et voilà, on fait comme ça.

Du lait et un peu de pression, et les ferments naturels du lait. Et pour certains on ajoute les épices pour faire l'italien, aux orties ou à la moutarde. Et dans quelques semaines, voilà c'est ça. Et le conservateur c'est de l'eau à saumure, donc je les frotte à l'eau salée, comme les français dans les alpages le font. Il n'y a pas besoin de rajouter quelque chose. Il faut juste un certain niveau de propreté.

Donc chaque semaine vous variez les fromages que vous produisez ?

On fait en fonction du stock. Tous les dimanches soir, je regarde mon stock et je dis voilà cette semaine-ci il faut absolument du moutarde ou de l'italien, ou bien aujourd'hui on fait de l'italien ou aux orties, et je gère de semaine en semaine parce qu'il y a les ventes. De base c'est quand même le nature qu'on vend plus. En hiver on vend un peu plus style l'italien pour les raclettes c'est très bien. Et voilà ça c'est une gestion de stock en fonction des types de fromage. Idem pour la glace, on regarde dans le stock et on sait directement ce qu'on doit produire en fonction de ce qu'il reste.

Avez-vous eu peur du métier de transformateur et de vendeur ?

On est obligé, c'est un métier en plus. Parce que tu as beau faire un produit de qualité, si tu restes dans ton coin et que personne ne te connaît ça ne sert à rien. Il faut savoir expliquer aux gens, il faut trouver le temps. Nous depuis on a supprimé un secteur porcin qu'on avait ici à la ferme parce que celui-ci prenait un peu trop d'ampleur. Mais tout le monde ne sait pas le faire. L'autre jour je parlais avec un jeune dont la maman qui fait du beurre depuis toujours, là il a fini ses études et hop il se lance avec sa maman qui fait du beurre, il lance une nouvelle fromagerie, il fait du fromage à pâte dure, c'est une gamme en plus parce que c'est une main-d'œuvre qui arrive en plus. C'est toujours la même histoire.

Et comme on a dit, on a suivi une formation au début. Lui il en a refait une depuis pour avoir un côté un peu plus technique auprès d'un gars qui était allé en Suisse pour faire sa formation. On la fait l'année passée pendant 15 samedi. Parce qu'on avait besoin d'un peu plus de finesse. On avait de bonnes bases, mais on peut toujours évoluer.

Selon vous, combien de km pour avoir un produit local ?

Vendre mon produit au Luxembourg ça sert à rien, parce qu'il y a des gens là-bas qui le font. Pour autant que chacun respecte son secteur. Nous quand on fait des petites sorties, on aime bien rester dans le coin parce que ça nous intéresse que le gens puissent revenir chez nous. Les producteurs de fromage, il y en a dans toutes les régions, et nous ce n'est pas l'optique de prendre la part de tout le monde. Il y a d'autres grands fromagers qui commencent et qui inondent le marché. Il y a du boulot pour tout le monde. Mais à partir du moment où ton fromage se retrouve partout, ce n'est plus un local. Et déjà si tu dois employer beaucoup de gens pour le faire, ça devient industriel, tu n'es plus artisanal. Moi ça me semble logique. Et bien sûr, le moins d'intermédiaire possible c'est le mieux. Pour la gestion par exemple, le moins d'intermédiaire possible quand on passe par un revendeur il y a la gestion du stock chez lui aussi, alors la gestion est délicate. C'est plus facile quand c'est direct.

Quels sont les principaux problèmes que vous avez rencontrés ?

Les normes de l'AFSCA quand même. Si on prend l'exemple des analyses, tous les six mois on doit faire analyser tous nos produits et ça fait plus de 500€ tous les six mois. Un producteur qui fait une tonne de fromage et qui doit payer 500€ tous les 6 mois, j'imagine que le rapport est différent. C'est la même chose pour le chocolat à tartiner, quand on voit les normes de l'AFSA. On le vend à 2,50€, mais on n'en vend pas 100 par semaine. Si je dois y mettre 40€ pour les analyses, ça fait quoi encore 0,10€ sur chaque pot. Donc ça c'est le côté contraignant. Mais en même temps c'est de la nourriture pour les gens donc on a certaines normes à respecter, c'est normal aussi. Il ne faut pas les empoisonner non plus. Pour le moment on n'a pas de gros soucis.

Moi le seul truc que je n'aime pas c'est quand je dois passer du temps sur la route parce que je n'ai plus le temps de le faire.

Mais par exemple une complication c'était pour les boîtes de glaces. On voulait changer nos boîtes de glaces un peu sensibles, et pendant des semaines on a tourné en rond pour essayer de trouver une boîte de glace. Mais parce qu'on est en petite structure, il nous faut que 1000 ou 1500 boîtes à la fois. Et les sociétés, parce que c'est trop peu, ça ne les intéresse pas. Et nous les boîtes de glace que nous on a, on sait très bien que si on a une boîte de glace qui coûte déjà un euro, on a déjà ce coût là avant de commencer ; alors on sait qu'à côté d'une boîte de glace Ijsbroeck à 2€ du litre, si on a déjà pour 1€ de boîte... Alors ce sont tous des frais, qui parce qu'on est en petite structure nous coûtent plus chers. Mais c'est comme ça. Il faut faire avec. Les boîtes de fromagement c'est par mille. Les bols à soupe c'est par mille, mais les boîtes de glace on devait vraiment prendre par beaucoup. Les pots de yaourt si on les veut imprimés c'est par 20 000. Pour l'instant on colle les étiquettes dessus parce que voilà. C'est le seul inconvénient, c'est que l'emballage nous coûte plus cher que le produit.

Il y a aussi eu, quand on m'a proposé de rentrer dans une école qui voulait un peu passer local pour proposer des yaourts, ils m'ont dit voilà à combien Danone proposait son yaourt, à combien tu sais le faire ? mais c'est impossible. Même pour la moitié du pot, j'ai abandonné. Et pourtant c'était pour 200 yaourts/semaine donc c'est sympa pour nous ; mais travailler pour rien. C'est impossible de s'aligner. Donc il y a des écoles qui commencent à faire la démarche, mais on ne sait quand même pas s'aligner.

Parce que ça doit rester un produit différencier. Parce que si c'est pour baisser ses prix, alors on met le lait à la laiterie et on sait ce qui nous attend.

Quels sont les avantages et les désavantages des différentes initiatives comme la Ruche et les GAC ?

L'avantage du système de ruche, c'est que les paiements sont automatiques. Tu arrives c'est zéro-déchet. C'est mieux qu'un marché parce qu'un marché tu arrives et tu ne sais pas ce que tu vas vendre. Moi, le zéro-déchets c'est vraiment le côté très pratique de la chose, l'avantage numéro 1 pour moi. Parce que tu sais avec les commandes ce que tu dois produire. S'il y a 150 yaourts commandés, tu sais que tu vas en faire 150 et qu'ils vont tous partir.

Et alors tu as le contact avec le client et je trouve que c'est important. Quand les gens font la démarche d'acheter local, ils aiment bien avoir des explications. C'est quand même important. Et la ruche ce que je trouve bien dans le système aussi ; c'est vrai les gens payent un peu plus cher et ils le savent aussi, et certains critiques. Mais tout le monde ne sait pas prendre sa voiture et faire le tour de tous les producteurs. Après ça s'organise aussi. Ceux qui passent au magasin, ils font leur tour le samedi matin et ils sont organisés pour passer au marché, puis au marchand de viande, de légumes, et puis ils terminent par les produits laitiers. Et je suis étonnée de voir autant d'hommes s'impliquer, en général, ils viennent en couple pour faire tout ça. Je ne pensais pas ça, mais tout le monde s'implique, je trouve ça chouette.

Pour les GAC, même avantage que le premier, c'est zéro-déchet. Tu fournis ce qui est commandé et tu sais ce que tu dois produire. Le paiement je n'ai jamais eu de soucis, ça c'est eux qui payent à temps. Mais le GAC ça s'essouffle, parce que le problème c'est que c'est sur base du bénévolat. Il faut un noyau dur et là les gens ont un peu de mal avec ça. Parce que la ruche, oui les gens payent un peu plus, mais au moins la personne responsable est payée et du coup elle est beaucoup plus motivée. Elle fait des activités, des animations. Et donc elle a intérêt à se bouger si elle veut gagner plus. Donc elle fait tourner son bazar correctement. Et ça c'est comme ça, l'argent ça a toujours été le nerf de la guerre. Et donc ce qui fait tourner la ruche c'est vraiment le fait qu'elle soit payée. A Seneffe par exemple celle qui fait ça, elle vient d'ouvrir sa troisième ruche, et ça rapporte parce que sinon elle ne le ferait pas. Quand je vois mes commandes et que je vois ce que j'ai vendu, je sais déjà qu'il y a 10% pour elle. Et je ne parle que de mon cas. Donc elle s'en sort bien. Celle de Seneffe, c'est celle qui fonctionne le mieux en Région Wallonne.

Et elle est impliquée, oui. Elle connaît son truc, elle est fille d'agriculteur, donc elle connaît ce qu'elle fait, elle sait parler de ses produits, et elle est impliquée.

Avez-vous quelque chose à ajouter concernant cette transition ?

Le gros avantage, c'est le contact avec les personnes. Parce que on est à deux dans le bazar, donc on est à deux toute la journée, et avant on ne voyait personne. Donc on était content de voir arriver un représentant d'une société et on lui disait, « tiens entrez boire un coup, on va s'arrêter un petit peu ». Et là maintenant on a trouvé un contact avec les gens, parce que je suis pas contre, avec les filles qui sont là d'aller voir les animaux, les petits veaux etc ; des gens qui se rendent compte que l'agriculteur c'est pas juste le pulvérisateur. Mais aussi que l'agriculteur c'est pas juste un paysan. C'est fini le temps où on était comme des ploucs. Parce que maintenant agriculteur, on est autant financier. A la base, on est une petite entreprise parce qu'on est à deux, mais on a les mêmes objectifs et les mêmes contraintes, on doit réfléchir, on doit investir, on doit anticiper.

Donc nous on est très contents de l'avoir fait, on n'a jamais eu un regret là-dessus. Et puis nous ça nous fait plaisir aussi de montrer aux gens l'autre côté de l'agriculture, on n'est pas que des pollueurs, et que même si on ne fait pas du Bio, on travaille avec la nature.

Pensez-vous que les achats locaux soient une mode ou que nous sommes déjà dans une transition ?

Je pense que les gens essayent de faire très très attention, et puis avec tous les reportages qui sont passés à la télévision, ça fait réfléchir. Il y a beaucoup de gens qui, dès qu'il y a une

émission qui passe, j'ai énormément de questions sur le sujet. Donc les gens ils regardent et ils commencent à réfléchir, et finalement ils se disent « mais on nous empoisonne ». Il y a une grande prise de conscience. Il y avait par exemple un reportage sur la gélatine de porc qu'il y avait dans les yaourts. La semaine d'après on avait un paquet de musulmans qui venaient chercher des yaourts ici. Donc parce qu'ils ne s'imaginaient pas comment dans un yaourt Danone il pouvait y avoir de la gélatine de cochon. Parce que je ne sais pas si tu sais ce que c'est de la gélatine, ce sont des os broyés et fondus. Pour faire une gélatine naturelle, on fait bouillir des os, et le gras remonte et on écume à chaque fois. Alors comment ils arrivent à faire un produit pas cher ? A la base du lait, on retire la matière grasse pour en faire du lait et puis on la remplace dans tout ce qu'on sait remplacer, style certains fromages on met de l'huile de palme à la place. On retire la matière grasse du lait, et on remet de la matière grasse végétale, et les gens n'y voient pas trop clair. Et ils travaillent avec du lait écrémé parce qu'ils ont déjà retiré la crème pour faire autre chose. Mais alors la substance n'est pas aussi souple ; ce n'est pas aussi bon et c'est translucide. Alors ils doivent remettre des compléments dedans pour que ça se tienne, pour qu'il y ait une structure. Parce que du fromage au lait écrémé on en a fait une fois et il était transparent. Mais donc ça a ravoir avec l'industrie et pas trop avec les local, mais les gens ça leur fait prendre conscience qu'on leur fait bouffer n'importe quoi. Parce que Danone, on en discute puisque ce sont les plus gros ; mais ce sont des financiers. Donc eux c'est du pognon pour du pognon. Nous quand on gagne de l'argent c'est pour le réinvestir. La seule chose qui fait qu'on ait encore des usines par ici pour le lait, c'est parce qu'on ne sait pas transporter en camion. Le lait qui est balloté ne se conserve pas. Après il y a le lait qui est envoyé en Chine, c'est avec de la poudre de lait, et ils remettent de l'eau pour faire des yaourts et du fromage.

Vous êtes dans le bain, mais pensez-vous que c'est déjà une bonne partie des gens ?

Ce n'est pas encore suffisant. Est-ce qu'il y a 5% des gens ? Mais il n'y a pas que ceux que nous on voit. Il y a les autres. Il y a ceux qui viennent ici, il y a ceux qui vont à la ruche et ceux qui vont au GAC. Donc c'est déjà de chouettes choses. Et puis il y a ceux qui sont en grande surface mais qui achètent malgré tous les produits. Donc il y a une réflexion, mais ce n'est pas encore assez ; parce que malgré tout, le problème est toujours le même sur le temps qu'il faut passer à faire ses préparations parce que quand tu achètes les produits bruts.

Et dans les années à venir, comment voyez-vous l'évolution ?

Je pense que ça va rester, parce que les gens sont conscients. Premièrement il y les problèmes climatiques, ça c'est une chose. Ensuite il y a toutes les maladies ; les gens sont conscients des cancers etc. On n'arrête pas de nous rabattre les oreilles comme quoi c'est lié à la mauvaise alimentation etc. Donc les gens ils essayent de faire beaucoup plus attention. Et moi alors ce que j'aime bien, c'est les pédiatres qui conseillent de boire du lait de vache, mais ce n'est pas souvent. Ou l'autre jour par exemple une diététicienne qui conseille de reprendre le beurre de ferme. Ça fait 20 ans qu'on critiquait le beurre de ferme et finalement on se rend compte qu'il n'est pas si mauvais par rapport au beurre falsifié. Des fois on est un peu perdu.

Tu sais moi, j'avais un peu trop de cholestérol, j'ai arrêté de manger de la charcuterie tout en continuant à mettre du beurre sur mes tartines, et mon cholestérol est descendu. Et pourtant je mange du beurre, je cuisine au beurre, et je cuis ma viande au beurre. Et contrairement à ce qu'on croit, ce n'est pas le beurre qui est mauvais. Je crois qu'il faut manger sainement, et c'est comme tout, il ne faut pas en abuser, mais il faut savoir apprécier ce qu'on mange, et il faut prendre le temps de goûter ce qu'on mange. Il ne faut pas manger pour manger, on doit apprécier ce qu'on mange, et c'est pour ça qu'il faut un produit gouteux. Alors on ne s'en était pas rendu compte avant et pourtant on était des gros mangeurs de fromage ; mais on ne sait plus manger du fromage industriel du magasin. La première raison c'est qu'ils sont beaucoup trop salés. On le crache c'est épouvantable. Le sel c'est un produit magique parce que ça retient l'eau, ça fait des kilos gratos parce que le sel ça ne coute rien du tout, et puis ça

augmente le gout. Mais ça ce n'est quand même pas bon pour la santé. Et on ne s'en rendait pas compte avant, mais maintenant qu'on fait notre fromage nous-même, on ne sait plus les goûter.

Ma sœur a une fois fait un repas fromage, et on s'est dit qu'il n'y en avait qu'un seul de bon dans ses fromages, et c'est celui qui était au lait cru. Nous en goûtant on est tombé dessus, c'est le seul qui nous semblait bon. Donc moi je ne veux plus de fromage pasteurisé, ça ne sert à rien, ça n'a pas de gout. Enfin ça a une bonne odeur, mais une fois que tu le mets en bouche, plus rien, c'est passé. Ce n'est pas juste une critique, c'est une constatation, que quand on a l'habitude de manger quelque chose, on ne se rend plus compte.

Parce que c'est la même chose pour les baguettes du boulanger, nous quand on les prend on se dit aussi, que c'est que du sel. Parce qu'on fait aussi notre pain nous-même donc on est fort critique.

Avez-vous quelque chose à ajouter ?

On espère que les gens prendront conscience de plus en plus, parce qu'il y a plein de choses chez les artisans des campagnes, et que si on veut relancer l'économie du pays, ça passe par là aussi. Parce que nous, toutes les fermes qui vont survivre, c'est aussi tous les acteurs qui sont derrière qui vont survivre. Donc le marchand de machines, le marchand d'aliments, le vétérinaire etc, tout ça va continuer. Mais une fois que nous on va disparaître, ça va faire effet boule de neige, et c'est énormément de personne, pas juste le nombre d'agriculteurs. Et une fois qu'une petite structure comme nous disparaît, on n'est jamais remplacé par une autre petite structure, on est avalé par un plus gros. Donc c'est ceux qui font de pommes de terre et qui pulvérisent 35 fois sur l'année par exemple. Là c'est de la culture industrielle. Donc je pense qu'on a besoin des gens pour survivre.

Donc c'est vraiment encore la transition. Ce n'est pas encre dans les mœurs de tout le monde. On n'a pas créé le monde en 7 jours, mais nous ça fait 7 ans, et 7 ans que ça évolue dans le bon sens. Donc on est positifs, je pense que ça peut continuer comme ça.

On a par exemple, une amie, qui travaillait comme notaire et qui se lance dans le maraîchage Bio, comme reconversion. Idem pour les deux mamans qui ont lancé leurs recettes pour les box des enfants.

Hainaut Développement, ils sont fort derrière nous, ils proposent beaucoup de choses, mais nous on ne peut pas tout faire. Par exemple, on n'a pas envie d'exporter vers la France. C'est tout juste s'ils ne veulent pas nous faire devenir des PME. Et ça ce n'est pas notre optique. Je n'ai pas envie de travailler avec 6 personnes. C'est ma ferme et d'ailleurs je suis contente quand je peux passer un peu de temps avec mes bêtes, parce que c'est ça mon métier de base. Et c'est pour ça que je n'ouvre pas tous les jours, c'est parce que je veux grader du temps pour les bêtes, parce que je dois encore nettoyer, les soigner, etc. Et donc j'ai besoin de ce temps-là. Et ce n'est pas que je n'aime pas ce que je fais ici, j'aime mon métier ici aussi parce que je transforme de la matière. Je me dis toujours que c'est un peu comme un gars qui fait de la poterie, au départ il a une boule de terre et puis à la fin il a un vase ; et ça c'est génial de transformer. Et ici avec le lait on fait pleins de choses. Comme j'ai râlé par exemple de ne pas avoir fait du yaourt plus tôt, parce que c'est pas compliqué et c'est cent fois meilleur, et les enfants auraient mangé quelque chose de plus sain. Même nous, on est content de manger ces produits-là. Et même moi je fais la démarche, je vais chercher mes fraises chez le producteur de fraises, je vais chercher mes légumes chez le producteur de légumes, je n'achète plus jamais rien en grande surface au niveau des légumes.

Certaines personnes ne veulent pas consacrer le temps pour faire le tour des fermes ?

C'est parce qu'il y a des régions où ce n'est pas possible, mais chez nous c'est tout à fait possible. Il n'y a pas beaucoup de Km entre deux fermes. En une heure tu sais aller chercher tes légumes, ta viande et tes produits laitiers et tu as fait le tour. C'est faisable je trouve. Il y a

moyen de s'organiser, il y a pas mal de ferme où ils vendent de la viande, à Feluy il y a une boucherie ou il fait de la charcuterie du tonner. Et au moins celle-là elle est bonne. En légumes il y en a 36 dans le coin qui vendent. Parce qu'il vaut mieux prendre un haricot qui vient de la région qu'un haricot qui vient du Kenya. Parce qu'on dit l'effet de serre il faut arrêter de rouler, ou bien alors les gens veulent acheter Bio, mais c'est de l'ananas bio ou de la mangue bio, mais combien de km ils ont fait pour venir jusqu'ici. Et à un moment donné quand le produit vient de l'autre bout de la terre, je ne peux pas appeler ça bio. Et donc je ne suis pas contre que les gens aient envie de manger quelque chose de plus exotique de temps en temps, mais il faut d'abord regarder à partir d'où on vit, et en Europe, on a nos pommes, nos poires, pleins de légumes, et puis la France qui est juste à côté, il y a les abricots et les pêches. Et les choses qu'on ne produit pas chez nous alors on les mange occasionnellement. L'avocat est un produit à la mode, mais l'avocat est un pesticide ambulant.

Mais les gens ne sont pas au courant de tout, et puis ils ont appris à manger de tout ça. Mais il y a moyen de faire de chouettes choses avec les produits d'ici. Et ça c'est une rééducation qu'il faut faire, avec les enfants à l'école par exemple.

Et la saucisse du boucher n'est pas plus cher. Quand tu regardes un peu tout, ça ne revient pas tellement plus cher, j'en suis persuadée. Mais c'est une organisation différente.

L'alimentation locale est-elle, selon vous, une sorte de mode et restera un marché de niche ; ou tend-t-elle à se développer en vue d'un avenir comme marché principal en Belgique ? Assistons-nous à une réelle transition ?

Mais donc j'espère que ça va continuer, parce que nous c'est notre survie. Et j'ai du mal à croire que ce soit une mode.

Ici après on est à la campagne, donc pour ceux qui sont à la ville, ce n'est pas aussi facile. Alors oui, ils ont les petits commerces bio, mais de là à aller chez le producteur ils ne sauraient pas. Et c'est pour ça qu'il y a des initiatives comme la ruche.

Mais passer de la facilité à la complexité, il faut vouloir. Mais c'est principalement la question de santé qui fait bouger les gens.

Mais donc nous on est super contents de l'avoir fait. On a beaucoup de boulot, mais il vaut mieux en avoir trop que pas assez.

4.2 Régine DE MEULENYSER, La Ruche Qui Dit Oui, gestionnaire des ruches de Hennuyères et Seneffe, Porte-parole pour la Wallonie de LRQDO.

[Interview mené le lundi 8 mai à Bruxelles]

Quelle est votre histoire ? D'où vient votre intérêt pour l'alimentation de proximité ? Aviez-vous déjà travaillé dans le secteur alimentaire avant ? Comment avez-vous rejoint cette communauté de LRQDO ? Etiez-vous déjà impliquée dans ce type de circuits courts avant ?

Je travaillais à temps plein dans l'entreprise ou je suis toujours aujourd'hui, et je me suis retrouvée à la limite du Burn-out. Je me suis rendue compte que c'était trop de ne penser qu'aux chiffres, que passer mes journées entières dans un bureau c'était trop. J'ai donc choisi de passer à mi-temps en changeant de fonction bien évidemment et je me consacrer l'autre moitié de mon temps à un projet plus social.

J'ai des amis qui sont arboriculteurs (pommes/poires) et eux avaient été contactés par la première ruche en Belgique qui est Aurélie Labarge à Foret. Je cherchais à première vue à travailler dans le milieu du service aux personnes avec des handicapés, et puis ces amis sont arrivés à la maison quelques jours après la décision de faire un break au bureau, et m'ont parlé de LRQDO. Ils cherchaient à faire ouvrir d'autres ruches, et dès le lendemain je me renseignais déjà pour savoir ce que proposait LRQDO et comment ça fonctionnait ; et j'ai eu envie de me lancer dans l'aventure. Encore aujourd'hui, ils cherchent constamment à s'étendre : <http://ouvrir-une-ruche.laruchequiditoui.be>

J'ai ouvert la première ruche chez moi à Hennuyère donc c'est une ferme aussi, et j'ai mis en place dans une vieille grange qu'on a aménagé à cet effet. Et puis j'ai vu que ça plaisait, c'était la première ruche dans le Hainaut et j'ai vu que ça suscitait pas mal d'intérêt, comme par exemple la nouvelle gazette est venue m'interviewer, puis il y avait eu un espèce de concours d'initiative dans la région du centre, j'avais remporté le premier prix du manager de l'année. Et la remise des prix c'était fait à Braine-le-Comte pour toute la région du centre, et madame Paul qui est la bourgmestre de Seneffe était là aussi, et je commençais à réfléchir à ouvrir une nouvelle ruche, et pour différentes raisons j'avais plusieurs attaches à Seneffe. Et madame Paul, en sachant que j'étais intéressée par lancer le projet, m'a dit qu'elle était partante pour Seneffe.

Avec la ruche d'Hennuyère j'étais la cinquième en Wallonie, maintenant on est près de 40-45, la Flandre a rejoint le réseau aussi. Au départ de la France, ils se sont étendus en Espagne, Italie, Allemagne, mais ça n'a pas trop l'air de prendre, et en Angleterre où ça fonctionne très bien.

Depuis le début j'ai vraiment été passionnée par le projet au point que maintenant je suis devenue la porte-parole pour la Wallonie avec la France pour tout ce qui est développement du concept en Belgique. Donc je fais régulièrement des réunions à Paris pour réfléchir à propos de l'évolution du réseau. (...) exemple de l'huile d'olive.

Les règles sont les mêmes pour toutes les ruches. Le concept étant que le responsable de ruche utilise la plateforme qui est la même pour tout le monde (traduite suivant les pays). Et le rôle du responsable de ruche est de rechercher des producteurs qui sont intéressés par le concept et de les inviter à rejoindre la ruche en proposant leurs produits sur cette plateforme. Et d'autre part à rechercher des personnes intéressées par le concept dans sa région. Donc mon rôle c'est vraiment de créer et d'animer cette communauté locale via la plateforme. Ce que j'apprécie beaucoup c'est que dans la région de Seneffe, c'est que dans un rayon de 50 km, la panoplie de producteurs est déjà énorme, et donc c'est mon choix d'aller chercher certains producteurs qui ont des produits vraiment remarquables. De laitiers par exemple il y en a énormément, c'est un choix de prendre le plus local possible dans ce cas-là, de les rattacher à ma ruche, et de proposer leurs produits dans le réseau.

De même que le responsable de ruche peut décider de prendre rien que du bio. Je suis plutôt du principe que je préfère aller voir sur place comment le producteur travaille, m'assurer que c'est de la qualité, une entreprise familiale et respectueuse de l'environnement, qui intervient quand même le moins possible au niveau pesticide, mais dans mon cas ce n'est pas spécialement bio.

Comment se répartit le mi-temps consacré à la ruche. Aller chercher les producteurs, organiser les ventes, etc ?

Aller chercher les producteurs, organiser les ventes, et surtout énormément communiquer. Si vous voyez les mails, ça c'est vraiment mon rôle de mettre ces produits en évidence. Un travail que les producteurs n'ont souvent pas le temps de faire, de présenter leurs produits à une communauté plus grande, ils n'ont pas le temps de le faire. Donc ça j'estime que c'est mon rôle aussi de les mettre en avant. Pour le jour-même, j'essaye toujours qu'on soit deux, donc qu'il y ait soit ma fille, soit mon mari qui vienne m'aider, parce que bon cette mise en place si on veut le faire correctement avec une bête mise en pl. Moi j'aime bien, je mets une nappe sur les tables, que ça mette le produit en évidence, le travail du producteur. Voilà c'est une forme de respect pour le producteur et leur travail à eux de présenter ça correctement. Donc je suis assez méticuleuse et soigneuse pour ce genre de choses. Parce que ça peut vite être bâclé aussi. Moi j'aime bien que ce soit bien organisé, que ce soit fluide. Parce donc pour une distribution, ce sont les producteurs qui arrivent là. C'est comme un petit marché. Mais ça demande une certaine préparation de la part du consommateur de savoir ce qu'il veut parce qu'il doit commander 48h à l'avance. Donc voilà ce n'est pas des achats impulsifs.

Est-ce que les gens peuvent tout trouver ? L'offre est-elle suffisante ou doivent-ils repasser par un supermarché ?

Je pense qu'il est possible vraiment de déjà acheter énormément en ruche. Mais dans les faits je vois que certaines personnes sont plus axées sur les légumes. Les légumes clairement c'est un produit qui marche très bien, c'est un produit d'appel. Mais je ne pense pas. Je le vois à la taille des paniers aussi. Quand on fait les courses pour une famille pour une semaine, un panier atteint facilement 100€. Et quand on va en grande surface, ici je vois quand même que la moyenne des paniers est un peu plus basse. Je pense que 50% si pas plus font encore leurs courses ailleurs aussi. Ils font une sélection de produits qui sont importants pour eux, qu'ils pensent important d'acheter de cette manière-là. Mais beaucoup complètent encore par un autre canal : en grande surface ou boucherie à la ferme ailleurs. En principe il y a moyen d'avoir une panoplie complète de produits alimentaire, sauf épicerie sèche. Il y a des pâtes fraîches mais pas des pâtes sèches. Les épices, il y a moyen, une fois par mois j'ai des épices.

Pouvez-vous observer des différences quant à la panoplie de produits d'une ruche à l'autre ?

A Seneffe les légumes se vendent super bien. A Hennuyère un peu moins parce qu'il y a un magasin à la ferme qui est juste à côté de ma ruche. Tout est vraiment dépendant de la configuration locale. Et c'est vrai aussi que moi j'ai deux ruches qui sont quand même plutôt de campagne. Donc je pense que si on devait être dans des grandes villes comme Mons, Bruxelles, Liège, il y aurait sans doute encore des comportements différents. Donc ça j'ai plus de mal à pouvoir l'expliquer.

Y a-t-il un profil type de l'acheteur pour LRQDO ?

Ça aussi de nouveau, Hennuyère je suis située en périphérie du Brabant Wallon ; et là je vois que j'ai un public dont la moyenne d'âge est un peu plus âgée qu'à Seneffe, et des gens qui ont plus les moyens sans doute, qui sont très sensibilisés à ce type de produits là et qui donc sont prêts à mettre plus d'argent pour des produits qui ne sont pas de première nécessité. Par exemple j'ai un traiteur à la ferme qui vend des plats préparés, des quiches etc. elle vend

beaucoup mieux à Hennuyère par exemple qu'à Seneffe. Parce que j'ai l'impression qu'à Seneffe on est plus accrochés aux produits de base, quitte à transformer et à préparer soi-même. Alors qu'à Hennuyère, on donne plus la priorité à des produits déjà préparés. Je crois que la localisation. De manière générale donc, plus de personnes plus âgées à Hennuyère, et plus des familles avec des jeunes enfants à Seneffe. Seneffe est plus jeune qu'à Hennuyère, des jeunes familles, 30-35 ans. Alors que cette moyenne d'âge est plus élevée pour Hennuyère. Ce n'est pas évident de généraliser. Mais beaucoup plus de femmes.

Où est située la troisième ruche dont vous êtes la gestionnaire ?

Elle sera à Soignies, mais je suis encore en train de la construire. En fait, je reprends une ruche qui a ferme et qui était située entre Naat ? et Ecaussine, qui fait partie de l'entité de Soignies, et le gestionnaire n'arrivait pas à créer une dynamique suffisante. Donc je la reprends et je vais la transférer sur Soignies, mais beaucoup plus au centre de Soignies.

Y a-t-il beaucoup d'interaction entre les gestionnaires de ruches ; êtes-vous au courant de comment ça se passe dans les autres ruches ?

On essaye de créer cette dynamique. Et mon rôle c'est ça aussi. En tant que porte-parole en Wallonie c'est essayer aussi de fédérer les ruches. Mais bon comme chaque responsable de ruche a un statut d'indépendant et qu'il n'y a pas d'obligation particulière, ça dépend vraiment de la personnalité de chaque responsable, et si l'envie de communiquer y est ou non. Mais on essaye de le susciter c'est clair. Bon voilà, la ruche qui a fermé, j'avais essayé à certains moments de créer une synergie, mais voilà il n'était pas demandeur.

Concernant les « concurrents » de la ruche, c'est-à-dire les autres initiatives locales telles que Belgomarkt par exemple, pouvez-vous comparer les avantages et désavantages ?

L'objectif reste de vendre les produits du producteur en direct. Je ne les connais pas tous suffisamment. La ruche ne fonctionne pas avec des systèmes de livraison à domicile, donc ça demande de se déplacer. Donc ça demande un créneau horaire et il faut s'organiser. Il y a des fermes qui proposent des livraisons à domicile. Et puis il y en a d'autres je pense qui est actif dans la région du centre qui est. Et eux ils ne font que des livraisons à domicile. Ils sont vraiment actifs sur la région du centre ; et là c'est clair qu'un certain nombre de producteurs se retrouvent aussi bien dans la ruche que dans ces systèmes-là. C'est clair qu'à un moment donné, ou il y a la volonté de se diversifier par la vente de plateforme via interne. Et pour lui une plateforme c'est une plateforme, donc il va sur plusieurs.

Pour la ruche, je pense aussi qu'il y a la rencontre avec le producteur et puis il y a aussi ce plaisir de se retrouver. Comme la distribution se déroule pendant une heure et demi, les gens se rencontrent aussi, pas spécialement entre producteurs, mais entre voisins. A Seneffe je le vois vraiment très forts ; des jeunes mamans qui se retrouvent parce que c'est l'heure où l'enfant est au foot ou que sais-je. On se retrouve là et on en profite pour discuter 10 min/un quart d'heure pendant la distribution. « Ah oui tiens tu viens aussi, c'est chouette. » On se retrouve, on discute quelques instants. Et ça c'est quelque chose que j'essaie de promouvoir. Par rapport aux enfants aussi, qu'il y ait quelque chose pour eux en particulier. Les dégustations. Bon c'est pour les adultes aussi bien évidemment, mais comme ça ils apprennent aussi à goûter des produits. De temps en temps une action pour Saint Nicolas avec une petite attention pour eux, ou alors une fois de temps en temps j'amène des bonbons pour eux. Enfin voilà.

Y en-a-t-il parmi les abeilles qui vont finalement acheter leurs produits directement chez le producteur après l'avoir connu via la ruche. Si ils se sont rendu compte que tel agriculteur était en fait leur voisin.

Oui bien sûr, et c'est permis. Ça reste toujours. C'est permis et tant mieux. Mais l'avantage est qu'une fois à la ruche, l'assortiment est beaucoup plus grand. S'ils choisissaient cette alternative, les gens devraient passer chez plusieurs d'entre eux.

Dans le fonctionnement, les producteurs doivent reverser une partie à la ruche, quelle est-elle ?

Le producteur sait, en commençant la collaboration, et ça c'est mon rôle aussi de lui expliquer en commençant, du prix de vente que lui va fixer. Moi je n'interviens pas, je ne vais pas jouer le rôle d'un acheteur comme en grande surface et faire descendre les prix ou mettre des producteurs en concurrence. Ça je ne fais pas, je fais confiance au producteur, parce que ça lui il le sait bien que s'il va trop monter son prix, il va vendre très très peu. Donc moi je lui explique qu'il y a 16,7% qui sont retenus du prix de vente, que lui va déterminer. Et de ces 16,70% la moitié va à la ruche qui dit oui, pour le développement de la plateforme, la gestion du système de paiement, tout le suivi administratif de base, toute la logistique informatique je vais dire. Et l'autre moitié me revient à moi, pour financer mon rôle des gestionnaires de ruche (pour financer le mi-temps). Je ne paye rien à la ruche pour délivrer leur service, mais en même temps, si je ne vends pas, je n'ai rien non plus. C'est le principe d'un indépendant. Ça motive les responsables de ruche à se motiver pour que ça tourne.

Les prix des produits sont-ils plus élevés qu'en magasin ?

Ça dépend vraiment d'un produit à l'autre. Ici il y a eu la saison des asperges. Je me suis rendue compte que les asperges étaient plus chères en grande surface qu'à la ruche. Elles étaient à 6€ la botte d'asperge, en grande surface c'était plus. Ça dépend vraiment du produit. Les pommes par exemple c'est un peu moins cher. Sauf évidemment quand la grande surface se décide à faire une grande promo. D'autres promo, comme les quiches en question, bien évidemment ce n'est pas la même qualité de produit. A la ruche, les quiches sont à 7,50€, la quiche lorraine, en grande surface c'est clair que des quiches on doit en trouver beaucoup moins cher. Après la différence se justifie tout à fait par la qualité du produit.

J'ai parfois des retours de gens qui me disent que c'est cher, mais d'autre part on apprend aussi à consommer autrement, à réfléchir plus, à gaspiller moins, à planifier son repas, à faire en sorte qu'on n'achète pas 5 ou 6 légumes différents, alors que si on y réfléchit on n'aura pas besoin de tout ça pour diner 4 repas sur la semaine parce que les autres on n'est pas là.

A partir du moment où il y a cette réflexion, ce n'est pas plus cher, parce qu'on a souvent tendance à remplir son caddie, sans trop réfléchir, avec des choses.

Les producteurs gagnent-ils donc un meilleur revenu que via la grande distribution ?

Oui oui, ça clairement. Parce que en grande distribution la marge est très faible. C'est vrai que le temps passé à préparer est plus important, mais in fine, le retour est vraiment intéressant. Les producteurs qui rentrent dans les ruches, en tout cas ceux avec qui je travaille depuis le début, il y en a très très peu qui sortent. Il y a eu un boulanger qui a arrêté au début à hennuyère, mais c'était question d'organisation personnelle parce qu'il faisait les marchés aussi. Et donc il n'arrivait pas à combiner. A gérer son sommeil parce qu'évidemment ils ont un horaire en décalage. Et puis son frère qui l'aidait au début pour la distribution un jour a trouvé un autre boulot et fait qu'il n'avait plus quelqu'un pour l'aider.

Y a-t-il, parmi les producteurs que vous avez contactés, certains qui ont décliné l'offre de prendre part à l'activité de LRQDO ?

Oui ça bien sûr. Parce qu'ils n'ont pas le temps de venir à la Ruche. Ou bien je l'ai vu avec la boucherie à la ferme du Bouret à Braine-le-Comte. Et eux, donc c'est une famille, ils sont éleveurs, et les parents et deux des fils font tout le travail d'élevage et en fait ils sont déjà

tellement demandés et surchargés de travail. Et donc pour eux la priorité c'est la boucherie à la ferme.

Et parmi les producteurs qui n'avaient pas encore de vente à la ferme, qui travaillaient seulement avec la grande distribution, certains ont-ils malgré tout décliné ?

Donc là c'est parce qu'ils n'ont pas de démarche de faire de la diversification. Parce qu'il y a encore pas mal d'agriculteurs qui produisent du blé, des betteraves sucrières, et tout part systématiquement à l'usine ; et ils sont content avec ce système.

Rentrer dans les circuits courts c'est réapprendre le boulot de vendeur qui a été oublié puisque la grande distribution était en charge de cette partie-là. Tout le monde n'est pas prêt, ou certains peuvent trouver ennuyant d'avoir cette interaction, devoir vendre et parler de prix ?

Ça justement la ruche peut le faire à leur place. Il y en a qui le mentionne. L'arboriculteur avec lequel je travaille, ils avaient un tout petit peu de vente à la ferme, les voisins avaient envie de venir chercher leurs pommes. Et encore maintenant, quand on passe à 300M de chez eux on ne le voit pas parce qu'ils n'ont pas de système d'affichage. C'est un truc qui ne les motive pas du tout. Et le fait d'être dans la ruche, le travail est fait pour eux, la mise en avant de leur produit. Leur fils qui avait fait des études techniques du chaud ou froid et qui allait normalement travailler en entreprise, les a rejoints maintenant et ils ont commencé la diversification, et ont lancé une activité de maraichage en plus. Et ça c'est gai de voir que ces agriculteurs évoluent parce qu'ils ont rencontré la ruche. Ils se développent et ils vont de l'avant. Qu'ils veulent acheter une machine pour faire du yaourt parce qu'ils ont vu que ça se vendait aussi.

La Wallonie pourrait-elle vivre de manière autonome, point de vue nombre d'agriculteur et point de vue terres agricoles ?

Je pense qu'à l'heure actuelle non, parce qu'il y a trop d'agriculteurs qui ont des hectares et des hectares de terre qui sont incapables de les travailler de façon pour la vente directe. Donc ce qui faudrait c'est que ce soit redistribué quelque part entre... Et d'ailleurs on voit plein de on appelle des néo-agriculteurs qui des gens qui viennent de la ville et qui ont envie de retourner à la terre et qui cherchent des lopins de terre pour exploiter. Pck en fait un maraicher qui dispose de 2 ou 3 hectares de terre il peut déjà faire énormément. Mais pour l'instant, cette distribution n'est pas comme ça. Mais c'est petit à petit que tout c'est en train de se mettre en route et ça évolue, mais à l'heure actuelle non ce n'est pas possible. Il y a trop peu d'agriculteurs pour la surface.

Point de vue espace je pense que oui. Je ne connais pas les ratios exacts, il faudrait essayer de savoir combien d'hectare un être humain a besoin. Je pense que ce n'est pas énorme.

Que pensez-vous des grandes enseignes qui installent des rayons locaux, marketing ou réelle prise de conscience ?

Je crois qu'il y a une forme de récupération clairement par la grande distribution par ce concept-là. Parce que l'argument qu'ils ont vis-à-vis des agriculteurs c'est un peu le même que nous. « Vous fixez votre prix. » Mais en réalité ils l'utilisent comme produit d'appel dans les grandes surfaces. Nous en tant que consommateur on se retrouve « ah chouette il y a tel et tel produit » mais en même temps on est là et on va acheter tout le reste. J'ai un peu un souci avec ça parce que je trouve pas correct de ne pas faire de marge sur ces produits-là, parce que sur ces quelques produits là ils ne font quasi pas de marge ; et que pour le reste ils continuent à travailler comme pour le reste. Leur revenu ils doivent bien le tirer de quelque part. Donc c'est vraiment utiliser ça comme produit d'appel et le reste ne change pas. Les quelques producteurs qui sont prêts à vendre comme ça ils sont contents évidemment donc tant mieux pour eux. Mais à terme est-ce que c'est vraiment un bon calcul ? Est-ce qu'on ne

risque finalement pas d'ici quelques mois de retomber dans les travers de la grande distribution pure.

Je suis en train d'observer un de mes producteurs laitiers à Hennuyère qui a commencé à vendre beaucoup en grande surface pour le rayon des produits locaux justement et il est de nouveau aussi dans une démarche où il doit investir plus agrandir sa capacité de production pour pouvoir servir. Pour lui c'est bien parce qu'il a un débouché énorme mais il est de nouveau sous contrainte et je me demande si du jour au lendemain la grande distribution pourrait lui dire que ça ne va plus pour telle ou telle raison et qu'il se retrouve de nouveau coincé par une dépendance.

Observez-vous une évolution des ventes ?

Sur Seneffe c'est clairement toujours en évolution. Sur Hennuyère moins. On constate une tendance ; une ruche qui existe déjà depuis 2-3 ans, qu'il y a une stabilisation parfois même un peu une diminution. Tandis qu'au début, enfin c'est ce que je constate dans mes ruches, c'est qu'il y a une progression très forte au début. Je ne sais pas à quoi elle est due. Je suis sur deux zones très différentes : Hennuyère bordure du BW, Seneffe plus la région du centre. Est-ce que c'est parce que sur Seneffe il n'y a pas encore grand-chose point de vue initiatives locale et que c'est pour ça que ça continue à être en progression mais ça risque de se stabiliser même diminuer à un moment donné un petit peu aussi parce qu'il y aura un peu plus d'offre. Parce qu'à Hennuyère, c'est l'impression que j'ai, il y a pleins de choses qui ont vu le jour du côté de Ittre, Braine le compte, des magasins en vrac qui ont rouvert... Malgré tout il y a peut-être déjà, pas une saturation du marché ça pas, mais une offre qui permet aux gens qui ont envie d'aller vers ce type de produits là, ont une panoplie de choix. Dans ces régions-là, la ruche a déjà perdu son côté innovant parce qu'il y a qui sont déjà là.

Pensez-vous qu'il y ait moyen de rallier plus de personnes à LRQDO ?

Je pense qu'il y en a de plus en plus, qu'il y a un fameux potentiel. Entre nous quand on discute, c'est une question qu'on se pose tout le temps aussi. Quel est le pourcentage de la population qui est encore ... Est-ce qu'à un moment donné, ça va bloquer, ça va s'arrêter, parce que ce sont des gens qui, si ce qui compte c'est de pouvoir remplir leur frigo le plus facilement possible et point à la ligne ; ou alors c'est surtout le prix qui compte et là ils vont aller. Quand on regarde Colruyt, ils sont super fort dans leur communication et dans leur façon de présenter les choses. Ils sont en train aussi de parler de plus en plus de local, et donc pour eux qui travaillent très fort sur le prix, tout est axé sur le prix le moins cher. Quel est le pourcentage de la population qu'on aurait pas encore touché et qui serait prêt à basculer vers des achats plus réfléchis et à mettre plus d'argent. Moi je n'ai pas la réponse. A certains moments j'ai l'impression (surtout à Hennuyère) qu'on commence déjà à saturer au niveau du nombre de personne qu'on peut atteindre mais sachant que la densité de population est très basse et que les gens ne sont pas prêts à se déplacer de très loin. Et d'autre part quand on parle, il y a encore pleins de gens qui ne connaissent pas la ruche. Donc il y a encore un public à atteindre, mais comment et est-ce qu'il sera vraiment prêt, même si ce public-là connaît la ruche, à changer. A certains moments on est très optimistes en se disant qu'il y a encore pleins de personnes qu'on peut rallier et à d'autres on se dit, il y a tellement de choses sur le marché, est-ce que la ruche va en avoir plus ou est-ce qu'ils vont choisir le plus facile. Parce que c'est clair qu'avoir un comptoir devant soi rempli de produits qu'on sait aussi qu'ils viennent directement d'un producteur, restera toujours plus facile que de commander via une plateforme internet. (Problématique de la ruche)

La pénétration au niveau de la population belge est amenée encore à grandir pas mal je pense.

Un reproche qu'on peut entendre concernant les circuits courts serait le manque d'efficacité d'un point de vue organisation et logistique. Par exemple, des camionnettes qui roulent à vide.

Ici à la ruche, ils arrivent avec la camionnette remplie, et ils repartent à vide.

Je pense que la ruche ce n'est pas le cas puisqu'ils ne viennent qu'avec ce qui a été vendu, il n'y a pas de gaspillage. Alors évidemment le transport doit être fait. Mais ce qui arrive aussi c'est qu'entre producteurs, comme le réseau devient de plus en plus dense aussi, c'est que le mercredi j'ai ma distribution à Seneffe, un produit qui se conserve facilement, comme des légumes en hiver ou un produit de conservation, le producteur dépose et donne sa marchandise à un autre producteur qui le lendemain va dans une autre ruche. Ils essayent de s'organiser entre eux. Ou même pour le soir même, j'ai un producteur (l'arboriculteur) qui le mercredi soir a 3 distributions à assurer mais il passe, il dépose à Seneffe et puis il continue à Genappe ou il va faire la distribution là. Et à Seneffe, c'est un autre producteur qui s'occupe de la distribution. J'ai comme ça un producteur qui distribue pour deux. Ils essayent de s'organiser entre eux et de rationaliser. Et ça le site vient de faciliter ce travail-là, en permettant à deux producteurs de regrouper les achats sur une seule liste. Si par exemple, le numéro 5 a commandé des produits laitiers et des légumes, et que c'est le laitier qui fait la distribution, ce qui est pour le numéro sera sur la même liste. Alors qu'avant il fallait mettre les listes l'une à côté de l'autre.

LRQDO, est-ce que c'est un système facile ? Tant pour les producteurs, les consommateurs, que pour vous gestionnaire ?

Le seul reproche qu'on nous fait c'est que remplir son panier peut prendre facilement un bon quart d'heure parce que si on veut passer toutes les listes en revue, ça peut être long. En moyenne moi j'ai 600 produits/offres différentes par vente. Donc si on regarde tout, peut-être pas en détails, aux différentes listes, ça peut déjà prendre un certain temps. On a compensé ça en créant une fonction qui permet de retrouver très facilement les produits qu'on a déjà commandé précédemment.

Ce qui est très gai, c'est que pour le producteur, le responsable de ruche, et les abeilles, une fois que le paiement est fait, tout est automatisé, aussi bien le paiement du producteur, mon paiement à moi, ou s'il y a un remboursement à faire. Parce que imaginons qu'il y ait un produit qui n'est pas livré. Le soir après la distribution, j'encode l'article qui était manquant, et le système va recalculer. Et ça, ça se fait automatiquement et c'est vraiment très transparent. Le soir même l'abeille/le client en question reçoit un mail pour lui dire ce qui va lui être reversé. Et ça c'est fiable à 200%. Et les paiements sont très rapides, quand j'ai fait la clôture de la distribution, trois jours plus tard (2 à 3 jours ouvrables), le producteur est déjà payé. Ce qui n'est certainement pas le cas en grande distribution.

On voit aussi que c'est un site professionnel ; à la différence de Wallomade par exemple, j'ai été voir le site il n'y a pas longtemps, et j'ai rencontré le gars qui s'occupe du site au marché des saveurs à manage, et il est venu vers moi en disant, « Vous la ruche vous payez beaucoup trop de salariés » Quand je suis allée voir son site, ça n'a rien à voir...

Combien de KM, selon vous, pour appeler un aliment local ? 250km, plus, moins ?

Je pense que ça ne doit certainement pas être plus ou bien alors pour des opérations extraordinaires comme l'huile d'olive puisque c'est occasionnel. En Belgique ça pourrait même être moins. 50-70 km en Belgique c'est déjà bien.

D'un point de vue législations, y-at-il des lois en Belgique, ou au niveau Européen, qui favorisent/défavorisent les circuits courts ?

Non à priori non, pas au niveau de la ruche en elle-même. Je sais que certains producteurs se plaignent parfois de certaines règles de l'AFSCA, que c'est trop strict. Mais en tant que ruche non, puisque ce sont les mêmes règles pour la grande distribution, c'est vraiment le problème des producteurs. Cette responsabilité (hygiène, chaîne du froid) reste entre les mains du producteur, puisque je ne fais pas d'achat/revente. Un petit magasin ou épicerie de produits locaux, puisqu'il achète aux producteurs, il prend la responsabilité de la suite de la

chaîne du froid par exemple. Tandis qu'avec le ruche, comme le producteur reste pendant la distribution, il reste jusqu'au bout responsable de la chaîne du froid.

Selon vous et donc suivant votre expérience et votre ressenti, l'alimentation locale est-elle une sorte de mode et reste un marché de niche ; ou tente-t-elle à se développer et a un avenir comme marché principal en Belgique ? Assistons-nous à une réelle transition ?

Quand j'entends autour de moi, j'ai vraiment l'impression que c'est un mouvement de fond et qu'on est en train de changer. Qu'il y a de plus en plus de personnes qui justement se remettent en question par rapport à leur façon de vivre et qui, soit elles-mêmes vont changer et revenir vers des choses plus proches, plus locales ; soit qui vont passer par des personnes qui travaillent de manière locale. Donc je pense que fondamentalement il y aura un mouvement vers le plus local, plus raisonné, plus proche de chez soi. Bon que la totalité de la population va changer ça je ne pense pas ; mais il y a un mouvement de fonds qui est en train de se mettre en place, ça je pense que oui.

4.3 Christophe NOTHOMB, Project lead and facilitator at réseau GASAP

[Interview mené le jeudi 15 juin, dans les bureaux du réseau GASAP, à Bruxelles]

Quelle est votre histoire ? Etiez-vous déjà intéressé ou impliqué dans les circuits courts avant ?

Je n'ai pas du tout un parcours classique ici, puisque j'ai travaillé 20 ans à l'étranger, dans les pays en voie de développement, je suis ingénieur en eau. Donc je me suis occupé d'eau et d'assainissement dans les pays en voie de développement, pendant des urgences ou pour des projets de développement. Je suis rentré en Europe il y a maintenant 7 ans, et j'ai commencé à me rendre compte qu'il y avait des tas de choses qui ne fonctionnaient pas en Europe, alors que je m'étais consacré aux problèmes qui avaient eu lieu si loin. Et donc j'ai switché mon boulot et mes zones d'intérêt sur le développement et l'amélioration des conditions sanitaires on va dire dans les pays en voie de développement, vers comment est-ce qu'on produit notre nourriture ici, c'est quoi finalement toute la chaîne alimentaire, toute notre souveraineté alimentaire elle est basée sur quoi ? Donc ça a été un grand changement, j'ai quitté mon boulot et je suis parti sur des trucs de permaculture, de design et sur d'autres choses ; et puis je me suis retrouvé ici, un peu par hasard. C'est-à-dire qu'on est dans un GASAP depuis qu'on est rentré en Europe, donc en tant que mangeurs, sans y travailler, et encore c'était ma femme qui s'en occupait. Et puis il y a eu cette offre d'emploi sur un projet qui est le projet sur lequel je travaille, qui fait deux choses. D'une part il développe un outil d'évaluation de la durabilité des filières alternatives, un projet financé par innoviris, en co-création, sur l'alimentation durable. Et on travaille avec l'ULB, l'IGAt, la Ruche qui dit oui, et Färm. A l'origine Delhaize devait faire partie du projet, mais ils se sont retirés pour des raisons internes. Donc moi ça fait un an et demi que je suis ici, et mon rôle dans le réseau, c'est de gérer ce projet, donc ce développement d'un outil d'évaluation. C'est aussi de mettre en place un système participatif de garantie, dans le cadre du réseau GASAP, mais aussi en collaboration avec d'autres initiatives wallonnes.

Système participatif de garantie : alternative ou complémentarité au label bio, le système participatif de garantie est basé sur l'idée qu'il n'y a personne de meilleur pour juger de la qualité ; que si la qualité des produits et des modes de production de ces aliments lui conviennent ou non ; plutôt que de déléguer ça à un cahier des charges ou à un enquêteur indépendant. Donc si je veux que ma nourriture soit biologique, qu'elle soit faite dans une petite ferme, et que mon producteur soit bien rémunéré ; le mieux c'est d'aller voir moi-même. Donc ici c'est participatif de garantie, c'est un système de certification d'une certaine qualité, sur base de l'implication de l'ensemble des acteurs liés à cette production ou à ce mode de production. Donc là on le fait au sein du réseau GASAP, avec nos producteurs et nos mangeurs.

Donc ça c'est pour le projet, en plus de ça, je remplis un certain nombre de tâches dans le réseau, qui sont essentiellement liées au contact entre le réseau et les producteurs, et parfois la médiation entre les producteurs et les groupes, parce qu'il peut arriver qu'il y ait des tensions, parce que les gens ne sont pas contents d'un côté ou de l'autre, ou bien il y a un problème spécifique qui est arrivé.

Qu'est-ce qu'un GASAP – Groupement d'Achats solidaires de l'Agriculture Paysanne ?

C'est un groupe de gens qui se mettent ensemble et qui font un accord avec le producteur en lui disant, on va prendre une part de ta production, et on s'engage à prendre cette part sur l'ensemble de l'année.

Donc le premier élément, c'est vraiment une question **d'engagement**, sur une part de production. La contrepartie de cet accord, c'est que le producteur s'engage à fournir un panier régulier, de produits diversifiés, en fonction de ce qu'il est capable de produire. Il y a un partage des risques puisque cette année-ci par exemple il fait super sec et il y a des problèmes dans la production, et donc il y a des mois ou des moments où on reçoit moins de choses en fonction du producteur et de sa capacité à réagir aux aléas. L'année passée il a beaucoup trop plu en mai et en juin, et donc toutes les plantations qui devaient être faites à ce moment-là n'ont pas eu lieu, et donc en hiver, 6 mois plus tard, les productions comme les choux etc, il y en avait beaucoup qui n'étaient pas là. Il y a une espèce de partage de risque, il n'est pas complet, mais il existe.

Le deuxième élément, c'est le **payement à l'avance**, donc on paye en théorie on pourrait tout payer en début d'année ; en réalité c'est plutôt par trois mois. Et donc par trimestre, dans certains groupes c'est par mois ; mais c'est toujours en pré-payement, sans savoir ce que l'on va recevoir.

Le troisième élément c'est que les groupes sont en **autogestion** ; donc chaque groupe d'auto-organise entre eux pour être sûr qu'il n'y a qu'une seule commande entre guillemet, qu'il n'y ait qu'un seul interlocuteur pour le producteur, en lui disant : voilà pour le groupe, on a pour le mois, pour le trimestre ou pour l'année, X paniers. Et sur base de ces 19 paniers, je fais un payement. Et donc l'idée étant de support, d'appuyer vraiment le producteur, dans toutes les tâches annexes à la production. Donc on reprend finalement une partie de sa commercialisation, une partie de sa distribution puisqu'il amène tout à un seul endroit et le groupe s'organise pour venir chercher à cet endroit ; il n'a qu'un seul payement, et il n'a pas de problème de trésorerie.

Donc l'objectif, c'est vraiment, dans la mesure du possible, de faciliter la vie du producteur pour qu'il puisse se concentrer sur son boulot premier qui est la production.

Aujourd'hui en Belgique, c'est principalement à Bruxelles que l'on trouve des GASAP, et nous sommes à peu près 90 groupes.

Principe d'autogestion, il n'y a donc pas une seule personne qui est responsable de tout, mais chaque membre qui a une tâche attribuée/choisie ?

Comme ce sont des groupes indépendants, le réseau GASAP n'est qu'un fédérateur, chaque groupe est en autogestion par rapport à sa relation avec le producteur, et son mode de fonctionnement, il y a un peu de tout. Le principe c'est qu'il y a un référent par rapport au réseau, donc une personne de contact avec nous ; il y a en général une personne de contact avec le producteur ; il y a un trésorier ; et puis il y a une organisation permanente. Dans mon groupe à moi, on n'a pas un lieu fixe, ça passe d'une maison à l'autre, on est sur 25, on est maintenant 7 à faire les permanences chez nous, parce qu'on est 7 à avoir l'espace, pour pouvoir le faire. On a le même référent et le même trésorier depuis des années, mais l'idéal serait qu'il y ait une rotation des tâches régulière, que chaque année on change de trésorier par exemple. Mais ça dépend des groupes, il y a des groupes qui sont tellement stables que les rôles sont bien établis. Il y en a, tous les ans il y a une assemblée générale, et on réorganise.

Une personne peut-elle être en charge de deux rôles ?

Oui, ça c'est le groupe qui gère, et tant que grâce au partage des rôles, il n'y ait aucun rôle trop lourd, et que le groupe reste le même dans la durée ; c'est une pérennisation que tout le monde a l'occasion de faire le lien avec le producteur, parce que c'est quand même très différent, d'être un GASAPien lambda, c'est-à-dire qui n'a aucun lien avec le producteur avec la gestion du groupe etc, qui pourrait être uniquement je dirais un mode de consommation, et celui qui est impliqué et qui va une fois par an faire un chantier collectif sur la ferme ; et il y a un lien je dirais émotionnel avec le producteur qui fait que même quand il y a des mois qui ne sont pas terribles comme par exemple maintenant chez certains producteurs, de se dire, ok je

comprends parce que je connais la situation dans laquelle il/elle se trouve, et je connais les difficultés qu'il peut rencontrer.

Tout ce qui tourne autour de la gestion est sur base bénévole ?

Personne n'est payé, c'est uniquement sur base volontaire.

Et on ne demande pas aux participants d'avoir un minimum de temps à consacrer ?

Ça dépend des groupes. Dans certains groupes où le lieu de permanence est fixe, tous les gasapiens doivent faire une permanence tous les X semaines. Et donc s'ils rentrent dans ce GASAP là, ils savent que si on est 20 (en couples), toutes les 10 semaines, il va devoir faire une permanence. Il y a potentiellement des tâches pour tout le monde. Ce n'est pas le cas dans mon GASAP parce que tout le monde n'a pas l'espace ou un lieu fixe ; mais tant que tout le monde s'entend, c'est bon.

Les GASAP s'inspirent des AMAP en France, quelles sont les variations ?

Les AMAP en France sont en général de plus grande taille, donc en général il y a une AMAP un producteur, ou 2 AMAP 1 producteur. Ici en Belgique, et quand on parle de GASAP c'est essentiellement sur Bruxelles, un producteur qui livre les GASAP a parfois jusqu'à 8 ou 10 groupes ; donc il ne reste pas dans chaque groupe ; le contact qu'on a avec le producteur est un peu plus limité. Parce qu'il n'arrive pas à livrer et puis à rester pendant deux heures. Et donc par groupe, il vient une fois tous les 3 mois, tous les 6 mois, tous les ans, en fonction de...

Est-ce que c'est dû à une différenciation entre la Belgique et la France ?

C'est dû au fait que les GASAP se sont créés à Bruxelles, et ça fonctionne comme ça ; c'est plus de 10 ans que ça tourne, et ça satisfait tant un certain type de producteurs, qu'un certain type de consommateur.

La différence entre un GASAP et un groupe d'achats communs, c'est que le GAC on payera en fonction de ce qu'il va nous proposer.

Ma vision du GAC, c'est qu'on peut faire des commandes toutes les semaines, mais comme on peut ne rien commander. Donc la véritable différence, c'est l'engagement. C'est dire, « moi je te prends une part de ta production, donc je te sécurise une partie de ta production ». Dans un GAC, et il y a des GAC qui fonctionnent très bien et dont les gens sont très fiers, donc on va dire ce n'est pas un jugement de valeur ; il n'y a pas cette sécurité. Il peut y avoir une sécurité qui se construit par l'usage et par une moyenne ; mais il n'y a pas un engagement de one-to-one.

Quand vous dites que les gens payent au trimestre, au mois etc, les gens s'engagent-ils de toute façon pour une année ?

Oui.

Et donc il y en a bien sur qui peuvent s'investir pour un an et puis choisir de ne pas réitérer l'année suivante.

Il y en a qui quittent, et même pendant l'année ; il y a des gens qui déménagent, des gens qui en ont marre, etc. Dans le modus vivendi théorique, celui qui s'en va doit trouver quelqu'un pour le remplacer. En pratique, c'est souvent le groupe qui trouve, ce n'est pas nécessairement la personne. Mais l'engagement de départ, c'est dire que si je m'en vais, je m'engage à trouver quelqu'un ». C'est un engagement. Bien sur ce n'est pas un engagement

qu'on saurait faire valoir au tribunal, ça coûterait trop cher ; mais on essaye de faire respecter le fait que si on est 20 en début d'année et que le producteur a fait son plan de culture en fonction de son groupe ou de ses groupes et puis la moitié s'en va, il se retrouve avec 15-20% de sa production. Il n'a plus de débouché, et ça veut dire qu'il va devoir repasser du temps sur la commercialisation alors qu'il avait prévu lui-même de le faire sur la production. Et ça peut avoir des conséquences, puisque peut-être qu'il va devoir engager quelqu'un pour travailler sur le champ, et lui faire la commercialisation ou inversement. Sachant que les maraîchers gagnent très mal leur vie, c'est de l'ordre entre 3 et 5€ de l'heure ; donc il y a peu de gens qui acceptent de travailler dans ces conditions-là, et le nombre d'heures qu'ils travaillent sur le champ aussi. Et donc dès qu'il y a des changements, c'est très lourd.

Les producteurs avec lesquels vous travaillez, revendent-ils uniquement sur les marchés et magasins à la ferme ou autres, ou travaillent-ils également avec les circuits longs ?

Non, on en a aucun je pense qui va dans la grande distribution. Dans le système participatif de garantie, c'est une des règles, qu'on est en train de mettre en place, c'est de dire, si le producteur a une partie de sa production qu'il écoule dans les circuits longs, il n'est pas nécessairement dans la philosophie ou dans la démarche qu'on a envie de soutenir.

Donc on est vraiment dans une manière de vivre et de consommer dans un ensemble.

Oui tout à fait. L'exploitation à taille humaine, c'est la diversification, parce qu'en termes agro-environnemental c'est extrêmement important d'avoir de la diversité, et d'éviter la monoculture. Et les critères auxquels on réfléchit actuellement, c'est de se dire, si on a un agriculteur qui a plus de 30 ou 40% de son chiffre d'affaire sur un seul légume, il sort du cadre. Pourquoi parce que en se spécialisant, il va avoir des prix plus faibles pour ce produit-là, ce qui va induire une distorsion sur l'ensemble de ses collègues qui travaillent en diversification ? L'idée c'est de répartir les volumes de production sur un maximum d'acteurs. Parce que c'est bon environnementalement ; parce que c'est bon en termes de résilience pour chacun des producteurs. Si tu es à 50% sur un produit et que cette année-là, ce produit-là ne sort pas, tu meurs. Et alors tu es obligé de passer par des traitements phytosanitaires pour en sortir etc ; et tu sors de la logique de l'agroécologie, qui est qu'on essaye de se diversifier. Par contre, ce qu'on ne peut pas prévoir, c'est ce qui va marcher le mieux sur une saison, ou sur plusieurs saisons.

Et alors une partie des producteurs, pendant une période de l'année ne sont pas nécessairement en autoproduction. Il y a des moments, où il y a des trucs qui n'ont pas marché, et donc il y a une petite partie d'achat/revente ; et dans la charte, on incite les producteurs à arriver à au moins 80% d'autoproduction. Alors bien sûr pendant l'été, ils sont à 100% d'autoproduction, parce que c'est la saison la plus productive. En automne en général aussi. Au printemps c'est souvent un peu plus difficile, et en hiver aussi. Il y en a même qui arrêtent complètement en hiver, et qui ont une saison qui commence en février/mars ; même si c'est plus dur en mars ; ou qui commencent en mai ; et puis jusqu'en Novembre/Décembre. Et puis le début de l'année, disons qu'il y a moins, ou bien les producteurs disent qu'ils veulent lever le pied, et donc ne veulent pas de groupe pendant les deux mois d'hiver. Même s'ils travaillent bien sûr, puisqu'ils préparent les trucs de l'année.

Quelles sont les règles quand il s'agit d'aller s'approvisionner ailleurs ?

De nouveau c'est de l'encouragement, et puis on ne contrôle pas tout le monde. Dans le système participatif de garantie qu'on est en train de mettre en place, on cherche à aller un peu plus loin, et de voir plus en détails, comment chacun fonctionne. Pas pour juger, mais pour essayer ensemble de trouver les manières de résoudre les tensions ou les incohérences qu'il y aurait par rapport à un idéal qu'on aurait édifié.

Et donc la manière dont la grande majorité dont nos producteurs font de l'achat/revente, c'est d'abord d'aller voir chez le maraîcher voisin, leurs collègues et collaborations qui s'établissent au fil des ans, et je dirais au niveau local ou au niveau de la province.

Le deuxième c'est les coopératives d'agriculteurs, par exemple Agrico-vert dont d'ailleurs beaucoup de nos membres sont membres d'agricover, qui est une coopérative de producteurs à Gembloux.

Et en troisième lieux, ils vont acheter chez inter-bio.

En dehors de ça, je ne pense pas qu'il y ait d'autres circuits d'achat-revente ; et donc ça ce sont les 3 sources d'achat-revente pour nos producteurs.

Et dans les 80%, s'il y a des collaborations, je dirais au niveau local, c'est comme si c'était les 80% parce que voilà, s'il y a des collaborations territoriales, ça fait partie de cette vision souveraineté alimentaire, résilience locale entre producteurs. Moi je t'achète des carottes, et toi tu m'achètes des choux. Ce sont des échanges locaux qui peuvent avoir lieu, si ma terre est trop caillouteuse pour que j'ai des carottes qui soient un peu droite, par contre pour les choux, pas de problème.

Les producteurs ils réfléchissent comme ça, c'est comme si c'était de l'autoproduction.

Actuellement sur Bruxelles, est-ce qu'il y a des grosses distinctions dont vous avez conscience entre un GASAP et un autre ?

Oui, il y a des différences, dans les modes de fonctionnement, dans leurs relations avec le producteur. Ceci dit, on organise régulièrement, ici tous les 3 mois un GASAP café où l'ensemble des référents sont invités à participer et où on échange et on essaye de comprendre ce qui se passe dans les autres GASAP. On échange sur les modalités d'organisation, et parfois il y en a qui disent qu'ils ne font pas du tout comme ça et c'est une bonne idée, et inversement. On essaye de se nourrir les uns, et de construire à travers ça, cette vision idéale de qu'est-ce qui fait qu'un GASAP fonctionne à long terme, et qu'est-ce qui fait qu'un GASAP se plante. Parce qu'il y a une mauvaise communication interne, qu'il n'y a pas de relation avec le producteur, que les gens ne savent pas ce qui se passe, ou qui ne se rencontrent pas, qu'il n'y a pas de convivialité. Eh bien on se rend compte qu'il y a déjà beaucoup de gens qui partent et qui arrivent. Alors ça peut être à Saint-Gilles où il y a toujours beaucoup de demande, et on sait bien que si quelqu'un part on trouvera bien quelqu'un pour le remplacer ; mais il n'y a pas de continuité. Et ça, globalement, ça nuit au GASAP lui-même.

Donc la vision des GASAP de manière générale, c'est d'avoir une continuité, d'avoir une bonne relation avec le producteur. Depuis 10 ans, et dans vos objectifs, est-ce que vous pensez que vous allez agrandir les GASAP?

Alors on ne veut pas agrandir les GASAP plus. On s'est rendu compte qu'avec entre 20 et 30 familles, c'est la limite de la convivialité, par rapport au temps qui est disponible par les gens. Donc on réussit à se connaître quand on est 20, quand on est 30 on commence à avoir des gens qu'on croise et qu'on ne sait pas qui c'est. Et donc on perd cette convivialité et ce lien qui peut déboucher sur autre chose. Dans le GASAP, on y est entré parce qu'on avait une copine qui était dans les fondatrices du GASAP, et on a rencontré des tas de gens de notre quartier qu'on ne connaissait pas, et depuis lors on fait des activités avec l'un ou l'autre, en dehors du GASAP. Donc il y a une recréation d'un lien local, qui a lieu parfois ou parfois pas, mais qui a de la valeur, et qui a de la valeur dans les GASAP donc ensemble. Donc on n'essaye pas d'augmenter la taille des GASAP. Par contre on essaye d'augmenter le nombre de GASAP, pour le moment on a une équipe avec notamment un salarié à mi-temps pour l'aide à la création de nouveaux groupes, et pour le moment, en Wallonie particulièrement. On essaye de voir comme le modèle pouvait s'adapter, s'appliquer de manière intéressante pour des régions un peu moins urbaines que Bruxelles. Parce que la Belgique n'est pas fondamentalement rurale, on est quand même proches des uns des autres, mais il y a des grosses différences dans les modes d'organisation. Et d'ailleurs, autour de l'organisationnel, on développe 4-5 GASAP en Wallonie cette année-ci.

Dans les grandes-villes ? Ou juste en zone urbaine ?

Dans des villes comme Mont-Saint-Guibert ; en zone urbaine, petite urbaine.

Quel est votre avis sur les grandes enseignes qui lancent un rayon local ?

Je ne sais pas ce que les GASAP en pensent. Moi ce que j'en pense, c'est un bon greenwashing, si j'ai bien lu ce que j'ai lu, ce n'est pas du tout rentable pour les grandes enseignes. C'est vraiment du marketing pour dire « on favorise les produits locaux », mais en fait ils perdent de l'argent là-dessus ou en tout cas ils ne font pas de bénéfice. Ce n'est pas quelque chose qui va durer très longtemps ; ou peut-être que c'est l'ébauche d'une évolution. Quelles sont les contraintes qui sont mises sur les producteurs, je n'en sais rien. Et donc je suis dubitatif sur le modèle. L'autre côté, et ça c'est plutôt le côté environnemental, et ça c'est que ce genre d'initiative là rajoute encore une couche à la confusion qui existe dans la tête du consommateur entre le local, le bio, l'agroécologique, le respectueux de la planète, etc. Oui quand on est dans du local, on diminue en partie le transport et donc le coût énergétique, mais pas nécessairement. Et donc je pense qu'il faut aller beaucoup plus loin que juste le local, pour apporter véritablement une plus-value ; pour le consommateur, pour l'enseigne, et pour le producteur. Et il y a beaucoup de confusion. Et beaucoup de nos producteurs nous disent, si on voudrait arriver à clarifier sur les années qui viennent, c'est cette différence entre le local et le bio, entre l'environnemental-friendly et le local. Parce que ce n'est pas la même chose. Si t'es en monoculture et que c'est local, il n'y a rien à faire, c'est peut-être aussi nocif ou même plus nocif que du bio qui viendrait de loin. Il y a toute cette consommation énergétique qui est plus importante. Donc voilà, que le coût environnemental de la personne qui va acheter ses bananes en 4x4 à 2km de chez lui, est plus important que le transport des pays tropicaux jusqu'ici. Donc il faut relativiser, ce qui finalement est dans le local et l'environnemental, et le négatif, et le positif.

Mais c'est parce que les GASAP incluent ces différentes facettes. Il y a des gens qui achètent local, non pas pour l'environnement, mais pour la juste rémunération des producteurs, ou pour la qualité des aliments.

C'est en effet jusqu'au bout est-ce qu'on va ? Mais chacun va devoir évoluer, et je pense vers une réflexion sur l'influence de notre consommation, sur l'ensemble.

Vous êtes basés à Bruxelles, j'imagine que les fermes ne sont pas spécialement à côté ?

On a trois producteurs bruxellois dans les GASAP, mais la majorité d'entre eux viennent de plus loin.

Donc il n'est pas question ici de limite de km ?

On n'a pas de limite parce que la Belgique est une limite en soit. Par contre, ce qu'on essaye de voir, et il y a un projet de recherche sur Bruxelles, qui est sur les collaborations logistiques notamment, pour garantir que les taux de remplissage des véhicules qui viennent d'en dehors de Bruxelles, soit maximiser, pour minimiser l'empreinte. Donc il y a les réflexions là-dessus, ça ne veut pas dire que c'est parfait, mais un des intérêts de l'outil d'évaluation de la durabilité des filiales ... C'est vraiment pouvoir se dire à quel niveau on est bon, et à quel niveau il y a encore des progrès à faire ; sur quoi on doit vraiment travailler.

Est-ce dans l'objectif des GASAP, il est envisageable de se dire, si on en revient à un modèle non-intensif et diversifié, de pouvoir vivre en Wallonie de manière auto-suffisante ?

On s'inscrit à 100% dans une projection sur la souveraineté alimentaire ; et je pense que c'est vraiment un élément important. C'est qu'à travers nos modèles de consommation et de production, on retrouve le lien entre nous, la saison, la nature et notre environnement. Qu'est-ce qu'il est possible de produire chez nous ? En hiver je veux des courgettes, ah oui ben il n'y en a pas, donc elles viennent d'où, etc. Il n'y avait pas de courgettes ici il y a cinquante ans, tout est possible aujourd'hui. Mais pourquoi il n'y en avait pas ; qu'est-ce qu'on produisait, qu'est-ce qu'on mangeait ; et d'avoir un peu cette réflexion-là « jusqu'où est-ce que je suis prêt à aller dans mon adaptation, et est-ce qu'au final, je m'en pore mieux, je m'en porte moins bien, est-ce que c'est une contrainte ou autre chose. » Il y a des gasapien qui disent que le fait qu'ils soient dans un gasap ça les a obligés à se réinvestir dans finalement un certain nombre de mode de cuisine qu'on avait complètement oublié. Des cuisines et des légumes que je ne savais même pas que ça existait.

Donc il y a vraiment une réflexion, et c'est comme ça que moi je suis rentré aujourd'hui dans ce travail ou cette philosophie ; c'est vraiment me dire tiens à long terme, quel est le modèle alimentaire que j'ai envie de voir ; ou que j'ai envie de voir émerger. Pas pour moi parce que je serai mort avant, mais pour mes enfants, et potentiellement mes petits-enfants. Si dans 20 ans, 10 ans, 5 ans, il y a vraiment un problème énergétique, dans quelle situation, c'est plutôt qu'est-ce qu'il faut mettre en place aujourd'hui pour que dans 10 ans on ait une résilience à un choc énergétique, ou à des évolutions dans le commerce mondial, qui n'iraient pas vers une augmentation des échanges.

Sans catastrophisme, on est vraiment dans une évolution, une réflexion. Et les réflexions on les voit mieux en France parce que le territoire est beaucoup plus grand et plus spécialisé, mais de dire, on a produit les porcs en Bretagne parce qu'on avait un avantage comparatif, mais on ne sait plus épandre le lisier, il y a des pollutions ; donc il faut changer ça. Donc on revient au niveau agricole local, à de la polyculture d'élevage, alors qu'on était allé vers la spécialisation des territoires. Toute la politique des années 60-70-80-90 ça a été la spécialisation des territoires, pour diminuer les couts. Or environnementalement ils ne s'en sortent plus. On importe des trucs ici et là, on ne peut plus les transporter, on ne peut plus les éliminer. Donc on est vraiment dans un modèle qui s'est auto-coincé. Et donc cette évolution-là elle doit avoir lieu parce que les écosystèmes sont en train de mourir ; et c'est beaucoup plus visible en France que dans des pays comme la Belgique qui est moins... Mais ceci dit, les spécialistes et les agronomes disent, si demain on arrête d'importer du soja, on doit abattre la moitié des animaux en Belgique, ils tiennent une semaine, on ne sait pas leur donner à manger. Mais parce qu'on mange aussi beaucoup trop de viande. Et donc il y a des évolutions dans nos modes de consommation qui sont ou qui doivent aller en parallèle avec les évolutions du modèle agricole. L'un tirant l'autre. On va vers plus de qualité. Un steak qui vient d'un producteur de GASAP, même mis à côté d'un steak d'un producteur bio de supermarché, eh bien si on a 100g de chaque côté, après l'avoir mis dans la poêle, on restera avec entre 50 et 70g d'un côté, et 80-95g de l'autre. Donc qu'est-ce qu'on veut finalement, un peu plus en qualité et en nutriment, ou de la quantité.

Quels sont, selon vous, les principaux freins au développement des circuits courts ? Parce que vous dites que les GASAPIENS ne représentent même pas 1% de la population bruxelloise.

Tout d'abord, tout le monde court et personne n'aime la contrainte. C'est ce qu'on a gagné avec les supermarchés.

Deuxièmement, tout le monde n'est pas dans une réflexion sur ces éléments-là. Beaucoup sont centré sur leur survie au quotidien, même si en Belgique on vit bien. Et le mode survie est plus sur 'je préfère avec un smartphone plutôt que des légumes.' Enfin, c'est plus important ça que de bien manger. Donc il y a en quelque sorte les priorités qui ont changées. Et donc qui doivent évoluer.

Un des éléments qu'on cite régulièrement aujourd'hui c'est qu'il y a entre 13 et 20% du revenu qui va vers l'alimentation ; et 50 ans plus tôt, on était plus entre 40 et 60%. On a nettement diminué. Mais comment remettre les priorités, et quel est l'élément ou le choc qui va faire évoluer la réflexion.

Maintenant on est à 90 et on a déjà du mal à se parler à tout le monde, alors si on était 200 ce serait encore pire. Déjà nos assemblées générales, en comptant les bénévoles et les producteurs, on est entre 80 et 100, s'il y avait 100 GASAP en plus, on serait 150 à 200 ; c'est autre chose aussi dans le relationnel. Donc une des questions où l'équilibre pour le futur est à trouver, c'est quels sont les moyens pour garder une certaine proximité, tout en restant dans des équilibres interrelationnels positifs. Et ça c'est un élément qui peut-être est un frein. Donc on se demande, là quand on est en train de créer plus, s'il faut créer un réseau des GASAP en Wallonie, parce que de un, la manière de s'organiser et/ou la mentalité est un peu différente. Et puis les gens considèrent Bruxelles comme étant un monde, et la Wallonie comme étant un autre. Avec tors et raison ; mais aussi de se dire, gardons les choses un peu plus petites. Le problème quand on les garde un peu plus petites, c'est qu'on a des problèmes encore plus grands de financement. Donc oui ça fait sens au niveau relationnel, non ça ne fait pas sens en termes d'organisation. Ici moi je suis financé sur 3 ans, après c'est finis. L'essentiel c'est qu'on arrive à garder notre coordination. Parce que notre coordination elle n'est même pas garantie. On a un deux-cinquième plus ou moins garanti, et on passe la moitié du temps à chercher de l'argent. Ce qui n'est pas en contradiction avec ce que j'ai dit tout à l'heure, mais simplement c'est un boulot de chercher de l'argent. On cherche à avoir des rentrées de fonds qui seraient plus sur des durées plus longues. Que ce soit dans les projets de développement à l'étranger ou ici ; des financements qui sont sur 1 ans 2 ans, 3 ans, c'est super court pour faire évoluer quelque chose. On passe la moitié de l'argent à justifier, et l'autre à chercher de l'argent. Ça n'a pas de sens, en termes d'action. Mais la société, va toujours plus vite, et les durées des mandats sont tellement courtes que tant au niveau politique qu'organisationnel, la pression vers des trucs très courts ; on a l'impression que dans l'associatif on devrait faire la même chose que dans le marketing ou dans le technologique, ou on est capable de fournir un nouveau produit tous les 6 mois, parce qu'il faut absolument attirer le chaland avec quelque chose. Je pense qu'on est dans des dynamiques et des rythmes qui sont complètement différents, et donc il faut qu'on trouve des financements qui peuvent fonctionner dans ces rythmes différents.

Selon vous et donc suivant votre expérience et votre ressenti, l'alimentation locale est-elle une sorte de mode et reste un marché de niche ; ou tente-t-elle à se développer et a un avenir comme marché principal en Belgique ? Assistons-nous à une réelle transition ?

Je pense que je ne serais pas ici si on n'était pas convaincu qu'on est dans un vrai moment de transition. Ce n'est pas un an, c'est plutôt 10 ans, mais il y a un vrai mouvement. Moi j'ai grandi dans les années enfin j'étais à l'unif dans les années 80, jamais je ne me serais intéressé à ce genre de choses. Parce qu'à l'époque, et en plus j'ai fait ingénieur civil, c'était la science va résoudre tous les problèmes, et donc on peut continuer à se créer des problèmes, on va continuer à les résoudre. Je me souviens de mon cours d'énergie électrique, les centrales nucléaires, oui il y a le problème des déchets, mais dans les 10 ans on aura trouvé la solution. On est 35 ans plus tard, et on n'a toujours pas la solution. Ça ne veut pas dire que la science n'est pas nécessaire, mais on est revenu un peu du fait que on pouvait faire tout et n'importe quoi et qu'on trouverait toujours la solution. Et l'expérience des 30 dernières années, ou des 50 dernières années, nous amène à comprendre qu'on ferait peut-être bien de vivre avec la nature, plutôt que contre. Et donc ça c'est un premier constat sur lequel je pense, on ne reviendra pas en arrière.

Le deuxième, c'est de se dire l'alimentation de toutes les choses qu'on nous a vendu comme allant vers les échanges internationaux, le commerce etc, l'alimentation est une véritable exception. Il y a des terroirs, il y a des cultures culinaires et alimentaires, même si on a le même mc do en Belgique qu'aux USA que dans les grandes capitales africaines, il y a quelque

chose de fondamental qui est différent, et il y a une envie ou une obligation de revenir ou de valoriser sa propre culture culinaire. Et donc je pense que là-dessus aussi il y a un véritable retour.

Et on est pas toujours cohérent parce qu'on aime ce qui vient des autres continents aussi, mais je ne vais pas manger des mangues tous les jours, parce qu'elles ne viennent pas d'ici. Mais par contre on a des fraises, et je vais être content à cette saison-ci d'avoir des fraises et des groseilles à la maison. Parce que ça c'est quelque chose qui est de chez nous, et qu'on peut produire soi-même.

Donc je pense qu'il y a vraiment un changement de fond sur cette néo-relation avec son propre environnement, et ça pour moi c'est un des éléments qui fait que les circuits courts ont véritablement un avenir d'autant plus que la méfiance par rapport aux chaînes mondialisées et aux choses qui nous arrivent de l'extérieur a nettement augmenté. Et se dire que je peux aller voir à la ferme voisine voir comment il produit, c'est quelque chose qui va continuer à toucher les gens et leur permettre d'avoir plus confiance.

4.4 Florence TROKAY, D'ici, Administratrice

[Interview mené le mercredi 24 mai, au magasin D'ici à Naninne]

Quelles est votre histoire et celle de Frank Mestdagh, étiez-vous intéressés par les circuits courts ?

Frank Mestdagh et moi on s'est rencontrés en 2011. C'est lui à la base qui avait l'idée du projet d'ici. Lui il est issu d'une famille de la grande distribution mais il a quitté l'entreprise familiale il y a 15 ans, parce que plus trop en accord avec ses valeurs, il a fait d'autres métiers, toujours dans l'alimentaire, en attendant. Et puis il a voulu revenir dans la distribution mais avec quelque chose de plus en lien avec ses valeurs, en lien avec l'environnement, avec la terre, avec la consommation locale.

Et moi j'ai plutôt un parcours de gestionnaire de PME, j'ai toujours eu envie de lancer mon propre projet, et si possible en lien avec l'alimentation durable, qui me tient fort à cœur. Et donc on s'est rencontré à ce moment-là, et tout ce qu'on savait et ce qu'on avait constaté c'est qu'effectivement il y avait de plus en plus de gens qui voulaient consommer des produits de la région. Même si on n'était pas encore à l'époque, il y avait de magnifiques produits dans nos régions, mais des possibilités pour rencontrer l'offre et la demande, ça restait restreint. Il y avait bien des fermes, des groupements d'achat. Mais dans nos vies modernes il n'y a pas beaucoup de gens qui ont le temps de faire le tour des fermes ou de participer à ces groupements. Et donc on s'est dit pourquoi pas faire un grand magasin avec tout ce qu'il y a de plus moderne, l'accessibilité, le parking, des horaires larges pour ceux qui travaillent plus tard. Mais à la place des produits traditionnels, rassembler un maximum de produits de la région. On a commencé à réfléchir en 2011, on est passé par différentes phases du projet parce qu'on ne savait pas exactement quelle forme il allait prendre. Puis on s'est décidé à faire un magasin. Et on a cherché cherché et on a trouvé ce bâtiment ; qui date des années 70 mais qu'on a entièrement rénové. Donc on a ouvert en mai 2013 après 6 mois de travaux.

Au début comme je vous dit ce n'était pas encore la grande vague de produits locaux donc a été trouvé beaucoup beaucoup de producteurs dans la région. Certains nous ont suivi, d'autres étaient un peu plus méfiants. Donc on a commencé gentiment avec 70 producteurs et 900 produits à peu près. Et maintenant au bout de quatre ans, on a 200 producteurs et plus de 3000 produits. On ne veut pas aller beaucoup plus loin parce que c'est un modèle complexe. Il ne faut pas que les producteurs et les produits commencent à se concurrencer. Aujourd'hui on est arrivés plus ou moins on va dire, à l'ensemble des besoins alimentaires courant de monsieur et madame tout le monde. Notre but n'est pas d'avoir 10 jambons, mais on a un bon jambon à l'os, un bon jambon cuit, un bon jambon fumé et puis voilà. Le but n'est pas de mettre plus de produits parce que ça devient complexe pour nous aussi. 90% des produits sont livrés en direct. Donc qui dit livraison en direct dit, bon de commande, livraison, facturation ; et les producteurs ne sont pas les rois de l'organisation, donc il faut aussi s'adapter. Il y a 60 commandes/semaine, donc 60 livraisons, et 60 factures à encoder. C'est déjà assez costaud comme système donc il ne faut pas trop le gonfler non plus.

Pourquoi avoir choisi Naninne ?

On a mis 2 ans entre le moment où le projet a émergé, le moment où on s'est rencontré et le moment de la concrétisation. Tant qu'on n'avait pas quelque chose de concret c'était très dur

d'aller contacter les producteurs. Parce que les producteurs eux ils sont dans le concret. Qu'est-ce que vous pouvez proposer comme produit ? Quel sera le prix. Comment je dois livrer, etc. Tant que vous n'avez pas une implantation vous ne savez rien déployer.

Mon associé est de la région Namuroise, moi je suis Liégeoise, mais on trouvait que la région namuroise était une bonne région, parce que le public est assez ouvert, qui a souvent une certaine éducation environnementale ; et puis au centre de la Wallonie, donc symboliquement et aussi point de vue approvisionnement des produits, ce n'était pas trop excentré. Pourquoi Nannine, parce que l'axe est bien fréquenté, parce qu'on a trouvé le bâtiment qu'on trouvait intéressant. On voulait de suite un bâtiment assez grand, parce que notre but n'est pas de faire un magasin, mais plusieurs, et donc ici on a un entrepôt de 3000m².

D'une part pour se permettre d'avoir d'autres point de vente, et d'autre part pour pouvoir stocker de la marchandise, parce que les producteurs ils sont au four et au moulin donc ils ne savent pas livrer 4-5 magasins. Donc l'objectif c'est que les produits non-périssables comme les boissons et les produits d'épicerie, on puisse les stocker ici et puis réapprovisionner les autres magasins.

Toujours d'actualité d'avoir 50% des produits originaires de 50km ?

Au début on communiquait beaucoup là-dessus parce qu'on se disait qu'on moins ce serait clair dans l'esprit des gens, puis on s'est rendu compte que beaucoup de producteurs n'osaient pas venir nous proposer leurs produits parce qu'ils étaient à plus de 50km ; et donc on a arrêté de communiquer là-dessus. Nous notre but c'est au plus local au mieux. Donc quand on a un besoin, on va chercher autour, et si on ne trouve pas on va un peu plus loin. Aujourd'hui, 90% de nos produits viennent de Wallonie-Bruxelles, quelques-uns de Flandres, et on a fait le choix de proposer quand même de la banane, de l'orange, du riz, parce qu'on n'en produit pas chez nous mais que c'est devenu un produit indispensable dans notre consommation. Donc si la maman qui cherche des bananes pour faire les panades de ses petits doit faire 3 magasins, elle ne viendra plus chez nous. Mais pour ces produits-là, on propose dans les produits importés, des produits qui ont un label soit Bio, soit équitable pour avoir une notion durable.

Donc le thé par exemple ?

Evidemment ce ne sont pas des arbres à thé de chez nous, puisqu'on n'en a pas en Belgique. Mais le thé, c'est comme le café, c'est comme le chocolat, ils sont transformés ici. On les considère comme les 90% de produits locaux parce que le but c'est qu'il y ait de la valeur ajoutée pour nos producteurs donc ça veut dire que soit ils sont vraiment producteurs, maraicher, éleveur ; soit ils sont transformateurs. La plupart sont transformateurs. Dans les produits frais, on a beaucoup par exemple, d'éleveurs qui font la transformation aussi, donc du fromage par exemple. Ça c'est vraiment du début à la fin...

Vous vendez uniquement de l'alimentaire ?

Il y a aussi un rayon avec des produits d'entretien. La machine au milieu est un distributeur. Et c'est un gars de Charleroi qui a développé ça. Vous pouvez choisir le récipient et puis il y a un code-barres que la machine reconnaît. Vous choisissez votre parfum et il ajoute des huiles essentielles. C'est sympa. On a deux artisans qui font des produits ménagers. Ce n'était pas là depuis le départ, c'est eux qui sont venus à nous, et puis on s'est dit pourquoi pas, des produits ménagers ça a du sens. Et puis on a aussi un rayon livre de cuisine, parce que ça

c'est quand même bien en lien. Et puis c'est un libraire namurois qui l'a développé. On a des livres sur des balades dans la région, voilà, quelques livres en lien avec notre magasin.

Est-ce un risque de trop s'étendre ?

On a souvent des tentations parce qu'on vient nous trouver tout le temps avec des produits cosmétiques, de la nourriture pour chiens et chats. On nous propose tout le temps des choses, mais jusqu'à présent on essaye de garder notre ligne de conduite alimentaire uniquement. Et puis si on accepte, les murs ne sont pas extensibles, donc ça veut dire que si on met ça, on doit sortir de l'alimentaire. Et puis ça reste notre métier, c'est alimentation ; et puis il reste encore plein de belles choses à faire dans l'alimentaire donc on préfère mettre notre énergie dans l'alimentation.

Ne pensez-vous pas qu'il y aurait plus de gens qui viendraient faire les courses s'il y avait cette partie non-alimentaire ?

Plus de gens je ne sais pas. Mais ils augmenteraient peut-être leur panier moyen d'achat. Maintenant ça veut dire de nouveau une gestion complexe. Parce que des cosmétiques ce sont des stocks qui coutent chers. Et vous devez avoir une gamme assez large pour qu'elle soit attractive. Si vous n'avez qu'un ou deux produits ça ne ressemblera à rien. Et puis ce sont des produits qui demandent la formation et de l'information. C'est un travail conséquent en plus. Si c'est pour le faire à moitié, ce n'est pas chouette et ça ne vaut pas la peine. On préfère d'abord être bon dans notre métier de cœur avant de s'étendre.

Vous avez plusieurs activités complémentaires comme la boulangerie et le restaurant. Pourquoi, et comment cela s'organise-t-il ?

D'abord la boulangerie artisanale c'est frais du jour et puis c'est aussi une manière de créer de la vie dans notre magasin. Parce que les gens ils viennent à la boulangerie tous les jours alors qu'ils ne viennent pas nécessairement tous les jours dans le magasin. Et c'est donc l'occasion de créer un passage client quotidien. Et puis pour nous, que ce magasin soit un lieu de vie était quelque chose d'important pour nous. On voulait quelque chose de différent. Si vous regardez, tous nos rayons sont à taille humaine, il n'y a pas de rayon qui arrive au-dessus des yeux ; on a des espaces de passage assez importants, on voulait absolument qu'il y ait des activités complémentaires au magasin. La boulangerie par exemple prépare des sandwiches à base de produits du magasin, le restaurant ne cuisine que les produits du magasin. Le restaurant fait des plats à l'attention du magasin, le boulanger fait par exemple des petits pains et des croissants surgelés pour le magasin. Donc des activités complémentaires. On a aussi développé un jardin potager. Donc c'était une parcelle qui nous appartenait, et qu'on a mis à disposition d'une asbl, les compagnons du Sanson qui est une émanation du CPAS de Gesves et donc c'est du maraîchage bio, et ce sont des personnes qui sont en réinsertion socio-professionnelle. Donc qui y travaillent pour se former et pour se réinsérer dans la vie active. Donc voilà, d'ici quelques semaines, les légumes vont pouvoir passer le parking pour arriver dans nos étales. C'est plus court que court. Ça fait trois ans qu'il est là.

Et donc c'est aussi que notre magasin ne soit pas un simple magasin, mais un lieu de vie, où il y a des interactions entre les activités. Et aussi le but du projet c'est de recréer du lien entre le client, le commerçant et le producteur ; et donc les producteurs chaque samedi, il y a bien quatre producteurs qui sont là pour faire des dégustations, des animations. Tous les ans on organise un grand souper avec tous nos producteurs, c'est toujours un moment sympa et puis

il y a aussi des collaborations qui émergent entre les producteurs. Tous les débuts de saisons, par exemple pour le maraichage, on rassemble nos 5-6 producteurs, et c'est ensemble qu'on répartit les légumes. « Tiens ce sera plus toi qui fera les courgettes, et toi les carottes ». Et donc on fait beaucoup de choses pour qu'il y ait un lien entre le producteur et le client.

On fait des animations en juin. Il y a une asbl qui s'appelle cuisine sauvage qui vient. Et donc ils sont spécialisés dans la culture des herbes sauvages, et à base de ces herbes-là, on va faire un cours de cuisine au resto.

Ces activités-là sont ponctuelles, c'est en fonction du calendrier, des besoins et des propositions. Et là, ils sont en train de construire une terrasse en palettes pour le restaurant.

Le restaurant, il est là depuis le début, donc l'ouverture du magasin, mais il a connu trois phases de vie. Au tout début c'était une indépendant qui avait envie de lancer comme beaucoup d'autres chefs gastronomiques une brasserie pour le midi. Ça a duré une année, et puis il ne s'en sortait plus entre ses deux restaurants, c'était top pour lui donc il a décidé d'arrêter. Et puis on avait fondé une association avec des acteurs du namurois pour promouvoir l'alimentation locale et durable, et donc on a ouvert dans le cadre de cette asbl et puis on avait un chouette chef qui a dû partir et on n'a jamais retrouvé le chef qu'il nous fallait. Et donc on a fermé l'année dernière et on s'est demandé ce qu'on allait faire. Et puis il y avait une de nos collaboratrices du magasin qui suivait des cours du soir pour être traiteur, et on en a parlé avec elle, « tiens tu n'as pas envie de te lancer et continuer à faire vivre ce lieu ? ». Et c'est dans le cadre du magasin donc, elle est employée du magasin. Et donc on a relancé ce lieu très sympa, avec une cuisine simple et familiale. Elle fait une formule soupe plat et dessert. Donc formule unique tous les midis du lundi au samedi. C'est très sympa et ça permet de faire des animations, comme par exemple pour les producteurs qui viennent le samedi de mettre à l'honneur ces produits-là.

Comment est fixé le prix de vente ?

Les prix, c'est un triangle équitable entre le commerçant, le producteur et le client. C'est-à-dire que quand on voit le producteur, on lui demande quel prix il demande pour son produit, et dans 95% des cas, on ajoute notre marge et on voit si psychologiquement c'est acceptable pour le client. Si le triangle est accepté alors on laisse comme ça. Si c'est trop cher alors on le dit au producteur et soit il décide de baisser son prix, soit il dit tant pis on en reste là. Et si il arrive a posteriori à améliorer son prix de revient, on ré envisage la chose. Les producteurs au début ils ont un tellement petit producteur qu'ils font tout tout tout manuellement et donc le prix de revient est assez élevé. C'est prohibitif au démarrage et puis des fois ils reviennent nous trouver deux ans plus tard et ils ont pu optimiser leur manière de fonctionner et donc de baisser les prix.

Il n'y a pas beaucoup de négociation sur les prix. La principale négociation c'est qu'on leur demande d'être plus présent pour des animations, si on veut faire une action commerciale qu'ils répondent présent. On travaille plus sur du partenariat long terme que sur du best one shot. Et là il y en a plein par exemple, si on doit sponsoriser un événement, qui mettent des produits à disposition. C'est plutôt à travers d'actions qu'on essaye, et c'est bonus pour lui puisqu'on met ses produits en avant.

Beaucoup de ceux avec lesquels vous travaillez ont-ils déjà un magasin à la ferme ? Y a-t-il une différence de prix ?

Pas tant que ça. Il y en a oui. Les prix sont les mêmes. Et c'est important. Avant il y avait parfois des prix un peu plus bas ou plus haut, mais le client il ne comprend pas. A la limite qu'il y ait un petit différentiel à la hausse ça peut s'expliquer. En générale on essaye d'avoir le même prix.

Point de vue volume, avez-vous quelque chose de prévu dans le contrat.

Il n'y a pas de contrat. Vous savez au début, si on arrivait avec un contrat à signer, ils allaient nous envoyer paître et donc on a commencé sur la confiance et on continue sur la confiance.

Donc si un jour le producteur de fraises arrive et vous dit qu'il n'a pas de fraises à vous livrer...

C'est pour ça aussi qu'en fruits et légumes on essaye de travailler avec plusieurs maraîchers. On a un plan de production qui dit « toi tu es le producteur prioritaire pour les courgettes, toi tu es le numéro 2 et toi le numéro 3 » Et si le numéro 1 n'a pas de production, c'est le numéro 2 qui livre. Et chacun est numéro un dans quelque chose.

Nous aussi on est dépendant. Et comme les maraîchers par exemple qui sont ceux justement qui ont un magasin à la ferme, ils écoulent tout chez eux et donc il ne reste plus rien pour nous. Ou si pour une raison x ou y ils ne viennent pas. Ça c'est le risque de travailler avec des producteurs, vous n'êtes jamais sûre d'être livré.

Avez-vous des retours de la part des producteurs avec lesquels vous travaillez ? Y en a-t-il qui ont choisi d'arrêter le partenariat ?

A mon avis, 95% sont encore là. Les autres, c'est soit parce que les produits ne fonctionnaient pas, soit parce que eux ont décidé d'arrêter. Je n'ai pas souvenir, et je ne pense pas qu'il y en ait eu, un conflit qui aurait mené à l'arrêt.

C'est un partenariat qui se construit dans le temps et il y a les avantages et les inconvénients. L'avantage c'est que on est une porte d'entrée pour eux. Dans le namurois je veux dire, il y en a beaucoup qui viennent ici avant d'aller ailleurs. Donc ça c'est chouette pour nous. A l'inverse on sert de tremplin, et comme la grande distribution se développe fort. Et après qu'ils se soient développés, ils partent vers la grande distribution ; et ça en même temps tant mieux pour eux.

Que pensez-vous du fait que ces grandes enseignes investissent dans des produits locaux ? Est-ce plutôt du marketing ou une vraie prise de conscience ? Sentez-vous la concurrence ?

Jusqu'à peu, je trouve qu'on n'a pas beaucoup senti la concurrence. Maintenant je trouve qu'on le sent quand même. Dans les produits, il y avait des produits phares et qui se vendent moins maintenant. Et c'est souvent des produits qu'on commence à retrouver un peu partout. Les gens tombent dessus en faisant leur course et donc ils les achètent ailleurs. Donc oui on commence à le ressentir quand même.

Ce que j'en pense, c'est que si ce sont des gens qui le font parce que réellement ils ont envie de soutenir les producteurs, je trouve ça bien. Mais il y en a qui le font juste par opportunité et donc ils cassent les prix, et donc eux c'est du marketing, c'est pour l'image de marque, c'est pour faire venir le client et donc ils s'en foutent de la marge qu'ils font dessus, nous c'est notre gagne-pain. Parfois c'est compliqué, et les producteurs de nouveau, si leurs produits sont bien considérés, ils sont contents ; parfois ils décident d'arrêter parce que leurs produits sont noyés

au milieu de la masse, sont pas bien gérés, donc ça dépend un peu de l'enseigne et du gérant du magasin.

Et point de vue concurrence ?

Les grandes enseignes font partie de nos concurrents oui, mais il y a aussi les initiatives sur internet, les ventes à la ferme, les groupements d'achat local, etc. Et nous qu'est ce qui nous différencie, comme je disais, c'est le global, c'est de faire de l'animation, c'est d'avoir un bon service client.

Pouvez-vous vous comparer avec les autres initiatives locales ?

On s'est souvent posé la question s'il fallait faire de la vente par internet parce qu'il y en a parfois qui choisissent cette option parce qu'ils peuvent commander et puis ils n'ont plus qu'à enlever. Ça ça peut être quelque chose qui nous manque. Il y a aussi des initiatives comme la ruche qui dit oui ou chaque fois qu'on vient chercher on a un contact avec le producteur. Donc pour ceux qui ne viennent pas le samedi ça peut être un manque. Ce côté participation citoyenne que certains projets ont comme cette initiative dans le namurois qui s'appelle « coopérative paysan-artisan ». C'est une coopérative de citoyens et qui fait de la vente de produits locaux sur internet. Là ce sont les citoyens qui investissent dans la coopérative, qui peuvent y participer. Et donc c'est peut-être cette dimension implication citoyenne que nous on ne propose pas.

Quel est le type de clientèle ?

Chez nous on a quand même une clientèle âgée. Principalement entre 40 et 65. Et des jeunes quand les familles commencent à prendre conscience, et quand ils commencent à avoir des enfants ils commencent à prendre conscience de l'importance de l'alimentation durable. Et c'est aussi le moment où ils commencent à avoir un meilleur pouvoir d'achat. Donc 30-65 avec un focus quand même sur 40-65.

75% de femmes et 25% d'hommes. C'est le même ratio que la grande distribution.

On a une zone de chalandise client un peu plus grande qu'un magasin traditionnel, on va jusqu'à 10-15 min de voiture alors que traditionnellement c'est 5-10 min. Après on a aussi tout une clientèle bruxelloise qui descend dans leur maison de campagne le week-end et qui passe acheter leurs produits. Mais généralement, 15 min autour.

Avez-vous pu observer et chiffrer l'évolution des ventes depuis l'ouverture ?

La première année on avait 700 clients / semaine et maintenant on est à 2000. Donc on a fait X3. Ça n'augmentera plus de manière significative puisque on n'aura pas la place pour élargir notre gamme, et que comme je vous le disais on n'en a pas la volonté, maintenant, oui j'espère qu'on arrivera à des croissances de l'ordre de 5%. Dans l'alimentaire il faut savoir que la croissance est flat.

Bien sûr, on essaye de se différencier, et on espère que plus de gens vont se rallier.

Et je crois que dans l'évolution des clients, il y a eu des personnes qui se sont sensibilisées. On a eu un boom l'année dernière je dirais, maintenant ça se tasse un peu, mais je pense qu'il faut continuer à convaincre.

Vous aviez ouvert un deuxième magasin à Hannut qui a été fermé récemment. Que pouvez-vous en dire ?

C'était même une nécessité, parce que comme je vous l'expliquais au début, tous ces efforts qu'on a du faire pour aller chercher les producteurs pour gérer la logistique etc, ça coute beaucoup de sous, donc si on ne l'amortit pas sur 2-3 magasins au moins, ce ne sera pas viable. Et donc au bout de deux ans on était prêts pour ouvrir un second magasin. Donc on a d'abord cherché dans le brabant Wallon, on voulait ouvrir sur l'axe Namur-Bruxelles, et puis on n'a pas trouvé notre bonheur. Et puis on est tombé sur ce point de vente à Hannut. Ce n'était pas le rêve mais bon il était pas mal donc on s'est dit on va le tenter, mais malheureusement au bout d'un an, il n'a pas décollé comme on l'aurait voulu. Plusieurs facteurs l'expliquent à mon avis, Un la région qui est un grand village ; une zone de chalandise intéressante mais pas une clientèle déjà intéressée. Je pense qu'on reste un concept plus urbain pour le moment, ou les mentalités évoluent plus vite qu'en campagne, et puis les gens ont plus vite leur jardin-potager. Mais le bâtiment aussi était un ancien Lidl qu'on a rénové, mais ça restait quand même un ancien Lidl qui ne traduisait pas notre mentalité. Il était un peu en retrait de la route, il était au milieu de beaucoup de concurrents. Un Colruyt, un Lidl, un Carrefour. Au début on s'est dit que ça pouvait être une bonne zone d'attractivité, que les gens iraient chercher le non-alimentaire au Colruyt et puis l'alimentaire après chez nous. Et après 1 an, malheureusement, après beaucoup d'efforts ça n'a pas décollé et il fallait prendre une décision pour ne pas mettre à mal le magasin ici. Donc ce n'était pas de gaité de cœur, mais malheureusement on a dû le fermer.

Plus tard, vous prévoyez donc d'ouvrir un autre magasin ?

On aimerait, mais on va d'abord prendre notre temps et tirer les enseignements négatifs d'Hannut. Tiens savoir qu'est-ce qu'on ferait mieux dans un autre point de vente.

Est-ce qu'il faut s'inquiéter de voir que tout le monde ne prend pas conscience de l'importance de l'alimentation locale ?

Non je pense qu'il ne faut pas s'inquiéter, mais je pense qu'il faut être conscient que ça ne concerne encore qu'une partie de la population, éduquée et sensibilisée. Et puis il n'y a rien à faire, il y a quand même un différentiel prix qui n'est pas à la portée de tout le monde. Des gens à convaincre il y en a encore beaucoup. Je suis étonnée, moi qui suis là-dedans depuis longtemps que des gens me parlent même de saisonnalité. Et il y a énormément de gens qui ne prennent conscience que maintenant de la saisonnalité. Donc je suis étonnée tous les jours des gens qui prennent conscience.

Pouvez-vous comparer vos prix par rapport à la grande distribution ? Delhaize par exemple qui est probablement le plus proche point de vue proposition de valeur ?

Je dirais que on va se situer entre un Delhaize et un magasin Bio, donc je dirais qu'avec un Delhaize, on sera 15% en plus. Ça dépend des familles aussi et de la saisonnalité. Les fraises elles sont à 3,99€, elles sont au même prix, voire moins cher que dans un Delhaize, la botte d'asperge c'est la même chose, les pommes, on est à 1€ et quelques. Les produits locaux et de saisons, on essaye d'être dans le bon.

Pour les produits transformés, c'est de la main d'œuvre et de l'artisanat, donc pour une confiture, par exemple, vous allez d'office. Pour les confitures qui marchent le mieux, être à 4,15 euros pour le pot. Mais ce n'est pas le même produit. Les gens ils achètent de l'artisanat aussi. C'est une philosophie, il faut réfléchir à ce qu'il y a derrière.

Il y a des gens qui viennent aussi et qui disent qu'ils ne sauraient pas retourner autre part. Quand on fait des enquêtes client, il y a vraiment une reconnaissance vis-à-vis de la qualité. Ça c'est important. Le prix reste toujours quelque chose qui est pointé par le client, parce que c'est plus cher, mais quand on lui demande comment jugez-vous le rapport qualité-prix, il est bon. Donc ça c'est rassurant, ils mettent le prix, mais ils comprennent qu'il y a une qualité derrière.

Quelle est votre définition d'un aliment local ? Respectez-vous un kilométrage ?

Pour nous, comme je l'ai dit, c'est « au plus local, au mieux ». Et on essaye de se limiter principalement à la Wallonie-Bruxelles, on va en Flandre à la limite, mais on essaye de se limiter à la Belgique ça c'est clair. D'ailleurs, on situe sur une carte de Belgique tous nos producteurs et donc on voit qu'il y a une concentration sur Namur et puis ça se dilue. Ça c'est le premier critère. Le deuxième critère, c'est un produit le plus authentique possible, donc si possible un produit pas ou peu transformé, avec pas ou peu de poudre de perlimpinpin. Donc des conservateurs, des additifs, des colorants etc. Des produits qui sont réalisés par des gens qui sont passionnés, qui ont un réel savoir-faire, et des produits qui donc ont une réelle qualité gustative vraiment intéressante. Et puis des producteurs avec qui on a le sentiment qu'on va pouvoir construire quelque chose dans la durée. Donc il faut une production suffisante. Il y a parfois des gens qui viennent me trouver « je suis apiculteur après journée, j'aurais 10 pots de miel », ça ce n'est pas possible, parce que si on veut offrir un produit à nos clients il faut quand même pouvoir tenir l'offre dans le temps. Mais aussi des gens qui sont dans la collaboration, qui acceptent de faire des animations, à faire un partenariat avec nous dans la durée.

Pour les 10% de produits non-locaux, on travaille avec des grossistes bio qui donc nous fournissent ces produits. Il y a aussi des producteurs qui ne veulent pas s'occuper de la logistique et donc ils vendent via un grossiste et c'est le grossiste qui livre, mais on garde le lien, il vient quand même faire les animations.

Point de vue packaging, est-ce un problème pour les producteurs ?

Ce qu'on fait pour les aider, c'est que la moitié n'ont pas de code-barres et nous ce qu'on fait c'est qu'on a acheté des codes-barres et qu'on les leur fournit. Sinon beaucoup aussi nous demandent conseil, ceux qui débutent, ils demandent pour le packaging.

Les étiquette, qu'ils impriment sur leur imprimante à jet d'encre et qui dégouline dès qu'il y a un peu d'humidité. Mais on voit beaucoup qui se sont professionnalisés. Il y en a qui ne mettent même pas la date de péremption, ils ne mettent pas les ingrédients, le grammage, enfin il y a tout ds incontournables qui sont obligatoires et au début...

C'est une obligation légale d'avoir les ILV pourtant ?

C'est les producteurs qui sont responsables, sauf ce que nous découpons ici. Donc pour le rayon charcuterie puisque c'est nous qui découpons, c'est nous qui sommes responsable de l'étiquetage. Mais pour les autres produits, c'est le producteur. Effectivement on lui dit, mais généralement ils le font.

Quels sont, selon vous, les principaux freins au développement des circuits courts ?

Le prix quand même des produits artisanaux. L'approvisionnement. Oui la grande distribution essaye de s'y mettre, mais la grande distribution n'est pas structurée pour travailler avec des producteurs locaux, parce que là où ils sont efficaces c'est parce qu'ils achètent à une centrale qui vient livrer une fois par jour et c'est très pratique. Ils ont une commande, une livraison, une facture et c'est structuré, très organisé. Chez nous c'est beaucoup plus complexe. En circuit court, ce n'est pas structuré pour, ce sont des dates de péremption beaucoup plus courtes aussi, puisque ce sont des produits sans conservateurs. Donc la grande distribution n'est pas formatée au jour d'aujourd'hui pour travailler avec des producteurs locaux.

D'ailleurs, il y a des acteurs de la grande distribution qui nous contactent parce que nous on rassemble beaucoup de producteurs locaux, pour pouvoir se fournir chez nous et qu'ils n'aient donc qu'une seule commande à passer. La du coup on rentre un peu plus dans leur entonnoir. Et puis la production, et là je le vois, un magasin ça va, mais quand on a ouvert Hannut il y avait déjà des producteurs qui ne suivaient plus, qui étaient vite ne rupture. Ça reste des artisans et ils ne savent pas démultiplier. Ils sont souvent seuls.

Pour Hannut, notre philosophie c'était de faire 2/3 d'assortiment commun, 1/3 d'assortiment plus local, plus spécifique. Et donc dans ces 2/3 on essaye justement de sélectionner les artisans qui sont capables de grandir et d'absorber plus de volume.

Point de vue logistique, comment s'organise la livraison ?

Pour les boissons et les produits secs, ils viennent une fois toutes les x semaines. Par contre pour les produits frais, minimum une fois semaine, et pour certains, les maraichers, c'est trois fois semaine. Les fraises c'est tous les jours. Donc c'est très variable en fonction des produits.

Y a-t-il des législations belges ou européennes qui menacent le développement des circuits courts ?

Non, le frein principal c'est toutes les normes d'hygiène qui leur sont imposées, et cet étiquetage par exemple, c'est quand même assez contraignant. Bientôt il faudra indiquer les valeurs nutritives. En plus ils doivent faire évaluer en laboratoire, donc ça veut dire des coûts supplémentaires. Idem pour évaluer une DLC, ils doivent normalement faire passer ça par des laboratoires, ils ne le font pas tous, pour qu'il y ait une date réglementaire sur leur produit. Donc c'est plutôt des freins comme ça oui.

Et c'est trop important que pour faire des exceptions, on mettrait à mal la sécurité de la chaîne alimentaire. Par contre on peut les aider, pas mal d'organismes les accompagnent là-dedans pour avoir des services plus abordables pour faire ça. Il y a l'APAQ-W qui les aide par exemple, et parfois ils ne savent pas qu'il y a des interlocuteurs pour les aider.

Ils doivent faire tout à la fois les producteurs, ils sont à la fois producteurs et commerciaux, ils sont administratifs, ils sont transporteurs.

Mais on les aide, on achète tout, on prend tout, donc c'est nous aussi qui supportons les risques.

Selon vous et principalement selon les chiffres des ventes, l'alimentation locale est une sorte de mode et reste un marché de niche, ou elle tente à se développer et a un avenir comme marché principal en Belgique ? Assistons-nous à une réelle transition ?

Je pense qu'on y vient, sinon on ne serait pas là-dedans, avec toute notre énergie et tout notre cœur. Maintenant je pense que ça va difficilement prendre une part majoritaire, en tout cas dans les 10 années à venir. S'il y a une transition qui va se faire pour les différentes raisons que je vous ai expliquées, donc la notion de pouvoir d'achat, la notion de l'offre qui est pas suffisante pour le moment ; cette notion de la grande distribution qui n'est pas adaptée pour le moment à travailler avec des producteurs et des artisans, même si elle fait des efforts. Donc je pense qu'il y a encore pas mal de freins à lever. Et puis il y a encore la prise de conscience des gens. Je voyais encore l'autre jour chez ma belle-maman, elle avait acheté des raisins qui venaient d'Inde. On est au mois d'avril, des raisins, qui viennent d'Inde ! Quand je lui ai dit « vous avez vu qu'ils venaient d'Inde ? », elle m'a dit « Ah oui, ils viennent d'Inde, ah ben je n'avais pas remarqué ». Donc il y a encore à faire. Mais je pense ce qui est chouette c'est que les jeunes générations ont une prise de conscience bien plus importante que les plus vieilles générations qui ont eu l'habitude que les produits viennent de partout. Et là je pense qu'il y a une belle conscientisation. Donc oui je pense qu'il y a une belle marge de progression, mais de là à dire que ça deviendra un système majoritaire, il faudra du temps. J'espère qu'on y arrivera parce que c'est important.

Certains magasins de la grande distribution les ont contactés pour qu'il jour le point relai pour la commande groupée. Actuellement ils travaillent avec 2 AD Delhaize de Namur. Cela permet à la grande distribution d'éviter le côté compliqué, de 1 produit = 1 commande = 1 facture = 1 livraison etc pour chacun des produits.

4.5 Romano CAVALIERE, Hainaut Développement, Chargé de mission Département

« Agroalimentaire & Circuits courts »

[Interview mené le vendredi 12 mai, dans les bureaux de Hainaut Développement à Mons]

Dans votre histoire personnelle, avez-vous des événements qui vous ont mené à travailler sur les circuits courts ?

Mon parcours est vraiment atypique. En réalité, j'ai un diplôme d'agronomie, mais en sylviculture-environnement, ça n'a rien à voir avec l'agro-alimentaire. J'ai à la suite de mon graduat que j'ai fait à Ath, j'ai atterri chez Terca, où je faisais des briques pendant 1 an, et puis j'ai postulé pour le syndicat agricole au niveau des jeunes plus connu comme la FJA (Fédération des Jeunes Agriculteurs) où là j'ai été permanent pour la province de Namur, ensuite pour la province de Hainaut : Responsable du centre de formation pour les agriculteurs, pour aller chercher les aides à l'investissement. Et puis en 2006, malheureusement j'ai un collègue de 38 ans qui est décédé et qui s'occupait du dossier agro-alimentaire. Et son responsable m'a dit, je ne vois qu'une personne capable de reprendre tout de suite les dossiers de X, c'est toi. Donc j'ai commencé en 2007, sur des conventions CQPF (Cellule Qualité Produits Fermiers), qui était un partenariat entre 3 cellules : cellule de la faculté agronomique de Gembloux, qui gère le pôle hygiène, moi je m'occupais du volet économique donc tout ce qui est installation, les aides qu'on peut aller chercher, l'étude de faisabilité. Et on avait un volet technologique qui apprenait aux gens à faire des fromages par exemple. Donc on avait deux pôles : un sur le car à Ath, un sur l'école de Ciney à Saint-Quentin, qui avaient un atelier pour apprendre aux agriculteurs à faire du fromage. Et à la suite de ça il a fallu étendre un peu parce que la diversification c'est tout azimute, on a le foie gras, on a les escargots, la pisciculture, le miel. Et donc voilà, mon expérience a grandi grandi, et en 2012 je suis passé ici au niveau de la cellule agro-alimentaire de Hainaut Développement. Mais défendre les droits des petits agriculteurs au niveau de l'AFSCA, aller au SPF Economie négocier certaines conditions pour les petits producteurs, tout ça. Voilà ça enrichit d'une certaine expérience.

Au début, ces formations étaient-elles déjà données dans une optique de diversification ?

On a vu vraiment des pics suite à la crise du lait, où on a connu des champs complets où on allait déverser du lait, le prix commençait à baisser. Les gens en avaient un peu marre de traire en perdant des sous à la limite et donc ils ont pensé à aller chercher une plus-value en transformant eux-mêmes leur propre lait, ou en tout cas une partie de leur propre lait, et ils étaient fiers d'avoir un produit au final qu'ils pouvaient commercialiser. Maintenant, les crises ont fait prendre conscience aussi aux différents consommateurs qu'aller chercher des produits plus près de chez nous, où on connaissait l'histoire, où on voyait le lieu où c'était fabriqué, c'était peut-être plus rassurant que d'aller chercher des produits agro-alimentaire produit on ne sait où. Il faut savoir que des produits qui sont produits en Espagne ou dans un autre pays, on ne peut pas contester les contrôles sanitaires qui viennent des autres pays. Donc si on connaît ce qui est fait à côté de chez soi et qu'on a l'accès à un moment donné à voir comment c'est produit, et ce qu'on met dedans, c'est rassurant.

Quelles sont les crises qui ont eu un impact et ont peut-être mené à cette prise de conscience ?

La crise de la vache folle, la dioxine. Et concernant les céréales, quelques accidents climatiques, la dégringolade sur les marchés mondiaux. La rentrée des 10 nouveaux pays de l'Est en même temps dans l'Europe, ça fait chuter certains prix. Et donc à un moment donné, les gens cherchent où ils peuvent aller chercher une plus-value.

J'ai entendu que l'initiative « Paniers malins », ne fonctionnait plus vraiment, probablement à cause d'une mauvaise organisation. Qu'en pensez-vous ?

J'ai participé à la mise en place des paniers malins. En réalité, le panier malin émane d'un projet GAL (Groupement d'Actions Locales). Donc ce sont tous des emplois subsidiés. Alors tant qu'il y a des financements, et là le panier malin c'était l'étude de faisabilité plus la création d'un site internet au départ. Tant que la personne était derrière ça va, mais une fois qu'on demande d'être un peu plus autonome, et c'est un peu ce que je reproche quand on a des dossiers subsidiés c'est qu'on ne demande pas que ce soit autonome après 3 ans par exemple. 3 ou 5 ans maximum. Et donc dès que la personne subsidiée n'est plus là, eh bien ça a tendance à tomber un peu à l'eau. Maintenant ça démarre souvent dans le circuit court, sur base d'initiatives volontaires. Mais à un moment donné quand on se rend compte que ce sont toujours les mêmes qui travaillent, pour faciliter l'accessibilité ou pour organiser le marché etc. Et qu'il y en a d'autres à la limite qui viennent faire le fanfaron et qui se croise un peu les bras, ça démotive un peu certaines personnes et c'est là que ça régresse. Donc il faut vraiment trouver des moteurs qui vont grader la ligne et que le projet retrouve un peu une autonomie. Trouver des financements au niveau de l'organisation, au niveau de tout.

L'association pour moi est un très bon moteur de départ. C'est la pérennité qui me fait peur. Il faut savoir déléguer, avoir des roulements dans les personnes motivées pour que ça se pérennise un peu.

Ce n'était pas moi la personne chargée du projet. Moi en réalité je viens du syndicat agricole, et j'y ai travaillé pendant 10 ans avant d'arriver ici et j'y défendais les intérêts de petits producteurs. Et plusieurs mini agriculteurs ont financé des conventions pour que j'aie encadrer les producteurs à se diversifier en produit de bouche. Donc j'ai sillonné toute la région wallonne pendant presque 10 ans pour aider les gens à se mettre en route. A la suite de ça, puisque j'avais un très bon carnet d'adresse, les gens venaient me consulter pour la mise en route de projets plus collectifs. Donc panier malin c'est un peu ça. Groupement d'Action Local, la dame qui s'occupe de ça avait plusieurs idées. Et moi j'allais grâce à une convention qui s'appelait CQPF et qui maintenant s'appelle diversifirme, j'allais étudier un peu la faisabilité avec eux. Et donc c'est dans ce cadre-là que j'ai intégré les paniers malins. Paniers Malins, un bureau d'étude avait été engagé, c'était Frédéric Anciaux qui travaillait chez BioWallonie et puis après il a fondé son propre bureau d'étude Ecolog. Et on a fait des réunions collectives de producteurs, sur la zone Gerpinnes et alentours. Parce qu'il y a les paniers Malins dans le Brabant Wallon qui sont venus s'associer par la suite dans le Panier Malin. Et qu'est-ce qu'on a proposé aux producteurs ? Et bien 5 solutions : Est-ce qu'on faisait des rencontres paysannes, est-ce qu'on mettait en route le e-commerce, est-ce qu'on faisait des paniers/colis qu'on mettait à disposition à certains endroits, etc. Et les producteurs ont choisis 2 solutions, donc là les producteurs étaient concernés, et c'est eux qui ont choisis un peu la solution de commercialisation de leurs produits. Et on a affiné l'étude de faisabilité là-dessus, et ce qu'il en est ressorti, c'est donc la mise à disposition de paniers à certains endroits, et le e-commerce. Donc c'est vraiment la vitrine informatique qui a été subsidiée par des fonds région wallonne au niveau à travers le GAL. Et par la suite, la dame en charge du projet a été engagée à l'APAQ-W au niveau de la région wallonne, mais n'a pas pu poursuivre le suivi au niveau des paniers malins sur la zone Sambre et Meuse. Je connais beaucoup moins pour le Brabant Wallon. Et donc ça s'est un peu essoufflé. Je sais qu'aujourd'hui il y a une petite asbl qui a repris le flambeau, mais ça vivote.

Des autres associations, il y en a pleins. Il y a des coopératives de producteurs ou là c'est vraiment les producteurs qui ont les rennes pour la commercialisation. Il y a des projets de différentes communes comme Idéal Gourmand. Des halles de commercialisation de produits locaux. Comme La Louvière, ou Jurbise, Dour qui l'ont mis en route. Ce sont plusieurs initiatives locales qui font plaisir aux producteurs dans un rayon très limité.

Moi quand je suis arrivé ici en 2012 au niveau de la province, j'avais déjà un produit sous le bras qui était la commercialisation de produits locaux, mais en grande distribution. Je ne dis pas que c'est la meilleure des solutions, qu'on se comprenne bien. Je pense que le producteur doit toujours avoir la maîtrise de sa commercialisation. Mais j'ai pu remarquer de mon

expérience des 10 années d'avant, d'abord que toutes les fermes ne sont pas en bordure de route, ne sont pas facile d'accès. Tous les producteurs n'ont pas le sens du commerce. D'un point de vue marketing et de savoir vendre son produit, ils n'ont pas toujours la maîtrise de ça. Par contre ils savent produire un très bon produit. Et donc parfois il est utile de déléguer son acte de commercialisation. On ne l'a pas fait n'importe comment. D'un côté j'avais la grande distribution qui voulait un peu redorer son image de marque en vendant des produits locaux, et de l'autre côté il y avait des producteurs qui voulaient vendre plus pour pouvoir devenir un peu plus autonome, moins dépendant primes et vivre de leur production. On s'est dit pourquoi ne pas jouer l'intermédiaire, pas l'intermédiaire au niveau de la commercialisation mais pourquoi pas négocier des conditions de commercialisation. Et c'est ce qu'on a fait. On a pris de producteurs et on a listé un peu tous les déboires qu'ils avaient connu pendant toute une période avec la grande distribution. Généralement, qu'est-ce qu'on a connu dans le temps ? On prenait le petit producteur, on le met en rayon, on grandit son chiffre d'affaire et puis on négocie les prix. Au départ il n'y a pas trop de pression et puis 2-3 ans après on met la pression au niveau des prix, au niveau des volumes. Et ça on a dû baliser tout ça. Moi qui avait l'expérience du syndicalisme, au niveau des petits producteurs on a réussi à baliser ça noir sur blanc par une charte qui reprend plusieurs points : les conditions de livraison, les négociations des prix, les invendus, la logistique, les délais de paiements. Donc ce qu'on a pu négocier avec un distributeur qui a fait la démarche au départ, c'est délai de paiement, 30 jours date facture, on réduit fortement, puisque pour ceux qui travaillent avec les épiceries fines c'est un délai de 3 mois, qui est un délai déjà assez important. On ne négocie pas les volumes. Le producteur qui dit aujourd'hui, moi je suis capable de livrer X kg de beurre ou de fromage pour tel magasin. Pourquoi j'ai fait mettre ça ? Parce qu'au niveau du syndicalisme j'ai toujours remarqué qu'il ne faut jamais devenir autonome au niveau d'un monoclient. Or si on prend un distributeur, il a peut-être 50 magasins. Et aujourd'hui on a réussi à négocier avec les hyper que le producteur ne rentre que dans un seul magasin plutôt que l'ensemble de la chaîne. Donc on ne passe plus par la centrale d'achat qui elle négocie les prix, mais directement par le directeur de magasin.

Donc on ne négocie pas les volumes, le producteur dit ce qu'il peut livrer pour la semaine. Le prix on prend toujours le même prix qu'au magasin à la ferme. C'est là où on intervient aussi, on calcule correctement son prix de revient du produit et souvent on fait une marge de 1.6 comme ça on sait toujours laisser 10 à 20-25% qu'on laisse de marge au distributeur puisque bien sûr il a des frais : les frigos fonctionnent, il y a des pertes, il y a des vols, des dégustations, et tout ça est pris en charge par le distributeur. Pas d'indemnité en cas de rupture d'approvisionnement, quand on travaille en circuit courts c'est en général des produits ultra-frais et donc le producteur doit juste dire « tiens la semaine prochaine, je ne sais pas livrer, ma vache est malade ou je n'ai pas assez de produits ». Il va simplement avertir, mais il n'a pas d'indemnité à payer en cas de rupture d'approvisionnement. Conditions logistiques : Tous les producteurs ne sont pas équipés à faire des transports au niveau du frais, n'ont pas nécessairement des camionnettes frigorifiques, ils ont un accès privilégié au magasin. Donc si on décharge un camion coca cola, on ne va pas arrêter de décharger le camion, mais une deuxième personne peut venir au plus vite pour réceptionner les produits. Donc là il y a quand même un contrôle qualité, donc la température, et le nombre de produit etc. Il faut savoir que dans la législation, le petit producteur a une obligation de résultat et non pas de moyen. Ce qui veut dire qu'il n'est pas obligé d'avoir une camionnette réfrigérée, mais qu'il doit pouvoir prouver par quelconque moyen que le produit arrive à la bonne température. Maintenant, il met des glaçons dans un bac frigolique HACCP, il peut faire 30 min de route sans soucis.

Donc par exemple quand on calcule le prix de revient du beurre on tourne en général à 8.59€. Il va avoir un prix conseillé de vente. Donc au magasin, il va dire moi au magasin chez moi je le vends à 11€. Il va essayer de faire le même prix dans tous les magasins qu'il va fournir. Je dis ça pourquoi ? Parce que j'ai toujours dit aux producteurs, « ne cédez pas à la tentation parce qu'on va venir » moi je sais faire la vente de Xkg de beurre, et donc moins cher ». Mais si on fait ça, c'est ouvrir la porte aux négociations et donc il doit conseiller le prix partout et rester sur ses principes.

Donc pour le consommateur ça reste le même prix. Sauf que à la ferme il se fera p-ê une plus grande marge, mais en grande surface, il vendra en plus grande quantité.

Concernant la marge que se prend le magasin, c'est sur base volontaire du producteur. Ce qui est indiqué dans la charte c'est le producteur qui dit « moi je sais vous le vendre à ce prix et le prix conseillé de vente est celui-là ». Et donc là c'est au distributeur à dire j'accepte ou je n'accepte pas. Je ne connais personne qui veut vendre à perte, mais il y en a aussi qui veulent satisfaire un maximum de producteur et donc on va scinder et prendre quelques produits chez chacun. Et donc de l'autre côté, le producteur n'est pas non plus dépendant d'un monoclient.

Donc votre boulot consiste à aller voir les grandes enseignes avec cette charte et jouer l'interlocuteur pour les petits producteurs ?

Cette charte est évolutive, donc pour la faire évoluer, on essaye vraiment tous les 6 mois / 1 an de faire un débriefing, on invite tous les producteurs que les grands magasins ont référencer ; et en présence des responsables des magasins. Donc carrefour Evere se déplace à deux ou à trois ici et on met tout sur la table. « Ah moi j'ai connu un petit problème logistique à tel magasin », « moi au niveau des prix ça ne va pas parce que ça », et on résout tout ce jour-là. C'est mis sur un PV et dans les 15 jours / 1 mois tout est résolu. Pour un problème de facturation, les petits producteurs n'avaient peut-être pas l'habitude de faire des factures en bonne et due forme. Et donc on a dû aller jusqu'à faire une facture type pour dire au producteur. On a été négociateur jusqu'à négocier des conditions spéciales pour les petits producteurs auprès de GS1 pour acquérir les codes-barres et faciliter les scannings en caisse. Au départ on était à 300 et quelques euros de cotisation annuelle plus une cotisation de départ chez GS1 de 400€ et quelques. Donc avant de commencer on avait 700€ de cotisation pour acquérir des codes-barres. Or les petits producteurs ils n'ont pas besoin de milles codes-barres, parce que c'était le minimum. Donc on a négocié des conditions pour les petits producteurs pour 5 ou 10 codes-barres maximum et on est redescendue à 75€ annuellement pour 5 codes-barres + TVA. Et 100€ + TVA et pas de cotisation d'entrée. C'est comme dans tout, représenter un ensemble de producteurs est toujours plus fort que d'aller de façon individuelle.

Qui est le premier à avoir sollicité cette demande auprès de vous ? Le producteur qui travaillaient avec la grande distribution, ou plutôt les grandes enseignes ?

Au départ, beaucoup de gens étaient retissant. En distribution, on a connu tous les déboires. Il a fallu rassurer les producteurs et là la charte était nécessaire. On a rassemblé quelques producteurs. Au début on était pas beaucoup, 15-20, en province de Hainaut. Parce que la province de Liège avait commencé avant nous, mais ça n'a jamais fonctionné parce que justement ils n'avaient pas cette charte ; et les 15-20 ont pris l'envol. Et puis 6 mois après on a dit ça marche bien, on a passé les petites maladies. Et on a refait un envoi pour essayer de toucher plus de producteurs, et là le bouche-à-oreille a fonctionné tout seul. Aujourd'hui, on quand même un peu plus de 130 producteurs référencés et plus de 1300 produits référencés, tous des produits en circuits courts.

Comment définissez-vous un produit local ?

Il a fallu définir ce que c'était parce qu'en France par exemple, ils ont une définition. Nous on ne l'a pas. En Wallonie il n'y a rien vraiment comme définition officielle. Donc on s'est basé quand même sur la France ; ou pour GS1 il a fallu différencier le producteur local, et on a défini que le siège de production devait être à maximum 50km de son lieu de commercialisation. Et maximum un intermédiaire, mais pas un intermédiaire de grossiste, mais de logistique. Donc ce n'est pas quelqu'un qui va acheter le produit pour aller le vendre ailleurs. C'est p-ê quelqu'un qui va rassembler les produits et offrir un service logistique. Par exemple maintenant, la criée de Wépion est un prestataire de service, donc les commandes arrivent

directement chez les producteurs. La criée de Wépion rassemble un magasin et relivre dans un magasin. Je pense qu'ils travaillent avec 7% pour la logistique.

La Belgique est un petit pays c'est vrai, mais on a quand même pris l'échelle provinciale. Ça ne nous intéressait pas non plus d'aller de l'autre côté de la Wallonie. Maintenant, c'est la définition qui émane aussi du côté français donc on ne va pas refaire le monde, on ne va pas réinventer l'eau chaude, on a pris des choses qui existaient déjà.

La grande distribution qui investit dans le local, est-ce plutôt du marketing ou une prise de conscience de leur part ?

On est pleinement dedans, a dépassé l'effet de mode en réalité. Aujourd'hui, de plus en plus de consommateurs réfléchissent à leurs achats. Les distributeurs ont tout intérêt à réfléchir de mieux en mieux à ça. On a eu de la chance à la limite au départ de ce projet-là c'est que il a accepté de se mettre au niveau des petits producteurs, et il ne l'a pas fait de façon anodine, il fallait une situation win-win. Et c'est vraiment ce qu'on a pu instaurer vis-à-vis de la charte et des contrats simplifiés. Aujourd'hui moi j'ai des anecdotes. Des producteurs d'escavage de Chimay qui est la botte du Hainaut. L'aspect frontière bloque un peu pour le côté commercialisation. Il y en qui n'arrivaient pas à commercialiser et qui étaient presque à la faillite. Aujourd'hui ils ont pu engager un temps plein pour faire la livraison. Vous voyez cette relation win-win ? On a ouvert certains marchés sur notre territoire, on a facilité l'accessibilité des produits dans certains réseau de commercialisation. Pour le producteur c'est un win-win parce qu'il a pu sauver son entreprise et peut-être engager du personnel pour lui faciliter la tâche. Et d'un autre côté on a la grande distribution qui redort un peu son image de marque, sans entraver ni les avantages de l'un, ni de l'autre. Donc c'est un peu la situation qui satisfait les deux parties.

Au départ ce qui pouvait bloquer c'est que les grandes enseignes ont des cahiers de charge différents aussi. Moi je me mets à la place du petit producteur qui est dans son atelier et qui ne sort pas beaucoup parce qu'il est attelé à la production. S'il a 5 cahiers de charge différents pour lui c'est quand même compliqué. Il ne comprend pas toujours les termes juridiques, et il faut pouvoir parcourir le contrat Carrefour qui précédemment faisait 32 pages avec les annexes. Aujourd'hui il n'en fait plus que 6 pour les petits producteurs. Et croyez-moi, on peut le lire, il n'y a rien qui met à mal le petit producteur. Il peut se sortir de là quand il veut.

Les petits producteurs pour moi ils se diversifient de plus en plus parce que d'abord on a connu toutes les crises, on veut plus être dépendant parce que dans certaines productions comme le lait, on livre et puis seulement on sait combien on va être payé. Alors que dans le circuit court, tu sais que tu vas transformer et puis que tu vas vendre à tel prix et tu sais ce que tu vas gagner si tu as vendu tout tes produits. Donc c'est devenir plus autonome par rapport à certaines coopératives de transformation, mais aussi moins dépendant des primes. Parce que quand tu as un revenu fixe, tu n'attends pas après les primes pour pouvoir vivre. Et donc c'est vraiment ça qui a donné l'impulsion au développement des circuits courts.

Ça fonctionne dans toutes les provinces. En réalité, la charte a été reprise par les autres provinces. Les services provinciaux de chaque province ont suivi sur cette base-là. Et pour le contrat qui est passé entre le distributeur et le petit producteur aussi. On n'est jamais mieux protégé que par soi-même, mais on est donc un peu l'œil garant des bonnes conditions de commercialisation vis-à-vis des conditions négociées. On est quand même un service public et donc on a plus de poids quand on indique qu'il y a quelque chose qui va pas.

Que pouvez-vous me dire à propos des grandes enseignes avec lesquelles vous travaillez, et quelles sont les distinctions entre elles ?

Chez nous, le premier qui a fait la démarche c'est Carrefour, ils sont en négociation avec nous depuis 2012. Et un peu même avant parce qu'il y avait des prémisses avant les négociations. Le deuxième qui avait fait la démarche c'est Delhaize avec Mélanie de Rijck, et là on voit qu'ils ont insufflé un truc, et puis il y a eu un petit creux, mais on voit qu'ils sont en train de reprendre un projet pilote sur notre province. Et le troisième c'est Cora. Maintenant en province de

Hainaut, une petite particularité complémentaire c'est qu'on n'a pas de plection vraiment logistique. Donc pour pouvoir rassembler l'ensemble des produits pour pouvoir relivrer en magasin. Donc ça coute plus cher aux magasins qui travaillent avec des produits locaux en province de Hainaut que pour les autres provinces. Pourquoi ? Parce qu'il faut plus de personnel pour réceptionner les produits, le control qualité et la mise en rayon. Et puis on a créé notre « Hainaut Terre de Gout » , qui est une marque collective, et les magasins étaient jusqu'à estamper chaque produit avec le macaron pour pouvoir prouver l'origine géographique.

Dans les autres provinces en effet, il y a un centre logistique. Dans la province de Liège, ça s'appelle Promo-Geste. Une majorité des produits locaux repassent par ce centre-là, mais pas toujours puisque ça a aussi un cout plus-ou-moins de 10% Donc il y a des producteurs qui préfèrent toujours livrer en direct. Je vais prendre le cas de l'Escavet c'est le fin fond de la botte du Hainaut. Elle a peut-être 6 magasins à livrer donc c'est plus facile de passer par le centre logistique. Mais je vais prendre l'exemple d'un petit producteur qui est situé à Mignault ou au Roeulx et qui veut livrer à Haine-Saint-Pierre, si elle n'a pris qu'un magasin, elle va pas aller mettre 10% de son produit en plus donc elle va préférer livrer en direct. Surtout qu'en agriculture, bien souvent c'est l'entraide familiale, donc c'est le beau-père qui a le temps le mercredi après-midi, qui prend la camionnette et qui va livrer, donc ça ne coute rien. Ça dépend un peu des quantités, du nombre de magasin qu'on a choisi de livrer et des distances à parcourir.

Comment fonctionne la grande distribution quant à son choix de produits ?

... La grande distribution se retrouve devant un problème, c'est qu'il n'y aura plus de produits pendant un certain temps. Par contre si on prend 3 gouts de yaourts chez l'un et 5 chez l'autre et 3 fromages chez l'autre, on a plusieurs producteurs laitiers. Donc s'il y en a un qui ne sait pas fournir on sait toujours se rabattre sur l'autre pour que le rayon soit rempli.

Est-ce qu'il y a une base de produits fixés par l'enseigne pour apprivoiser son rayon ?

Delhaize on a travaillé comme ça, Carrefour on n'a pas travaillé comme ça. Et généralement j'essaye de travailler de la façon dont j'ai travaillé avec Carrefour. Nous avons aujourd'hui une base de données de 900 producteurs, et on envoie systématiquement, comme je viens de le faire avec le Cora d'Anderlecht, parce que Cora travaille différemment, c'est chaque magasin qui est responsable de ses rayons. Et donc là au niveau de Cora ils m'ont invité en disant « Tiens on aimerait bien mettre un rayon de produits locaux, sauf que nous à Bruxelles on ne vend pas beaucoup de bière », donc on a retiré de notre listing les bières. On a envoyé un courrier tout azimute en disant « ben tiens, la province du Hainaut a reçu l'opportunité de commercialiser des produits locaux à travers les produits locaux. Vous êtes bien sur les premiers interlocuteurs à qui on s'adresse. Souhaitez-vous commercialiser vos produits en grande distribution ? Quel type de produits ? Assurez-vous vous-même la logistique ? Combien de fois par semaine ? Votre numéro de TVA ? Et avez-vous déjà un numéro de code barre ?

Ceci est notre propre fichier. On fait des foires et salon où on invite des producteurs ; on a un portail qui s'appelle 'Hainaut Terre de Gout' ou sur base volontaire, les gens se mettent et puis dès qu'on fait un événement comme des séances d'information, tout ça, on améliore notre base de données.

Nous on reçoit toutes les candidatures, on fait un fichier Excel avec les coordonnées, type de produit et tout ça et puis on va voir directement voir le responsable de magasin en disant « tien toutes ces personnes-là ont marqué une marque d'intérêt. Soit on organise une séance collective ou chaque producteur vient et discute avec l'acheteur selon bien sur les conditions de la charte et des contrats. Ou bien alors le distributeur coche les produits qui l'intéresse et contacte directement le producteur, et on demande bien évidemment qu'ils avertissent les autres que ça ne les intéresse pas.

Pour la région Bruxelloise, il y a des exceptions sur les 50km. Quand tu prends le secteur primaire en région Bruxelloise, il y a à peine 2 producteurs. D'ailleurs, il n'y a même pas de service primaire au niveau de l'AFSCA à Bruxelles. Par contre on donne une dérogation pour dépasser les 50km pour certains types de produits. Je vais prendre en région wallonne, il y a 9 producteurs d'escargot. Donc si tu fais la règle des 50km c'est toujours les mêmes qui vont vendre. Et donc on essaye de dépasser les 50km grâce à une dérogation.

Frank Mestdagh qui est à l'origine du magasin D'ici est de la famille Carrefour ? Est-ce un hasard, ou est-il l'initiateur de ce mouvement ?

Frank Mestdagh je l'ai connu justement au niveau de sa transition. Lui avait une entreprise qui s'appelle LES du côté de marche et puis il a eu l'opportunité un jour de revendre. Et le jour où je l'ai vu il a dit « tiens j'ai quelques sous à investir et ça m'intéresserait de faire les produits locaux. Qu'est-ce qu'on pourrait faire ensemble. Je travaillais à Diversifirme à ce moment-là et donc on a invité différents producteurs pour voir s'ils voulaient commencer à travailler avec Frank Mestdagh. Au départ on sait bien que les relations entre les petits producteurs c'est on se tape dans la main, il n'y a pas de contrat. Et lui il voulait quand même investir des fonds et on était partis sur une solution win-win aussi, ou on aurait créé un magasin avec un approvisionnement dans un rayon de 50km, dont 50% des produits dans un rayon de 50km. Et une deuxième partie logistique sous forme d'une coopérative d'agriculteurs. La deuxième partie a été écartée à un certain moment et puis Frank a continué son projet sur base de confiance avec les producteurs, de contacts, il est allé les visiter, et puis ça a démarré. Il faudra vérifier l'information, mais j'ai vu sur internet que le deuxième magasin qui avait ouvert à Hannut a fermé.

Concernant Lidl, j'ai pu lire récemment qu'ils ouvraient de nouveaux « Lidl of the future », avec notamment un rayon local. Quel est votre avis, en savez-vous plus ?

Lidl je suis beaucoup moins au courant. Je sais que l'année dernière ils ont été récompensés par le red taler du salon de l'agriculture de Paris, donc je pense qu'ils avaient une certaine optique de commercialiser les produits locaux. Je n'ai jamais travaillé avec eux, mais j'ai toujours un a priori. C'est un des distributeurs qui aime bien travailler avec le tout petit, qui augmente les volumes et puis qui négocie les prix. Si un jour ils nous appellent et acceptent de signer cette fameuse charte et de respecter les conditions qui ont été négociées, pourquoi pas, mais pour le moment ils travaillent en freelance.

Sans donner de chiffres exacts, puisque vous ne le pouvez pas ; avez-vous des retours concernant l'évolution des ventes ?

Il ne faut pas croire non plus que ça représente 10% de leur chiffre d'affaire, comprenons-nous bien. Le chiffre d'affaire global il augmente chaque année. Parce que lors du débriefing que l'on fait chaque année pour toute la Wallonie, (et on inclut maintenant le côté néerlandophone puisque notamment des enseignes comme Carrefour travaillent en Flandre également) Chaque année on a vu une évolution. Je ne dis pas que ça a doublé chaque année, mais on a certains pics. L'histoire des fêtes de fin d'année où on veut offrir un produit original de la partie des produits locaux. Au niveau du tourisme aussi, on accueille des personnes et on veut épater, eh bien on achète des produits locaux. Et puis il y a tous les gens qui sont conscientisés. Donc plutôt le client fidèle qui dit « moi je réfléchis mes achats et j'inclus x% de produits locaux dans mes achats ». Mais en réalité il n'y a jamais de promotion ou de folders typique produits locaux. Il n'y a jamais de promotion sur les produits locaux, donc c'est vraiment une clientèle qui a une éthique au niveau de ses achats.

Je pense qu'il ne faut pas prendre du côté des consommateurs. Aujourd'hui moi j'ai une autre approche. Quand j'appelle les producteurs pour venir avec nous sur un marché ou une nouvelle foire qui démarre. On a une autre problématique c'est que les producteurs sont

tellement sollicités qu'ils n'arrivent plus à suivre. Donc limite il faudrait des nouveaux producteurs pour pouvoir continuer à évoluer.

La Wallonie pourrait être vivre de manière auto-suffisante, point de vue du nombre d'agriculteurs, et point de vue surface agricole exploitable ?

Jamais. Point de vue espace, il faut savoir aujourd'hui ; et ça je le sais de mon expérience précédente, on subissait une perte au niveau des SAU (Superficie Agricole Utilisable). Des terres agricoles qui passent en terres urbaines, les petites fermes qui n'ont pas de successeur et on met en vente la petite ferme avec 4-5 ha autour et là ce sont des propriétaires de chevaux qui achètent. Les nouveaux zonings qui arrivent où on exproprie par exemple. Donc à un moment donné, on perd chaque fois de la superficie. Si maintenant on veut aller dans une qualité extraordinaire, biologique etc, les rendements sont moindres aussi que l'agriculture traditionnelle. Donc à un moment donné c'est le chat qui se mord la queue. On peut arriver à un certain degré d'autonomie, mais en totalité je suis un peu pessimiste.

Point de vue producteur, on a le problème du vieillissement. Il faut regarder la moyenne d'âge des agriculteurs et on est à 55-60 ans. On a le problème de la rentabilité, beaucoup de gens à la limite n'ont plus assez de terre pour pouvoir faire vivre une unité familiale complète donc il y a des gens qui quittent la ferme. On est obligé de faire de l'autonomie, on a moins de primes. Le deuxième pilier un peu s'effondre, le raidissement de la PAC, donc tout ça ce sont des facteurs qui influencent la reprise des exploitations. Donc moi je parle en milieu agricole. L'accès au foncier aussi ; le foncier est de plus en plus cher. Donc avoir des nouveaux agriculteurs, on a beaucoup de néo-ruraux qui arrivent et qui veulent s'installer dans le maraichage, et même trouver un hectare pour pouvoir lancer une activité de maraichage c'est difficile. Les prix ils augmentent, ils augmentent, et souvent ce sont déjà des gros fermiers qui rachètent. Donc l'accessibilité au foncier est parfois difficile, donc il faut travailler ça.

Et dans les années à venir, pensez-vous qu'il puisse y avoir un quelconque changement ?

Les enfants ne sont pas prêts à reprendre les fermes parce que premièrement ils ont connu ça toute leur jeunesse et ils n'ont p-ê pas envie d'aller dans le même créneau. Deuxièmement, il y a parfois des grandes familles, ou le fait de répartir la ferme en plusieurs unités pour chacun des membres de la famille ne permet plus d'avoir d'exploitation rentable. Bien que parfois ils s'arrangent il y a parfois des litiges quant à la valeur de l'exploitation. L'accessibilité aux aides. Maintenant il faut une formation minimum, une expérience minimum pour pouvoir aller chercher des aides en tant que jeune agriculteur.

Et observer ça ne suffit pas. C'est une prise de conscience dans les prochaines années, soit de l'Europe, soit des politiques régionales. Je vais prendre le cas de la France, ils ont réfléchi à ça et ils ont mis une banque foncière en route. Donc ça veut dire que les personnes qui vont céder leur exploitation, s'ils n'ont pas de successeur, il y a un certain pourcentage des valeurs au niveau de la terre qui repartent dans une banque pour mettre à disposition des jeunes agriculteurs. Et il y a tout un service d'accompagnement pour pouvoir s'installer. Donc c'est peut-être mieux encadré au point de vue des reprises et au niveau de la répartition du foncier. Il faut en Belgique une certaine réflexion là-dessus.

Quels sont, selon vous, les freins au développement des circuits courts ?

Les freins c'est aussi les formations. Quand on veut être producteurs dans le circuit court, c'est plusieurs métiers en même temps. C'est plusieurs compétences à acquérir, il faut savoir les normes sanitaires, les normes fiscales, comment fabriquer son produit, comment le commercialiser. Peut-être l'informatisation tout ce qui est e-marketing, parce que ça évolue dans ce sens-là aussi. C'est plusieurs métiers en même temps, et ça prend un certain temps à acquérir.

Du point de vue de la législation, y-a-t'il en Belgique ou au niveau européen des lois qui impactent le système d'alimentation locale ?

Il y a des pistes de réflexion. Je sais bien qu'il y a eu un groupe de travail il y a peu de temps sur l'accessibilité aux fonciers, il y a des associations qui se regroupent comme 'terres en vue'. Aujourd'hui il y a des personnes qui pensent que l'avenir de l'agriculture c'est aussi le coopératif. Donc il y a des coopératives citoyennes qui se mettent en route, ou des citoyens peuvent prendre des parts dans cette coopérative, non pas pour aller chercher des dividendes par la suite, mais pour mettre en route des projets plus locaux. Je vais prendre Terre en Vue, je pense qu'une part c'est 100€, on cumule dans un pot, et donc quand il y a un projet local et que le producteur fait appel à cette coopérative, il a peut-être moyen de lui financer un hectare de terre. En échange, un les coopérateurs vont devenir clients de son truc, lui a mis en route son projet, ce qui facilite un peu la tâche.

On est en piste de réflexion, maintenant il y a certaines choses qui bougent un peu... Le crowdfunding aussi, peut-être aussi l'avenir. Il y a des gens pour leur fromagerie par exemple qui font appel au crowdfunding. Miimosa ou on a Basècles, la ferme Amorison avait lancé ça simplement sur Facebook, les gens ont répondu et ils ont pu faire une fromagerie comme ça.

Sur le long terme, pensez-vous que des centaines de petits projets comme celui-là peuvent faire vivre et faire tourner l'économie Wallonne ?

Ça dépendra de la bonne volonté des coopérateurs, mais je pense que si le citoyen est prêt à se mobiliser pour des projets comme ça, ça veut dire qu'il prend conscience que consommer des produits locaux c'est p-ê bénéfique à une économie locale.

Une économie locale en circuits courts c'est en quelque sorte faire marche arrière par rapport au système de la grande distribution, qu'en pensez-vous ?

Vu toutes les initiatives qu'il y a : Les GASAP, groupement d'achat, La Ruche qui dit oui, ... Maintenant on arrive à rassembler 15-20 producteurs au même endroit sur des commandes qui sont faites préalablement donc c'est une sécurité aussi au niveau des producteurs et donc moins de gaspillage puisque tout ce qui est commandé va être acheté quand il va se déplacer, ça on le sait. Pour moi c'est tous des plus pour pouvoir commercialiser à moindre coût, essayer de diminuer les frais au niveau logistique et au niveau de tout, donc je pense que ça a un certain avenir.

Selon vous et principalement selon les chiffres des ventes, l'alimentation locale est une sorte de mode et reste un marché de niche, ou elle tente à se développer et a un avenir comme marché principal en Belgique ? Assistons-nous à une réelle transition ?

Il y a encore un très grand travail à faire. On sait très bien que les mamans qui vont avoir un enfant on va essayer de leur donner une alimentation saine ou meilleure en tout cas, et on essaye toujours de passer par l'agriculture biologique ou du local pour l'aspect CO2, l'aspect environnemental. Ensuite, les adolescents parfois perdent un peu à ça de vue, mais on remarque qu'après une certaine tranche d'âge 35-40 on en revient. Donc je pense vraiment qu'il y a un creux entre ces personnes-là mais que l'écart est grandissant. Donc il y a vraiment une prise de conscience et une évolution tout à fait confortable pour les circuits courts, en tout cas dans nos régions.

Je pense qu'il n'y a pas de limite. Le Carrefour des Grands Prés par exemple qui était dans son nouveau projet Cap2020 a tenté d'avoir un approvisionnement maraîcher à 100% dans son rayon, mais ça c'est totalement impossible aujourd'hui. Attention que le client, je pense qu'il y a encore plusieurs profils différents. Ce n'est pas le plus gros des pourcentages qui réfléchissent leurs achats. Beaucoup de gens veulent encore des tomates toute l'année. On n'est pas encore prêt à basculer à 100% vers le circuit court. Il est en évolution, mais prévoir à quel moment on va pouvoir faire le basculement, ça personne ne peut le prédire. La

sensibilisation qu'on va mettre en place pour la consommation est la prise de conscience. Quand on parle de la fonte des glaces, CO2, transports, les intrants que l'on met sur certains champs. Voilà, plus il y a de crise, plus ça fait prendre conscience au client. A la limite c'est peut-être dommage d'en parler comme ça, mais c'est ce qui pourrait accélérer en tout cas la prise de conscience.

On pourrait structurer au mieux les circuits courts en évitant les doublons et certaines mises en concurrence via des projets subsidiés. C'est un peu ce que je déplorais à ma fonction précédente, c'est que par facilité politique, on subsidiait 2-3 projets similaires et que par conséquent on ne pouvait pas avoir un résultat optimal, puisque les projets subsidiés n'atteignaient jamais un seuil d'autonomie ou de rentabilité. Donc je pense que structurer les différents projets en ayant la connaissance de ce qu'on subsidie déjà maintenant c'est la première chose.

4.6 Vincent DUCHATEAU, Delhaize, Store manager de 11 AD Delhaize franchisés

[Interview mené le vendredi 26 mai, à l'AD Delhaize de Bonsecours (Peruwelz)]

Quelle est votre histoire ? D'où vient votre intérêt pour l'alimentation de proximité ? Aviez-vous déjà travaillé dans le secteur alimentaire avant ? Comment avez-vous rejoint cette communauté de LRQDO ? Etiez-vous déjà impliquée dans ce type de circuits courts avant ?

Pour ma part j'ai travaillé effectivement dans la grande distribution, j'ai commencé chez Delhaize, et je me suis lancé en 1999 en tant qu'indépendant et j'ai repris ce magasin en 2003. Et petit à petit, en gestion propre ou pour compte de tiers, on gère aujourd'hui 11 magasins. Delhaize.

Depuis quel moment, avez-t-il décidé de développer un rayon « local » dans vos AD ?

Tout de suite on a pris. Ce qu'il faut savoir c'est que l'enseigne Delhaize en elle-même, on remarque une accentuation depuis quelques années, et on va dire 2-3 ans, il y a une latitude qui est donnée pour introduire des produits qui sont vraiment locaux. Maintenant faut-il encore s'entendre sur ce qu'est un produit local et circuit court, parce que je vais prendre un exemple, la viande qui est livrée chez Delhaize, 95% de la viande vient de Belgique. Après ça on a le gibier qui vient de Belgique, majoritairement les fruits et légumes qui sont de Belgique. Et donc c'est déjà une attention d'avoir une production locale. Maintenant nous on a de plus en plus de latitude, et moi il y a deux ans j'ai été trouvé les gens chez Delhaize en leur demandant « donnez-moi un programme ou une carte blanche pour pouvoir introduire un maximum de produits locaux dans l'assortiment. » On en avait déjà ici depuis bien 10 ans. Quand je dis locaux, c'est Peruwelz et les alentours. Et l'objectif était de mettre l'accent sur supra-local et de mettre ça en avant dans le magasin aussi.

Quel est la politique de Delhaize point de vue rayon local ? L'initiative avait été lancée il y a quelques années, mais n'a pas donné suite. Et quelle est votre marge de manœuvre par rapport aux directives de Delhaize ?

Ce qu'il faut se dire, c'est que ce projet de l'introduction des articles locaux dans les magasins a été suivi par différentes personnes au niveau de la centrale, et c'est à croire que chaque personne qui part, s'en va avec son dossier et tout est à recommencer depuis le début. Ça date depuis bien longtemps chez Delhaize, quand vous avez un producteur à côté de la porte qui livre le supermarché et qu'au bout de quelque temps il est au normes point de vue sanitaire, ce qu'ils ont très peur c'est qu'à un moment il arrive un problème avec un producteur local et que ça rejaïsse en disant chez Delhaize des produits qui ne sont pas aux normes, et c'est ça leur grande crainte, c'est ça qu'ils voulaient cadencier la chose. Maintenant ceci, les franchises doivent acheter le maximum de produits au niveau de Delhaize, mais on a la latitude de pouvoir aller acheter des produits dans d'autres circuits, et le circuit local est vraiment et est quelque chose qui peut apporter beaucoup. Mais comme je le dis, à partir du moment où on a un fournisseur qui fonctionne bien et qui peut livrer plusieurs magasins, qui fait la demande lui-même en disant « voilà je voudrais livrer plusieurs magasins ». On dit il est présent à BonSecours, il est présent à Braine-le-Comte, il est présent au Roeulx et ça fonctionne très bien, Delhaize va le référencer à l'intérieur de son assortiment et ça reste toujours un producteur local, mais qui sera livré par l'intermédiaire de Delhaize.

Le producteur qui sera ensuite livré à Namur ne sera pas aussi local ?

C'est exactement ça, c'est-à-dire qu'il faut voir quel produit on va mettre en avant. Si c'est pour mettre des produits de la ferme du coin, le lait du voisin ou des légumes du jardin derrière. On avait un moment des livraisons de beurres et fromage de la ferme juste ici derrière, ça c'est vraiment produit local local. Par exemple une brasserie on a des produits qui sont des brasseries d'Erquelinnes, des brasseries du Roeulx ou un peu plus loin. Donc ces produits locaux, vraiment locaux.

Est-ce uniquement les AD qui peuvent avoir leurs propres producteurs ?

C'est tout nouveau, maintenant les supermarchés ont le droit d'aller se renseigner. Ils ont vu certainement le succès que ça pouvait avoir en termes d'image.

Selon vous, le fait que la Grande distribution investisse dans les produits locaux, est-ce du marketing ou une vraie prise de conscience ?

Moi je pense qu'il y a vraiment une envie de changer et de coller à une réalité, parce que je pense que c'est une réalité qui sera de plus en plus présente dans l'avenir. Et donc on va coller à cette réalité, mais il faut pas se leurrer, on a 16 000 articles dans l'assortiment ; un producteur local, ou 10 voire 20 producteurs locaux qui vont livrer dans le magasin, ça ne fera toujours que 200-300 produits locaux. Il y en a qui n'en ont qu'un, il y en a qui en ont plusieurs, voire 10, mais 10 produits c'est déjà beaucoup. Alors ça ne représentera toujours qu'une part infime du chiffre d'affaire. Donc ce n'est pas de se dire c'est juste une question d'image ; c'est juste une constatation pure que je fais en disant ben voilà, le chiffre d'affaire que cela représente n'est pas conséquent dans l'assortiment. Ceci étant, j'ai dit en introduction que 95% des fruits et légumes et de la viande qui était belges, et ben voilà, on a déjà un autre pan. Jusqu'où s'arrête produit locaux.

Pouvez-vous comparer l'approvisionnement de vos produits avec celui d'autres grandes enseignes ?

Je ne me suis jamais beaucoup intéressée aux autres enseignes, mais j'imagine que la consommation belge est principalement axée sur la viande au niveau de la Belgique. Pour ce qu'il est des fruits et légumes, on va facilement aller chercher les tomates en Espagne ou les kiwis ailleurs.

Delhaize travaille avec des produits locaux, mais est-ce aussi en circuits courts ?

Majoritairement tout se fait au niveau de la centrale Delhaize. Donc par des criées électroniques, ils achètent les légumes, ils les transforment chez nous et puis c'est distribué chez nous. Il y même des producteurs qui conditionnent chez eux maintenant. Donc en fruits et légumes, on a un assortiment qui vient de Delhaize, et puis on a un assortiment ; je vais prendre l'exemple des fraises de Lédin et donc là on va directement les chercher auprès du producteur, c'est notre responsabilité.

Comment se passe l'organisation avec les producteurs ? Rencontre, fixation des prix, contrat, etc ?

La majorité des producteurs, c'est nous qui sommes allés les chercher. Après il y en a quelques-uns qui viennent à nous. Mais on se rend compte que si on devait attendre qu'ils viennent à nous, on va se retrouver avec beaucoup de bières et d'alcool. Ce sont des producteurs qui eux cherchent à se développer et à aller dans la grande distribution. Alors ce qui est du frais, on a le sentiment que la grande distribution est vue comme le diable. Qu'ils ne vont pas savoir le faire ou que les normes sont trop compliquées. Ou bien alors ils n'ont tout simplement pas envie d'être présent dans la grande distribution, parce que de leur côté, l'image de marque est importante aussi. Donc ils se disent que s'ils sont présents dans la grande distribution, ils ne seront plus considérés comme producteur local, et donc ils ne veulent pas y aller. Donc parfois il faut convaincre. On a eu une productrice, on va prendre cet exemple-là. On est allés la voir il y a 10 ans et elle nous a dit « ah mais je ne sais pas si je vais pouvoir livrer votre magasin, peut-être quelques fraises par jour, j'en garde pour mes clients etc. » Aujourd'hui elle travaille pour quatre de nos magasins et elle nous livre ce qu'on veut. C'est parfois des réticences purement formelles et les gens avancent parfois à reculons. Et puis ils se rendent compte que ça se passe bien.

Et au niveau des prix, moi je ne négocie rien. Ils fixent leur prix et j'achète à leur prix. En fait, il y a deux ans d'ici je me suis dit qu'on allait vraiment développer ce côté produits locaux. Et donc on a contacté différents fournisseurs, dans toute la province de Hainaut pour pouvoir distribuer les différents magasins. Et puis quand on a vu 30-40 producteurs et qu'on a constaté qu'il y en a 15 ou 20 qui avaient déjà un contrat avec la province de Hainaut, on s'est dit au plus court on va aller trouver la province de Hainaut. Et donc il y a eu une réunion avec je pense 60 producteurs dans les locaux de la province, pour leur dire, on est intéressé, ceux qui ceux intéressé de travailler avec nous, qu'ils se manifestent. Il y avait donc la charte qui avait été conclue., parce que c'est plus une crainte des producteurs locaux, d'être mangé par la grande distribution, alors que je ne suis pas non plus une multinationale, et donc ils avaient déjà conclu un contrat avec Carrefour, et on s'est collé sur cette charte. Comme ça ils avaient leur garantie que je ne cherchais pas à les engloutir, à leur presser leur marge.

Puisqu'il n'est pas question de volume, vous n'avez donc aucune garantie quant aux quantités livrées ?

Ce qu'on a nous, et on se le dit aussi que le producteur local, une fois que sa production est terminée, il ne va pas l'inventer non plus. Si on met la pression derrière pour avoir 3 caisses, il va aller les chercher ou les 3 caisses s'il ne les a pas... Donc à partir du moment où il n'a plus la quantité pour nous livrer. Après il y a des producteurs qui nous livre deux caisses une semaine, épisodiquement et puis qui ne livrent plus, au bout d'un moment on doit prendre une décision, est-ce qu'on garde une place pour le référencer ou pas. Mais en règle générale, on sait très bien que les fraises de Lédin, une fois que la saison est finie il n'y en a plus, les salsifis aussi. Maintenant, le producteur de bière, s'il ne sait pas nous livrer tout le temps quand on le demande, au bout d'un moment on va se poser la question.

Elle : Non, dans les secs ou épicerie ça n'arrive pas. A part les fraises de Lédin ou parfois je lui en demande 20 et qu'elle me dit, « non je n'en ai que 15 » parce que le temps ou quoi ça joue. Mais tout ce qui est bière, fromage, généralement on a les quantités demandées.

Avez-vous des retours des producteurs avec lesquels vous travaillez, concernant cette collaboration ?

On a assez peu de retour des producteurs, j'ai un contact régulier avec par exemple les glaces boursy parce que c'est lui qui livre dans les magasins et donc de temps en temps je le rencontre et il était déjà présent. On avait fait un moment des foires du terroir avec en même temps foire aux vins dans un magasin, il était présent, il faisait déguster ses produits, j'ai bien aimé ses produits et on a lié contact. Voilà, je le vois, je le croise de temps en temps dans le magasin et on discute, mais des retours des producteurs ça non.

En général, ce sont plutôt les producteurs qui livrent ou vous qui allez chercher ?

Il y a les deux. La plupart livre. Et on va chercher par exemple les fraises de Lédin. Il va falloir penser à aller chercher Jackie Quand parce qu'il ne livre plus dans les magasins.

Les prix en magasin sont-ils les mêmes que les prix à la ferme ? Et par rapport au prix des produits Delhaize ?

C'est les mêmes prix qu'au magasin à la ferme oui.

Et oui, il y a une grosse différence de prix par rapport aux produits Delhaize. Ici au jour d'aujourd'hui, on vend les fraises de Lédin à 3,50€ et une fraise Delhaize 2€.

C'est vrai que quand on a les fraises de Lédin qui arrivent ici, ça a un succès fou parce que ça exhale une bonne odeur que les fraises, qui viennent même de Belgique, ça n'a pas le même goût. Les premières elles étaient à 4€ et on les vendait aussi. Il y a 10 jours quand on les commandait, elles étaient à 4€, les gens ils réfléchissent pas, ils prennent.

Point de vue logistique, est-ce beaucoup plus compliqué ?

C'est plus compliqué, ça demande une organisation et du travail supplémentaire. Et c'est pour ça que si jamais plusieurs magasins sont livrés par un producteur et que ça fonctionne très bien, et que Delhaize l'intègre dans la facturation, ça c'est déjà tout ce problème de facturation qu'on est plus obligé de faire. Et ils peuvent livrer en direct, ça ce n'est pas un problème, ça ne doit pas repasser par Bruxelles et puis Bruxelles nous livrer. C'est pour tout ce qui est facturation, ça nous enlève pas mal de problème.

Parce que chaque petit producteur est une facture différente, il y en a qui donnent la facture quand ils livrent, il y en a qui font ça à la fin du mois, il y en a qu'il faut payer à 10 jours, il y en a c'est comptant d'autres c'est à 30 jours. Alors que quand c'est facturation Delhaize, c'est tout le monde les mêmes conditions. Peut-être que Delhaize jongle avec ça, mais nous on paye Delhaize suivant les mêmes conditions que pour l'ensemble du package. Mais on a quand même pas mal de producteurs qui sont facturés en direct, et ça demande pas mal de travail.

Avez-vous pu reconnaître un type de clientèle ?

Ça dépend des produits, mais en règle générale, le client lambda il achète aussi ce type de produit. Je vais prendre l'exemple de la bière de Bonsecours, le client traditionnel il achète aussi la bière de Bonsecours, et il n'y a pas de catégorie socio-professionnelle je vais dire. Les fraises de Lédin, quand on entre dans le magasin et qu'on voit les gens qui achètent les fraises de Lédin, il n'y a pas une clientèle différente.

Point de vue vente, avez-vous une augmentation du chiffre pour les produits locaux ?

On remarque qu'effectivement les gens sont de plus en plus sensibles à cet aspect-là, qu'ils achètent de plus en plus. Mais vraiment le mesurer en disant on a augmenté les ventes d'autant, d'autant, nous on a introduit beaucoup plus de producteurs, c'est difficile à dire.

Je reviens toujours avec l'exemple des fraises de Lédin, quand elles arrivent les gens en achètent, on se retrouve avec 0. Il y a 5 ans, il y a 10 ans ou maintenant on se retrouve toujours avec 0. La bière de Bonsecours, c'est toujours les mêmes exemples, c'est toujours bien vendu. Le beurre l'enfant il s'est toujours bien vendu. On ne peut pas dire qu'il y ait une évolution, on ne remarque pas qu'on double les ventes parce que ce serait une mode aujourd'hui.

On a toujours eu une clientèle pour ces produits, et qui n'a pas spécialement augmenté.

Mais on remarque qu'où les gens sont beaucoup plus attentifs, ce sont les produits belges, les produits bio. Donc il y a vraiment un changement dans la consommation de manière générale, dans l'alimentation. Mais les supra-locaux, il y avait déjà une clientèle qui existait. Des gens qui savaient qu'ils ne devaient p-ê plus aller à la ferme derrière, qu'ils trouvaient les produits ici.

Avez-vous une définition pour « local », ou un kilométrage ?

Produit local c'est vraiment la brasserie ici de Bonsecours, c'est la ferme derrière, ce sont les fraises de Lédin qui sont quand même à 25-30 km. Pour moi c'est local. Maintenant, si on arrive avec des brasseries du Roeulx ou d'Estisnes, c'est plus du circuit court.

Donc local ce n'est pas en termes de kilométrage. Je remarque que la définition que l'on peut en avoir, est mouvante d'un article à l'autre.

C'est un petit peu dans notre esprit qu'on se fait sa définition. Si vous m'interrogez sur les fraises de Lédin je vais vous dire oui c'est local ; si vous l'interrogez elle, elle va dire j'ai déjà quelques km pour aller les chercher.

Quels seraient les principaux freins au développement des circuits courts ? La facturation par exemple ?

Pour moi au niveau des facturations, ce n'est pas un frein ; c'est une contrainte, et on sait qu'elle est là. Donc j'ai décidé de faire avec.

La contrainte c'est peut-être la question de volume. Je vais prendre un seul exemple, trouver un producteur en circuit court qui sait nous livrer des chicons pour la saison quand on vend 4-5 caisses par jour. Vraiment en pleine saison des chicons on peut aller jusqu'à 10 caisses par jour. Quel est le producteur qui peut nous livrer ça, en local ? On a mis en place dans plusieurs magasins des fournisseurs de légumes de la région, mais on sait qu'on a une caisse de salsifis qui rentre, et puis quand elle est partie, elle est partie. Heureusement qu'on a les autres produits qui sont livrés par la centrale derrière en support, sinon on se retrouverait comme aujourd'hui.

Avez-vous des producteurs différents pour chacun de vos 11 AD ?

Pour chacun des 11 AD Delhaize, ce sont des producteurs différents, et puis il y en a quelques-uns qui sont présents dans plusieurs magasins. Et on leur a demandé « Ou voulez-vous livrer ? » Et moi je n'exige pas qu'il aille livrer celui de Braine-le-Comte, qu'il aille livrer Comin, et chacun a livré ce qu'il a envie de livrer comme magasin, et ils vont dans ce magasin-là. Maintenant ce que j'ai fait aussi, c'est qu'on a reçu des sollicitations de 30 producteurs début d'année passée, et j'ai dit on va faire le test dans un magasin. Les magasins ont dit ça ça m'intéresse, ça ça m'intéresse. Donc ces producteurs livrent et puis ils pourront livrer dans

d'autres après s'ils veulent. Mais on voit que beaucoup de producteurs veulent livrer dans un magasin, mais pas trop loin.

Y a-t-il selon vous, des législations belges ou européennes qui menacent le développement des circuits courts ?

Du point de vue des règles de l'ASCA c'est ça le principal problème, c'est un problème de traçabilité et de méthode de travail. Nous on a des contrôles quand même assez réguliers, on a un audit qui est fait quand même une fois par an ; et donc on a des cotations avec des conseils et des remarques avec des choses à faire. Et eux de leur côté ils doivent aussi passer une agrégation et à partir de ce moment s'ils sont en ordre et en règle, il n'y a pas de problème pour nous.

Est-ce que certains producteurs choisissent de ne pas travailler avec vous parce que c'est trop compliqué ?

Ce qu'on a eu c'est qu'un producteur d'une ferme locale qui avait ses agrégations etc et qui avait un atelier de transformation pour le beurre, pour le lait, pour faire du fromage, du yaourt etc. Et la dernière visite de l'AFSCA disait vous devez faire ça et ça et ça comme travaux ; et eux ils ont dit « nous à notre âge on arrête.

Selon vous et principalement selon les chiffres des ventes, l'alimentation locale est une sorte de mode et reste un marché de niche, ou elle tente à se développer et a un avenir comme marché principal en Belgique ? Assistons-nous à une réelle transition ?

Moi je pense que les circuits courts ça va continuer à se développer. C'est un pent de l'évolution ou la clientèle va continuer à acheter locale. C'est une prise de conscience qui est dans la tête des acheteurs, comme vous l'avez dit un moment pour les produits bio. Mais je pense qu'on va arriver à exactement la même situation qu'avec le Bio, c'est qu'une partie de la population va se nourrir de produits de circuits courts, mais qu'on n'aura jamais fournir la quantité nécessaire pour nourrir l'ensemble de la population avec des circuits courts. Et donc il faudra toujours avoir un certain volume pour tout le monde. Et ce volume là il faudra aller le chercher localement si c'est possible et puis autre part pour le reste.

Je ne pense pas que les gens vont retourner faire leurs courses dans la ferme du coin. D'autant plus que si la distribution propose, à côté des assortiments qu'ils ont, des assortiments locaux, ils pourront toujours trouver un ensemble d'assortiment au même endroit.

Et je pense que les producteurs locaux sont intéressés aussi parce que c'est quelque chose de lourd pour eux de rester à la ferme et d'attendre le chaland qui vienne encaisser l'argent. Ce n'est pas leur métier de base et ils sont peut-être moins à l'aise avec cette partie-là. Nous c'est véritablement notre métier, on est là pour ça, on est là pour gérer les clients. Je dis toujours 99% des clients sont sympathiques et agréables et sont faciles à gérer, et il y a toujours 1% de clients qui sont moins faciles à gérer ; et ceux-là ils n'ont peut-être pas envie de se les coltiner. Et donc ça c'est notre métier, c'est notre façon de gérer, c'est notre plus-value. Et je pense, on va continuer à vendre du bio, on va continuer à vendre du local et du circuit court, et le client pourra tout trouver sous le même toit, et pour moi c'est l'avenir. Mais on voit qu'il y a quelques magasins qui se développent sur ce modèle de circuits courts, bon mais je ne suis pas sûr que le client pourra trouver véritablement tout ce qu'il souhaite dans ce magasin-là. Et je pense que les clients vont venir dans les magasins, et que ce soit

malheureux ou pas malheureux, on constate toujours que quand il y a un poulet à prix de base avec une promo il fonctionne mieux que le poulet fermier. Il reste toujours le côté prix. Et on a des chaînes de discount qui sont totalement hermétique à ces produits locaux parce que ça augmenterait leurs coûts et qu'ils ne sauraient pas suivre leur modèle. Et on constate que ces chaînes de discount ont toujours autant de succès, et même de plus en plus. Et donc qu'il y a des clients qui sont attachés au prix et qui resteront attachés au prix. Et qu'ils doivent acheter un poulet industriel mais qui est 20% moins cher que le fermier, ils continueront à acheter le poulet industriel. Et c'est ça qui est intéressant ici, c'est qu'ils ont le choix entre différentes catégories, on a des poulets fermiers, on a des poulets de brest. Delhaize a toujours été reconnu pour pouvoir offrir du choix et une alimentation différente et une alimentation un peu up-gradée par rapport aux autres enseignes et c'est là-dessus à mon avis qu'on va continuer à pouvoir survivre dans la distribution à l'avenir. Et c'est en offrant des produits de choix et de qualité à nos clients. Et cet aspect de produit local et circuit court, ça c'est vraiment important pour nous aussi de l'avoir dans les magasins et c'est toujours ce qu'on a fait depuis des années, 150 ans cette année.

Elle : Ça se développe quand même, on a de plus en plus de ventes sur ça quand même. Monsieur a bien résumé.

Par exemple le beurre l'enfant c'est toujours les mêmes quantités de vente. Mais par contre on a un autre producteur qui vend les beurres, qui marche bien aussi, mais on vend toujours autant du beurre l'enfant.

Lui, Donc on plus on introduit ?

Elle : Donc c'est ça, je me suis dit à un moment donné, si on vend ça ils ne vont pas prendre le beurre l'enfant et en fait le beurre l'enfant il pose toujours ses deux caisses le vendredi, il vend pas moins il vend pas plus et on vend d'autres beurres à côté.

La ferme Amorison c'est aussi une ferme du village d'à côté. Quand on introduit local, c'est se dire on vise ça a une notoriété dans la région, ce sont des producteurs qui sont coté. Par exemple la ferme Amorison, ils se disent « ah oui je vois où c'est » et voilà ils se disent que ce sera plus sûr s'ils achètent des produits de la ferme ou en tout cas ils font vivre le producteur d'à côté, et c'est pour ça qu'ils l'achètent. Circuit court après c'est une autre démarche, une démarche environnementale. On fait moins de transport, on utilise moins de carburant, etc. Et ça ça percole effectivement dans la population. Et c'est là-dessus que j'ai eu la réunion avec Delhaize il y a deux ans, c'est qu'on voudrait qu'on développe cette partie-là. C'est qu'on achète local, mais réellement mettre en avant au niveau de Delhaize le fait que nos produits viennent localement. Parce que ça a toujours été un peu le tort de Delhaize, c'est de proposer ces différentes qualités de produit, mais de ne pas assez le mettre en avant. Je trouve qu'ils ne le mettent pas assez en avant par rapport à la concurrence. Quand je vois certaines enseignes qui ont 50 articles de circuits courts qui en font un rayon spécial avec une scénarisation spéciale, je dis ben on a quand même beaucoup beaucoup d'articles qui viennent de la région, pourquoi vous ne le mettez pas plus en avant ? Et on remarque que petit à petit, effectivement on voit apparaître des affiches « produit belge » Donc moi la démarche que j'avais il y a deux ans et que j'ai encore, c'est que en même temps essayer d'avoir un maximum de produits locaux, de montrer à Delhaize que ça fonctionne pour qu'ils les ajoutent à l'assortiment ; et qu'en même temps du point de vue de la mise en avant, de la scénarisation, de la communication et du marketing, vous êtes loin derrière.

Et à un moment il ne faut pas être naïf, on va nous faire le reproche en termes d'image, mais si même les gens ne le savent pas, ça ne sert à rien. Donc oui vous aurez peut-être le reproche, mais au moins les gens sauront qu'il y a des produits locaux dans le magasin.

Donc l'objectif auprès de Delhaize est d'améliorer la signalétique ?

On a quand même élargi notre rayon pour le mettre en avant, et on a décidé de tout regrouper ensemble pour le scénariser effectivement. Et on voit que petit à petit ça percole. Dans les rayons frais, on a de plus en plus des endroits spécifiques ou qui seront dédiés aux produits locaux, et qu'on va scénariser également avec des affichages particuliers etc. Parce que quand c'est dispersé dans le magasin le client n'a pas cette perception-là ; si celui qui connaît la ferme Amorison il sait qu'il va trouver, mais celui qui ne sait pas il ne va pas passer devant et se dire « tiens un produit de la ferme Amorison ». Donc si on le scénarise, et qu'on le met en avant par de l'affichage, par des languettes de couleur, par une signalétique différente, on remarque qu'il y a plus de vente et que les gens sont plus attirés, et que ça mettra une bonne image de marque également.

Point de vue signalétique, vous dépendez de Delhaize ?

Ce n'est pas qu'on dépend de Delhaize puisqu'on a développé des signalétiques particulières, mais c'est toujours bien de la développer au niveau de l'enseigne. Mais quand je fais évoluer quelque chose, j'essaye de la faire évoluer au niveau de l'enseigne aussi. Cette réflexion elle est née de ma part, mais j'ai d'autres collègues dans d'autres régions qui ont la même réflexion et qui poussent la charrette dans le même sens. Et donc je me dis qu'on prend ça en ligne de compte et que ce n'est pas une mode mais que ça commence à rentrer dans les mœurs de magasins.

4.7 Pascal LEGLISE, Carrefour, Quality and Sustainable Development (CSR) Director and Private Label Director

[Interview mené le mercredi 14 juin, dans les bureaux de Carrefour à Evreux]

Nous Carrefour on a commencé par organiser des réunions avec des producteurs locaux, province par province, et on a une seule question. C'était le thème du mémoire de l'étudiante Roos de Witte en dernière année à Gembloux : « Pourquoi redoutez-vous de travailler avec la grande distribution ». De ça on a retiré tout ce qu'ils nous disaient, toutes les mésaventures ou les déboires qu'ils avaient connus avec toutes les enseignes, nous y compris. De ça on est arrivé à une synthèse, et on a tiré des grands enseignements. On s'est dit si on veut réussir avec des producteurs locaux à développer une relation commerciale durable, nous allons devoir faire ça, ça, ça et ça. Et on a du très clairement mettre un circuit logistique, administratif au point pour les petits producteurs. Qui n'est absolument pas le même que celui qu'on utilise traditionnellement parce qu'on se rend compte que si on utilise celui qu'on utilise traditionnellement, tôt ou tard ça se casse la figure, ça n'est pas durable. Alors aujourd'hui, vous avez beaucoup d'initiatives qui disent « ah ben nous aussi on a nos produits locaux, ils viennent de là, etc etc ». Je leur donne rendez-vous dans un an. Et chez Carrefour ils sont toujours là ; chez les autres on verra.

Je voudrais que vous fassiez cette distinction, parce je ne suis pas directeur commercial, je ne suis pas directeur d'achats, je suis le patron du développement durable. Carrefour a voulu mettre ça dans un parcours de durabilité. Donc toute l'opération a consisté à quoi ? C'est que le distributeur se mette à la taille du producteur local, et pas le contraire. Ce qui est le cas jusqu'à présent. Et donc ça c'est un élément fondamental. Et c'est pour ça que j'aime bien voir comment fonctionne la ruche qui dit oui. Je voudrais savoir comment ils établissent la relation commerciale et de paiement pour les producteurs.

Explications sur base de ce que je sais

Ce qu'il faut bien suivre, ce sont les marges qui disparaissent. Parce que tôt ou tard, personne n'est philanthrope, et il faut faire attention, qu'il n'y ait pas un intermédiaire qui remplisse anormalement ses poches sur le dos des producteurs de base.

Débat...

J'insiste très fort là-dessus, parce que ce sont les conditions sine qua non pour que le producteur local garde son rôle de commerçant de ses produits. Le grand danger quand on a un intermédiaire, c'est que l'intermédiaire qui dit « moi je vais m'occuper de vendre les produits, et vous vous occupez de vendre les produits », eh bien les rennes commerciales. C'est tout le débat de l'agriculture actuelle.

Et donc dans un concept, ça ne peut durer que si on fixe des règles de base, dans laquelle le producteur garde les rennes de la commercialisation de son produit, et ne fait appel à un intermédiaire que s'il a besoin pour vendre son produit. C'est-à-dire ne pas s'imposer des exclusivités. Lui ne se les impose jamais, mais elles sont parfois imposées par le client. Parce qu'alors, il risque de devenir dépendant d'un seul. J'ai des collègues qui n'abandonnent pas cette règle-là. Qui imposent toujours des exclusivités parce qu'ils veulent que le produit ne soit que chez eux. Et ça a longuement été discuté en interne, nous avons et nous continuons de réussir ce projet de producteurs locaux, parce que nous avons changé profondément notre façon de faire. Ce que d'autres ont l'air de balayer comme ça en disant « nous aussi on a des produits locaux » ; donc voilà, ils sont là, mais ils ne vous disent jamais combien ils payent, comment ils traitent le producteur, comment ils leur imposent des règles qui sont de tradition

dans le secteur et tout à fait compréhensibles dans d'autres, mais qui peuvent porter préjudice à ces producteurs locaux. Voire au travers d'autres associations et geoconsort qui parfois ont d'autres finalité que la commercialisation du produit.

Donc j'attire votre attention là-dessus, parce qu'il faut garder en tête ces règles-là pour permettre au producteur local de garder les rennes en main.

La deuxième chose, est ce que c'est durable, et est-ce qu'on entre dans une phase durable, c'est la question qu'il faut poser au producteur local. Pourquoi ? Parce qu'au départ le producteur local, au départ, artisanal, il s'était fixé un volume, un produit. Et puis là maintenant, il est confronté à des demandes sur le marché et donc il se dit « ah ben tiens je voudrais augmenter mon volume de production », ça veut dire qu'il veut grandir et donc il va investir, et il va avoir d'autres charges. Donc nous à Libramont, on a montré l'exemple de deux producteurs différents : l'un qui voulait grandir, et l'autre qui ne voulait pas grandir. Pourquoi ? Parce qu'ils peuvent remettre en question l'essence même du produit. A partir du moment où ils vont petit à petit industrialiser, sans être péjoratif... Moi la question que j'avais au départ, des GAC et autres qui nous regardaient faire ; parce qu'on est le grand diable dans l'histoire hein Carrefour qui commence avec des produits locaux, qu'est-ce que c'est que ce truc ? et en plus ils font ça mieux que nous. Et en plus, ils offrent plus de conditions aux producteurs locaux. Donc j'ai été perçu au début, comme très dérangeant ; et quelque part, ils me posaient une question : « Monsieur Légglise, votre projet c'est bien, mais demain vous allez faire disparaître tous les petits producteurs locaux ; parce qu'ils vont tous vouloir grandir et vouloir être plus gros, et on aura de nouveau, des grandes sociétés productrices » Alors qu'est-ce que ça devient les producteurs locaux, vous allez encore en avoir demain ou pas ? Et sur le terrain, c'est un cas qu'on vit parce que je n'ai pas pu développer de la même manière la Wallonie que la Flandres. En Wallonie, j'ai trouvé très vite des petits producteurs locaux. Pourquoi ? Parce que la Wallonie a cette culture qui travaille de village en village, et qui n'ont pas cette notion de je dois commercialiser, je dois exporter, je dois grandir, je dois marquer etc. Ce qui existe en Flandres. Il y a des produits dit artisanaux, très spécifiques et qui sont vendus au Japon et en Asie. Mais donc ces gens quand ils nous ont vu arriver, ils ont dit « s'il vous faut deux camions, on vous enverra deux camions ». Mais ce n'était plus au sens propre du terme, le producteur local que je voulais mettre en évidence dans mon magasin pour mes clients. Parce que pour moi le producteur local, c'était vraiment le petit artisan qui travaille dans un rayon de 40km autour de mon magasin et qui a un produit original, qu'il fait lui-même, de ses mains ; et puis qu'il vient mettre dans le rayon (enfin que nous mettons en rayon). Donc dans votre question de fond, qui a toute sa raison d'être, il faut faire la distinction entre le producteur artisanal qui va le rester et qui va toujours garder cette originalité-là, de celui qui tôt ou tard va grandir et être vendu à plus grande échelle. Vous savez, j'ai des collègues qui ont vendu comme produit local la Jupiler.

Donc, parce que je n'ai rien contre, mais la définition de base, de ce que vous allez parler est très importante, et vous pouvez admettre les deux cas de figure, et je ne vous en voudrai pas. Donc de ce côté-là, vous devez rester très prudent à ça, c'est-à-dire qu'il faut penser à évoquer ces cas-là, parce qu'il ne faut pas tout mettre dans le même sac. Donc ça veut dire que ceux-là vont grandir, vous faire plus de chiffre, vont s'industrialiser parce qu'ils vont devoir s'automatiser et engager du personnel, et tant mieux parce qu'il faut qu'il y ait du business, loin de moi l'idée de. Mais en bout de course, quand on a nos élites médiatiques qui font des émissions comiques pour les consommateurs « ouais ça c'est de la merde parce que c'est une industrie », sans savoir qu'au préalable, c'est un producteur local qui a grandi.

Donc encore une fois dans nos jugements, soyons attentif, si dans nos recettes c'est un produit artisanal, il y a une raison d'être. Alors que peut-être dans votre travail, on va vous dire que ça va l'être pour les 3% qui veulent grandir ; parce qu'on est à peu près à ce niveau-là de producteurs qui veulent aller plus loin. Et on voudrait rentrer dans votre assortiment traditionnel, c'est-à-dire qu'au lieu de rentrer dans notre assortiment de produits locaux, ils nous disent on veut rentrer dans le circuit des produits traditionnels et donc passer par la centrale logistique. Et d'ailleurs c'était très cocasse. A Libramont l'année passée, si vous reprenez les synthèses, et vous pouvez les trouver sur internet, Colruyt est venu avec un

producteur local et il a expliqué « nous notre produit local, c'était la volaille de l'abattoir de Bastogne », et donc il a expliqué « nous on a sorti un produit spécifique ». Mais en fait le producteur lui-même il travaillait déjà avec Delhaize, avec Carrefour, avec Aldi, avec Lidl. Donc le producteur je veux dire il est déjà bien connu (l'abattoir de Bastogne étant bien connu ; et donc l'un comme l'autre, on n'était pas dans la même dimension, que moi qui vient avec un tout petit producteur qui était situé à 20km de trois magasins, et il était très content de pouvoir livrer un produit. Et on avait augmenté son chiffre d'affaire peut-être de 20% ; et il avait pu garder son mi-temps. Et nos collègues de Delhaize ils sont venus avec celui qui fait les jus de fruits en Wallonie, et qui est déjà une société avec qui tout le monde travaille, mais qui n'était pas un producteur local. Donc vous voyez déjà, et sans critique aucune, vous avez déjà trois conceptions différentes du concept. Donc quand vous discutez avec monsieur Frank Mestdagh autour du magasin d'ici, lui il est dans un tout autre réalité économique. La rentabilité d'un magasin, c'est son chiffre d'affaire au mètre carré. Donc lui qui a un magasin dit rien que de produits locaux, il doit effectivement rentabiliser au plus vite, au travers de ces produits-là. De temps en temps, lui il est obligé de faire appel à des grossistes ; ce que nous nous ne faisons pas parce qu'on veut travailler avec le producteur en direct.

Mais donc la rentabilité attendue dans votre rayon est moindre ?

Donc lui il doit se mettre dans un autre grand écart, et je l'admire beaucoup parce que c'est pas facile, et il doit aussi pouvoir introduire le sirop de Liège, le fromage de Herve. Moi mon fromage de Herve, il vient de deux fermes, et c'est avec du lait cru. Et c'est ça mon fromage local. Lui il a le droit de dire que son fromage c'est le fromage de Herve qu'on vend dans les magasins ici aussi.

On a l'avantage c'est vrai que comme la Belgique est petite, on a facilement un produit local dès qu'on a un produit belge.

Et donc vous devez savoir de quoi vous parlez. Pour ne pas que les produits de chez Carrefour ne soient confondus avec ce melting pot d'autres initiatives qui parfois n'ont rien à voir avec le concept de produits locaux, comme nous l'avons défini. Donc si nous avons 900 producteurs locaux, c'est parce que nous avons travaillé dur pendant plusieurs années, pour qu'ils restent chez nous. Si on a un assortiment de 10 000 produits, c'est vrai qu'on a la première base de données de producteurs locaux, en Belgique. Mais ce n'est pas du tout le même producteur local qu'on peut rencontrer autre part, et je ne critique pas.

Quand j'ai rencontré Roos, elle m'a parlé de la filière Qualité Carrefour également ; on est d'accord que selon vous, la filière qualité Carrefour n'est pas un produit local ?

Non, on est bien d'accord, ce n'est pas un produit local. Simplement, ce que je pourrais vous faire, et c'est là, vous voyez la subtilité où il faut faire attention. Ce qu'il y a, c'est que nous faisons une géolocalisation des fermes, et qu'on ne travaille globalement qu'avec, je vais arrondir, 2000 fermes dans le cadre des filières qualité Carrefour, 2000 fermes qui travaillent avec nous depuis plus de 15 ans, et qui peuvent, nous on n'impose pas d'exclusivité, travailler aussi avec d'autres enseignes. Mais avec la filière Carrefour, on a une relation particulière, avec un cahier des charges qui est bien défini, etc. Ce qu'il y a, c'est que ces produits sont, à un moment donné, tous réunis ensemble et partent vers une centrale logistique ; d'abord à l'abattoir quand on parle de production animale, ou alors un marché pour les fruits et légumes ; et puis de là sont ré-éclatés sur tout le pays. Donc si vous habitez Liège, je ne peux pas vous garantir, que vous allez, dans l'hypermarché de Liège, que vous aurez de la viande Filière Qualité Carrefour qui vient de la ferme de Liège. Ça je ne sais pas faire ; elle vient peut-être de la cote, et celui de la cote a peut-être la viande qui vient de Liège. Donc à un moment donné dans mon concept de produit local que je vous vends, c'est un producteur dans votre environnement 30-40 km autour de votre magasin, la filière qualité ne peut pas entrer dedans. Par contre je peux vous garantir que je ne travaille qu'avec ces 2000 fermes. Et donc ça c'est

très clair. Mais vous en tant que consommatrice, vous devez savoir ce qu'est votre définition de local. Parce qu'il y a des tas de définitions différentes, et donc mon circuit FQC, il peut être comparé, au niveau engagement de Carrefour vis-à-vis du producteur, et c'est ce que Roos a voulu vous expliquer. Parce que là aussi, j'ai des engagements vis-à-vis du producteur. Vous savez jusqu'à présent, le monde de la distribution c'est « vous voulez livrer chez moi, très bien ; voici mes conditions, si vous les respectez, vous pouvez rentrer chez moi. » Et débrouillez-vous pour y arriver. Bon j'arrondis. Et on sort de préférence d'une relation win-win bien évidemment, parce que si vous acceptez de travailler à perte, vous allez arrêter, et moi je vais sortir perdant. Puisque si je vends un produit que les clients aiment bien et que à un moment donné je ne sais plus assumer, il faut faire attention, que les négociations, c'est toujours du win-win. Mais il n'en reste pas moins vrai que dans ces circuits spécifiques, c'est le distributeur qui s'engage aussi dans sa façon de faire, avec le producteur à la base. Et là l'engagement qu'on a en filière Qualité Carrefour, mais qui est unique au niveau international, parce qu'il existe dans les différents pays où Carrefour est présent ; il est reconnu par des associations, et par les concurrents aussi. C'est un concept unique, où le commerçant s'engage aussi envers le producteur agricole. Et c'est la même chose, à ce titre-là, vis-à-vis de nos producteurs locaux. Mais d'un point de vue marketing et autre, je ne le dirais pas. Justement, moi je ne veux pas. Par géolocalisation je peux vous dire dans les environs de Namur avec quels producteurs je travaille, mais dans votre magasin de Namur, je ne peux pas garantir que c'est le produit de cette ferme-là qui est là. Dans les produits locaux, si. Parce que là j'ai un accord avec le producteur local, et c'est le producteur local qui vient livrer ce magasin-là. Et quand je dis que j'ai un accord, c'est faux, c'est le magasin qui a un accord avec le producteur local. Mais donc cette relation avec le producteur, elle a été déstructurée ; plutôt que de s'élever au niveau du grand groupe, elle se passe au niveau du producteur. Donc on a en quelque sorte ré-artisanaliser, donc re rendu artisanal la relation commerciale entre un producteur et le commerçant, en la rétablissant en direct. C'est donc ça que vous devez comprendre, et c'est donc ça le fonctionnement chez Carrefour.

Et Cora le fait aussi ; et ça, chez Cora c'est depuis toujours. C'est-à-dire, chaque directeur de magasin a cette autorité de pouvoir discuter. Par contre, est-ce qu'au départ, ça a été réfléchi sur les points tel que le délai de paiement, les factures, ça c'est le travail qu'a fait Carrefour en interrogeant les producteurs locaux et en les écoutant. Afin de connaître les règles qu'ils pouvaient accepter et qui pour nous devaient être commune à tous. Parce qu'on ne peut accepter des régimes différents pour les uns et pour les autres. Ça, ça devient ingérable. Imaginez, quand on a commencé l'expérience, on avait dix producteurs locaux, aujourd'hui j'en ai 900 à gérer (quand je dis « je », c'est via Roos). Parce que c'est quand même un circuit qui a grandi et qui est devenu 100 fois plus grand.

Donc de ce côté-là, j'attire votre attention là-dessus dès de départ, et vous devez voir les différents cas de figure. Et la ruche c'est certainement un cas de figure différent aussi, mais dans son style à elle. Et comme vous le dites, il y a des GAC et autres, qui comme vous l'avez dit commencent avec trop de bénévolat, ça peut capoter si à un moment donné, on n'est pas capable d'injecter les fonds dedans. Et pour la ruche qui dit oui, c'est l'idée géniale de quelqu'un, mais il faut à mon sens que tout soit toujours transparent et clair entre les différents acteurs, et que les marges qu'ils se prennent restent correct, parce que j'ai eu des cas où on m'a rapporté ; pas avec la ruche, mais j'ai des interrogation quand je vois la pub qu'ils font, où vous avez des intermédiaires qui prennent 25,35-40-50-100%, et donc le producteur ne reconnaît plus le prix de son produit en bout de course, par rapport à ce qu'il le vend dans sa ferme. Donc ça c'est une chose, et j'attire votre attention, ne mélangez pas.

Le concept de relationnel avec le monde agricole, c'est la filière qualité Carrefour, mais il existe depuis 20 ans chez nous, et c'est en quelque sorte, une copie de ce modèle qui m'a servi pour créer le circuit des producteurs locaux ; parce que je me suis beaucoup inspiré de ce concept-là, mais j'ai d'abord écouté ce que les producteurs avaient besoin. Et de ça, on a sorti un travail, et on a suivi une charte. Et Romano était un des grands défenseurs extérieurs de cette

charte ; et lui aujourd'hui, il essaye de la faire signer à d'autres, mais il se rend compte que certains ne veulent pas la signer, et ça il faut dénoncer. Parce que à un moment donné, on ne peut pas se targuer de commercialiser des produits locaux de façon durable, si on ne prend pas un minimum d'engagement sur la durabilité réciproque. Moi je connais de très beaux succès stories qui sont devenus des catastrophes avec des collègues distributeurs de renom. Et quand les gars dans les réunions provinciales vous l'expliquaient, c'était à vous faire frémir, ils étaient la corde sur le coup et ils ne savaient plus s'en sortir. Et ces cas-là, je pense que mes collègues distributeurs préféreraient qu'on en parle pas.

Et donc c'est là qu'il faut faire la différence et qu'il faut mettre l'accent sur la durabilité ne se fera que si on a des accords clairs qui permettent à chacun les rôles et responsabilité, et surtout de garder ses rennes économique, commerciaux en place.

J'ai trop de gens qui me disent « Pascale, laisse les intermédiaires faire, les producteurs ils sont là pour produire. » Et les intermédiaires qui vendent, vendent chez nous. Ça a une réalité dans un certain type d'assortiment, mais je prétends que dans le cadre des tout petits producteurs locaux (parce que nous on s'est adressé à de petits producteurs, à de petites entreprises, ou même des qui n'ont même pas d'entreprise) on doit être très prudent ; sinon vous pouvez leur faire mal très vite, parce que vous êtes trop gros. Et il faut bien penser à ça, et identifier dans votre travail, les différents circuits, et ce qu'on entend par local.

Quelle est votre histoire ? Comment êtes-vous arrivé chez Carrefour ? Aviez-vous déjà avant un intérêt, étiez-vous déjà impliqué dans les circuits courts ?

Moi je suis chez Carrefour depuis 20 ans. Et les produits locaux, on les a déclinés en 2012, et on va fêter les 5 ans cette année à Libramont. D'où vient l'idée ? Très simple. Chez Carrefour, on a des collègues français ; et c'est un jour un patron français qui me « Pascal, je trouve que vous faites si peu cas de votre production locale, de vos produits artisanaux. Chez nous en France, dans tous nos magasins, la grande distribution met fort en avant, les produits d'Auvergne, les produits de Savoie, si vous allez en Savoie etc ». Evidemment le problème c'est quoi, et ça vous le soulignez, c'est que le producteur local en France, il vous envoie son semi-remorque depuis Marseille pour vous livrer. Ici moi le producteur local, il a peut-être des frigos box et il vient vous livrer en voiture ; et il a peut-être 3 personnes qui travaillent. Ce n'est pas la même taille. On était dans une différence de taille critique, qu'est-ce qu'on appelle un producteur local ? Les français ont des exploitations beaucoup plus grandes. Déjà ils doivent livrer presque toute la France, donc ils ont un équipement logistique non négligeable, ou ils font appel à. Et de l'autre côté, ils doivent faire des volumes de production beaucoup plus importants. Donc évidemment, le producteur local tel qu'il existait, et auquel faisait référence mon patron français, ce n'était pas tout à fait le même que ce que nous avons nous en Belgique. Cependant j'ai relevé le défi, on allait essayer, et j'allais voir. Et c'est comme ça qu'on a commencé en essayant de voir avec différents amis à la foire agricoles de Libramont, comment il était possible de lancer cette initiative. Et la Romano faisait partie de la bande, il y en avait un autre à Liège, et une de la faculté de Gembloux, et c'est comme ça que Roos est rentrée dans l'équipe, parce qu'à un moment donnée, on s'est dit « tient on prendrait bien une étudiante pour un peu faire un travail là-dessus et voir où on peut aboutir. Et c'est comme ça que Roos est rentrée dans l'équipe et qu'elle a fait son travail là-dessus. Et ce qui nous a permis de progresser et de voir où l'on voulait aller. Et c'est là qu'est sorti le fait qu'il fallait faire une charte. Et je vous le signale, que la charte, ce sont les engagements du client vers son fournisseur. C'est comique ça. C'est plutôt le contraire généralement, c'est plutôt le producteur vis-à-vis de son client. Or ici c'est le contraire qu'on a fait, on a inversé le sens. Et c'est pour ça que j'insiste tant là-dessus. Et ce n'est pas spécifique à Carrefour, mais si on ne fait pas ça, le petit a toutes les difficultés de se mettre au niveau du plus grand ; mais le grand doit trouver des opportunités de pouvoir traiter avec un petit. Et c'est ça le message fondamental. Et c'est à ça qu'on a travaillé. Et on a commencé en prenant un magasin pilote, et puis on va prendre un autre magasin pilote, et puis trois et puis quatre et puis cinq ; et on va voir ce que ça va donner. Et au début quand on a eu 30 producteurs locaux en face de nous, qu'on a expliqué notre projet, il y en a deux ou trois qui ont dit, « ok ben nous on veut bien essayer

vosre projet ». On va essayer. Et puis c'est le bouche-à-oreilles entre eux qui a fonctionné, et les autres ont dit « ok je viens ». Pourquoi ? Parce que lors de chacune de nos auditions qu'on a eues, à chaque fois c'était non. La réponse était non. Ce n'étaient pas eux qui voulaient vendre chez nous. Quand on les écoutait, ils disaient « mais nous on ne veut pas entrer dans la grande distribution. » Parce que voilà tous les problèmes qu'on a connus, ou tous les dangers : On n'a pas de trésorerie, vous allez nous payer 90 jours fin de mois, vous allez nous renvoyer les produits pas bons, quand vous saurez pas les vendre, vous allez nous les retourner ». Enfin ils nous ont sorti toute une série de choses qui fait qu'ils ne voulaient pas. Vous savez qu'aujourd'hui, on doit encore convaincre des producteurs locaux à venir vendre chez nous. Ce n'est pas évidemment le même producteur local que celui que vous avez rencontré et qui dit « moi je veux aller dans tous les magasins ». Et puis il y en a très très peu qui nous ont quitté. Et on est arrivé à un stade où on a trouvé une forme d'équilibre. Et maintenant, le projet va connaître sa phase suivante parce que le nombre de producteur locaux qui veulent grandir, il y en a. Et ils frappent à notre porte et ils disent « Pascal, on a investi, on ... » Comme moi mon projet n'incluait pas l'exclusivité, ils savent bien qu'ils pouvaient vendre leurs produits ailleurs, et moi mes concurrents ils m'ont suivi ; ils ont vu ce qu'on faisait, ils sont venus dans nos magasins, et ils sont allés frapper à la porte des producteurs. Et là ça a commencé. « Ecoutez, vous ne pouvez pas venir livrer chez nous, et vous arrêtez avec Carrefour. Non Non » Parce qu'ils veulent continuer avec Carrefour ; et ça j'en ai plusieurs de commentaires. Pour vous dire. Mais ça c'est comme ça, je ne vais pas pleurer, on est dans le monde de la distribution. Puis après c'était « Ecoutez, chez nous on va vous en prendre un peu plus, diminuez un peu de 10% vos prix. » Dangereux ça pour le producteur local qui met le doigt là-dedans. Parce que si moi je lui demande la même chose, où est ce que ça va s'arrêter cette histoire là ? Donc la durabilité elle est fonction dans votre travail de cette relation qui doit rester équilibrée, fondamentalement ; et ne pas tomber dans les pièges traditionnels de « on va toujours produire plus et moins cher. » Et c'est ça que je dis aux producteurs locaux, moi ça ne me dérange pas que vous grandissiez, mais à produire toujours plus, on va vous acheter moins cher forcément, et donc il faut voir où ça va s'arrêter. Donc vous devez avoir des visions à moyen et à long terme. Pour quel secteur de clients voulez-vous servir. Parce que vous vous dites, Carrefour ça a bien marché, maintenant je vais le faire avec Colruyt, je vais le faire avec Delhaize et puis je vais le faire avec les autres. Pas de soucis, faites-le, mais c'est peut-être plus riche pour vous de se dire « ah je vais le faire dans le secteur de la restauration ; ah je vais essayer de le faire dans le secteur des petites épiceries ; ah je vais essayer de le faire...vous voyez, pour diversifier votre portefeuille, et d'abord asseoir votre capacité commerciale pour que vous ne soyez pas dépendant d'une société ou d'un secteur. Et il faut le faire parce que regardez bien comment ils évoluent aujourd'hui. Ça n'est pas évident, et il y en a plus d'un qui risque de se casser la gueule.

Donc pour répondre à votre question, est-ce que c'est durable, est-ce que c'est une mode qui va continuer, le jour où ce n'est plus une mode dans la grande distribution, qu'est-ce qu'ils deviennent tous ces producteurs qui ont investis ? Moi c'est ça que je leur dis « dans trois mois on ne prend plus vos produits, finis ». Quel est l'engagement des distributeurs vis-à-vis des petits producteurs, qui entre-temps ont tout mis en œuvre pour se développer ? Qu'est-ce qu'il va se passer ? donc il ne suffit pas de croire ça marche, c'est bon. Mais combien de temps, à quelles conditions ? Comment est-ce que j'ai prévu mon plan commercial. Et donc il faut le dire, et dieu sait que Romano fait ça très bien, c'est son rôle d'ailleurs en tant que province de Hainaut, c'est accompagner ces jeunes sociétés, pour les aider à évoluer et leur dire attention, il y a des paliers à respecter ; vous allez peut-être grandir, vous allez devoir faire des investissements, vous allez devoir engager du personnel, mais mesurer bien dans quel contexte commercial vous le faites. Et donc moi quand je vais parler face à eux, je leur dit « diversifiez votre portefeuille, ne mettez pas tous vos œufs dans le même panier. » Et ça, c'est des conseils de base qu'il faut ressortir si on veut les voir grandir et durer. Et toutes les belles réussites qui ont commencé comme ça vous le diront. Prenez Père Olive, très belle réussite, il a commencé dans son garage. Prenez Viangro, ici à Bruxelles. Je m'en souviens il a acheté deux maisons à Molenbeek, et aujourd'hui il a le plus grand abattoir de Bruxelles.

Etc. Mais ce sont tous des gens qui ont grandi et qui au départ étaient de petits producteurs artisanaux ; qui petit à petit ils ont évolué. Mais ils ont du respecter des paliers, et des comme eux, il y en a peut-être eu 20 -30 ou 40, mais il n'y en a que deux qui ont réussi. Donc c'est ou bien je veux grandir et je dois le faire avec intelligence et en tous les cas avec les conseils venus pour ne pas me casser la figure en tant que diversification de mon portefeuille ; diversification de mes produits que je veux proposer aussi. Parce qu'il y a une ligne qui a un moment donné peut s'éteindre aussi et une autre qui peut s'éveiller ; et ça pas oublier de le faire non plus. Et alors, en plus de ça, c'est de voir après, tiens que c'est que je peux faire à l'exportation et tout ça. Et vous trouverez plus d'exemple en Flandre, qu'en Wallonie, parce que c'est normal, la Flandre avec le port d'Anvers a toujours eu cette conception d'exportation, du marketing d'exportateur de nos produits agricoles wallons principalement. Et ça c'est historique, quand la Belgique était unie. Et maintenant évidemment, chaque région fait un peu sa propre politique. On se rend compte que dans le sud du pays, on souffre beaucoup de faire connaître le savoir qu'on sait faire, et de le mettre en avant, et de le commercialiser.

Et donc voilà, nous ça fait 5 ans qu'on a lancé ce projet, et moi ça fait 20 ans que je suis chez Carrefour, et je suis le patron de la qualité et du développement durable et des produits à la marque de Carrefour.

Et ce n'était pas un hasard, le comité exécutif a dit « qui parmi nous peut réussir un défi pareil », d'avoir des producteurs locaux dans nos magasins. Et quand ils ont fait le tour, ils ont dit, on va le demander à notre patron de la qualité et du développement durable. Pourquoi ? Parce que pour eux, c'était la fonction qui était la plus neutre dans l'histoire. Un patron d'achats c'est logique qu'il va raisonner en termes de négociations ; un patron commercial, en termes de ventes. Et donc il fallait quelqu'un de neutre et c'est pour ça qu'ils m'ont demandé. Et je l'ai fait à ma façon, et avec d'autres ; mais de façon innovante, et où ils ne s'attendaient pas du tout à avoir une charte. Je leur ai proposé une charte, et je leur ai dit, ça ne peut bien fonctionner que si on a un engagement clair vis-à-vis des producteurs locaux. Et ça c'était la révolution ; comme d'autres distributeurs me considéraient toujours comme un fol dingo avec cette histoire, et qui me disent « nous pascal la charte c'est pas possible, on ne peut pas appliquer ça. » Et je n'ai pas à juger, mais chez nous c'est comme ça. Et donc ça s'est fait comme ça, étape par étape. Et aujourd'hui, ça a été largement accepté par tout le monde, et aussi bien les acheteurs que les marketing que les directeurs opérationnels contribuent au projet et le font évoluer. Mais en respectant toujours les règles de base que l'on s'est fixé, avec les producteurs locaux.

Pouvez-vous observer une évolution des ventes ?

Tout à fait, on ne donne pas des chiffres comme ça, on ne bombarde pas, mais on peut vous dire d'année en année, et même pour ceux qui ont commencé la première année, c'est toujours des évolutions de l'ordre de +5%, +10%. Et donc qu'est-ce que l'on constate ? Qu'il y a toujours un intérêt du client pour ce type de produits ; et dans une enquête de notoriété, qu'on a fait il y a deux ans et l'année passée, on s'est rendus compte que le client belge, quand on lui disait quelle est l'initiative la plus interpellant que vous avez connue chez Carrefour Belgique, eh bien c'est l'initiative des producteurs locaux qui est citée en premier lieu. Et donc ça veut dire aussi qu'on a su toucher notre clientèle avec ce projet-là, par la façon dont on l'a organisé, par la façon dont on l'a fait, par la façon dont ça a été communiqué vers l'extérieur ; parce qu'il y a beaucoup de communication qui vient des producteurs locaux, eux-mêmes. Et donc petit à petit, le client s'est habitué, et il reconnaît cette initiative de Carrefour, et il dit « ça c'est bien ». Et voilà, pour ceux qui lisent ce qu'on affiche ce qui n'est pas toujours le cas parce qu'il y a toujours trop de choses à lire chez nous. Malgré tout, ils savent dire que ce n'est pas la même chose chez les autres, parce qu'ils ont compris la différence d'approche.

Si d'année en année, vous augmentez le nombre de magasins qui participent, mais également le nombre de produits par rayons, ça veut dire que vous prévoyez que le rayon va grandir ?

Oui mais il y a également des producteurs qui arrêtent, parce que ça devient trop gros à un moment donné, ou bien ils ont toujours la possibilité mais ne veulent pas aller vers ce développement-là. Et puis il y en a qui arrêtent parce que on a beaucoup d'artisanat qui sont beaucoup d'opération familiale ; où c'est le papa et la maman qui se sont mis dedans, et puis il n'y a plus de succession et donc ça s'arrête. Dans les arrêts qu'on a, ce sont beaucoup de successions qui ne se font pas, des transmissions qui ne se font pas. Il faut toujours voir où on est. Encore une fois j'attire votre attention, chez Carrefour, on est dans ce monde-là, ce sont des tous petits. Par ailleurs, j'ai aussi ce monde-là, mais que je n'appelle pas nécessairement producteurs locaux, et là ce sont mes collègues, Colruyt, Delhaize, vous savez bien que la société elle existe, elle a déjà pignon sur rue, et ils livrent déjà toute la Belgique et continuent. Mais donc ceux-là vont continuer et grandir, et ça je ne peux que leur souhaiter.

Et quel est l'objectif de Carrefour ? De faire grandir ce rayon, et de s'adapter aux contraintes logistiques ?

La question est donc « est-ce que votre rayon a grandi ? » Par rapport à l'espace que nous avons dédié au concept, je dirais que globalement il reste assez stable. Là où ça grandi, c'est par le nombre de producteurs et par le nombre de magasins qui déclinent le concept. Par exemple, on l'a décliné pour tous les magasins hypermarchés de Belgique, autant maintenant, on le décline pour tous nos magasins supermarché de Belgique, l'enseigne Market. Et autant on a des magasins de proximité, qui chez nous s'appellent Express, qui eux sont aussi intéressés par ça. Mais un petit express, c'est parfois comme dans un espace pas plus grand que celui-ci, donc lui ne va pas mettre 50 produits locaux, mais il va peut-être en mettre 5, ou 4. Mais c'est quatre qui vont sortir sans arrêt. Et c'est par là qu'on augmente sans arrêt, c'est parce que le concept se diffuse aux autres enseignes. Donc ce qu'on est occupé de faire, c'est qu'on augmente les surfaces de vente au travers de concept, mais à la limite c'est pour trois ou quatre produits quand on est dans un magasin de proximité. Et ce sera pour un peu moins de produits pour un market que si vous êtes dans un hyper. Et ce qu'il y a aussi, c'est que comparé, il y a beaucoup de petits producteurs locaux qui se réveillent et qui disent « moi aussi j'ai tel produit, moi aussi j'ai tel confiture. » Et donc à un moment donné, ces gens-là ont un libre accès, puisque nous dans notre concept, on cherche l'artisan ; on ne cherche pas celui qui peut industrialiser ou livrer toute la Belgique ; ce que d'autres demandent, nous pas. Et donc on se dit, que s'il est plus proche du magasin que l'autre, à la limite on va faire qu'ils s'entendent, il y en a un qui va aller dans ce magasin et l'autre dans celui-ci, l'express ou le supermarché.

Ce qui fait que pour répondre à votre question de la croissance, on a une croissance c'est un fait qui existe puisqu'on a un chiffre d'affaire qui augmente, ça c'est certain, mais ce n'est pas nécessairement par l'accroissement dans le même magasin d'un rayon, c'est plus par la démultiplication des points de vente ; dans laquelle vous avez toujours une pénétration identique des produits locaux. Et donc aujourd'hui, je vous dirais que la pénétration des produits locaux, quoi qu'il y a une superposition entre les deux, c'est un peu comme la pénétration des produits bio. Vous pouvez faire ce parallèle. Jusqu'à quel point est-ce qu'on pourra dire qu'on a autant de produits locaux que de produits bio ? Dans certains rayons, parfois on le dépasse, et c'est très cocasse. Dans d'autres, on est largement en dessous. Globalement on va bientôt arriver proche d'eux. Je me dis, le jour où j'arrive et que j'ai un pourcentage de chiffre d'affaire en tous les cas en produits locaux qui est équivalent que celui en produits bio, ce serait interpellant ; parce que vous allez me poser la question, « est-ce que les gens préfèrent les produits locaux ou des produits bio ? » Donc vous voyez ce que je veux dire. Et j'ai beaucoup de produits bio dans mes produits locaux.

Est-ce que les produits locaux sont comme les produits bio et vont atteindre un certain marché sans pouvoir spécialement convaincre plus de personnes ? Ou pensez-vous qu'ils peuvent aller au-delà ?

D'abord je pense que c'est ça notre métier de tous les jours, et vous le traduisez bien, c'est qu'on doit répondre à ces différentes perceptions des clients. Par définition, un produit bio est légalement défini. Donc qu'il vienne d'Argentine ou de Belgique, un produit bio est un produit bio, tant qu'il y a reconnaissance des règles. Après vous me direz, oui mais le produit d'Argentine, il doit traverser l'Océan donc il a une charge carbone beaucoup plus chargée ; et ça pour le moment on ne le mesure pas encore, mais c'est sûr qu'il est moins bio quand il vient de l'autre bout du monde que quand il est fait chez nous. Ça c'est dans la perception bon. Après, on dit produit bio ; comme les produits locaux, on dit que c'est une mode, mais vous savez, et c'est ce qui est le plus dangereux tout ce qui est une mode, ça se démode le plus vite. Donc pas définition, et par expérience historique, on peut dire que le bio est bien ancré dans la tête des gens. Par contre, si on fait un bilan, globalement pour le secteur du commerce, la pénétration du secteur bio est entre 3 et 5%. Aujourd'hui de ce qu'achète globalement en alimentaire, si je ne me trompe pas, il faudrait vérifier ce que je dis. Il faut voir sur biogarantie, vous aurez sûrement des chiffres plus exacts. Donc c'est-à-dire qu'à un moment donné, vous avez dans un la croissance, une forme de plateau, et qui reste plus ou moins stable. Et je pense qu'avec les produits locaux, ça va être plus ou moins la même chose. Alors vous allez me dire, oui mais pourquoi on ne pourrait pas imaginer que si tout le monde veut des produits locaux, on n'achète pas plus que des produits locaux, et on arrête avec les autres ? C'est parce qu'on ne se figure pas des quantités qu'il y a à produire. Vous savez, on dit toujours, ah mais il faut aller acheter ses produits à la ferme ; si tous les gens de Tilff devaient aller au magasin à la ferme plutôt que d'aller au magasin, je ne vous dis pas les dégâts. C'est impensable logistiquement parlant. C'est impensable, je veux dire, il y a des tailles, il y a des échelles, qu'on ne mesure plus, tellement on a l'habitude d'avoir la grande surface. Mais quand vous regardez ce que traite la grande surface, le flux de clients qui passent là, des passages en caisses. Des enseignes comme la nôtre, c'est 650 000 clients qui viennent tous les jours, c'est énorme. Après vous avez tous les autres qui sont aussi bons que nous. Donc vous vous dites il y a 10 millions de belges quand même, on ne va pas régler ça par quelques fermes. Ce que je veux dire, c'est la relativité dans les tailles. Donc, chaque circuit à un moment donné, il a ses limites volumétriques. Que ce soit en termes de production, que ce soit en termes de capacité de répondre à la demande du client. Parce que maintenant même, s'il avait tous les clients autour, eh bien il ne saurait pas, ou bien il serait obligé de réinventer des circuits plus grands, et puis à force de réinventer des circuits plus grands, il va réinventer ce qui existe.

J'ai bien conscience qu'on ne peut arriver à ce niveau-là, puisque le nombre de ferme en Wallonie n'est pas suffisant ; mais est-ce que vous pensez qu'avec les produits locaux, on peut aller plus loin que ce qu'on a avec les produits bio ?

J'oserais poser la question, pas en termes de consommation, mais en termes de production ; Combien est-ce que j'ai aujourd'hui de producteurs locaux, et jusqu'où je considère qu'ils font de la production locale, en termes de volumes etc, ce qu'on a discuté. Et j'essayerai plutôt de partir de cet axiome là et je me dirais « tiens, est-ce que j'ai le nombre de clients possible pour ça. Mais là vous allez me dire, oui mais je ne sais pas dire si moi je vais grandir demain, parce que le but de mon mémoire, c'était de savoir aussi, est ce qu'on peut les encourager à produire plus.

Je crois qu'à un moment donné, vous allez atteindre un plateau, parce que, qu'est-ce qui sous-tend toute cette réflexion, je veux acheter local, je veux acheter belge, je veux acheter régional, d'abord Wallon par exemple, parce que le ministre wallon, il pousse le wallon à manger wallon. Enfin il ne sait pas combien de produits wallons il mange déjà par jour, plus que flamand. Et puis l'un dans l'autre, si vous faites ce bilan-là, c'est parce qu'on ne veut plus acheter des produits qui viennent de trop loin, parce qu'il y aurait eu des scandales, ou parce qu'on ne maîtrise plus telle ou telle chose. Donc ça veut dire que tout ça est rattaché au fait qu'il y a une forme de repli sur soi. On ne veut plus de produits qui viennent de Chine, et on veut des produits plus belges que belges. La preuve en est que Carrefour a sorti un slogan qui s'appelle

'Belgétarien'. Moi j'ai été vexé quand on a sorti ça, parce que j'ai toujours acheté et veillé à acheter des produits belges. Que j'aie chez GB ou chez Carrefour. Et aujourd'hui on me dit « deviens Belgétarien », mais moi j'ai toujours acheté belge parce que j'ai toujours trouvé des produits belges. Alors si aujourd'hui l'action consiste à ré-habiller de quelque chose qui est réalité depuis 10 ans, alors c'est du marketing. C'est parce que le client veut acheter local, veut acheter, belges, alors on va mettre un drapeau sur les produits.

Donc pour répondre à votre question, il faut d'abord faire un bon état des lieux, parce qu'on serait étonnés. Bien sûr que dans le rayon, il y a des pommes qui viennent d'Afrique du Sud ; c'est scandaleux puisqu'on a des pommes chez nous. Mais pourquoi on les achète ? peut-être parce que vous les trouvez bonnes. Mais si vous ne les trouvez pas bonnes, qu'elle n'est pas meilleure que la pomme belge, et qu'il y a de la pomme belge ; vous achetez j'imagine la pomme belge. Alors évidemment, si vous me dites, moi les pommes belges je ne les vois pas dans votre magasin, alors vous avez raison en disant « ici il y a quand même une opportunité de mettre mes pommes belges », et donc il faut faire un cadastre. Mais je crois qu'aujourd'hui, quand vous entendez les problèmes ; et ça vous pouvez aller voir chez Coméos, tous mes collègues, tous tous tous, nous avons été interpellés par le monde agricole qui est en faillite, et de toute part ; on a tous pris des engagements, on vend des produits belges. Et si après on descend au niveau du produit local, il y a des opportunités pour ces produits-là, nous l'avons d'ailleurs quelque part réveillée quand nous avons lancé l'opération en son temps avec Romano, il y a des ça 5 ans ; les GAC et autres ne fonctionnaient pas aussi bien il y a cinq ans que ce qu'ils fonctionnent aujourd'hui.

Je veux dire qu'en parallèle, quand on a réveillé quelque chose et aujourd'hui vous trouvez des tas d'initiatives qui disent, mais Carrefour avait lancé un pavé dans la marre avec ça, parce que vous n'aviez jamais regardé bien les échos de presse, on ne parlait pas autant de produits locaux que quand on a lancé ça. Et alors, on s'est fait interpellé. Donc il y a eu un phénomène qui s'est lancé, qui est réel et qui correspond à une attente actuelle de marché. Est-ce que ça va durer ? Eh ben moi je l'espère, parce qu'il faut faire vivre nos producteurs locaux ; et je pense que chaque citoyen doit se mettre en tête qu'il doit d'abord favoriser des produits de chez lui. Ne fuse que par rapport au climat, ne fut-ce que par rapport à l'environnement, ne fut-ce que par rapport à l'économie locale. Ça doit. Est-ce qu'on peut imposer ça ? Je ne sais pas. Et si on se fait dépasser par des produits qui auraient d'autres atouts et qui viendraient de l'étranger, on ne peut pas blâmer ; et on dit toujours que le belge a cette réputation. L'innovation, c'est en Belgique que vous la trouverez au niveau Européen, de nouveau à cause du port d'Anvers, puisque toutes les nouvelles choses, arrivent à Anvers, et se diffusent à partir d'Anvers, et donc le belge a dans ses tripes ce sentiment d'ouverture vers les nouveautés, et ça vient de Flandres, mais également en Wallonie. Et donc on a ce tempérament d'être ouvert sur les nouveautés. Et par rapport à ça, le contexte de la localité, de j'achète local, je veux le produit du champ qui est en face de chez moi, ça vient contrebalancer ça. Et je pense qu'il revient sur une pénétration tout à fait légitime qui j'espère va encore un peu grandir, mais jusqu'où, ça je ne sais pas vous dire. Mais comme je vous dit, si demain on atteint de pourcentage de pénétration qu'on a du bio et autre, du 3 au 5%, c'est bien. Dans notre secteur, parce qu'à côté de ça, dans les secteurs spécialisés, eux ils sont à 100%. Mais ils ont un chiffre et une clientèle qui est proportionnée à ce qu'ils vendent. Nous c'est un autre circuit ; et si je peux le faire grandir plus, je le ferai grandir plus, il n'y a pas de problème chez nous.

Et n'avez-vous pas l'impression d'avoir une demande, au sein d'un même magasin, plus grande de la part des clients ? Et qu'il y aura cette demande pour un rayon plus large ?

Si, elle grandit. Aujourd'hui pour vous rassurer, on est toujours en phase de croissance après cinq ans. Mais donc comme on l'a mentionné, il y a une croissance liée à la croissance spatiale, et puis il y a une croissance liée vraiment à une demande qui s'intensifie. Quelle est la part de l'une et de l'autre. On pourrait la chiffrer, on a les chiffres pour ça. Mais dans tous

les cas, on voit que pour la croissance spatiale, elle va s'arrêter, puisque j'aurai atteint tous mes espaces de vente.

Mais donc là on parle de marchés qui existent déjà.

Mais est-ce que pour autant, je vais arriver à créer plus. S'il achète ses fraises et ses légumes locaux, est-ce que qu'il va se dire tiens je vais prendre la bière locale traditionnelle, tiens il y a une eau locale. On va voir... On peut dire aujourd'hui, qu'on couvre toutes les unités de consommation, les unités de besoins du client en produits locaux. Alors ici on a cette tendance qui arrive, mais elle ne va pas se substituer aux systèmes existant, il y aura un certain équilibre, quand on va parler aujourd'hui, quand vous voyez malgré tout, nos produits laitiers, tous nos magasins vendent des produits laitiers artisanaux, dans la masse de ce que nous vendons de produits laitiers, on est dans un rapport de 2 ou 3%.

Un pourcentage qui est à ajouter aux achats directement auprès des initiatives de produits locaux ?

Oui mais si vous prenez les GAC, ce sont des circuits qui pour nous ont tout à fait leur place dans la société aujourd'hui, mais il faut voir chez eux où sont les tendances. Peut-être que demain on va ouvrir plus de magasins rien que de produits locaux ; on va voir, il faut leur laisser le temps. Et c'est ce que je dis à Frank, chapeau pour l'initiative qu'il a lancée. S'il nous prouve que ça tient la route, en restant toujours sur des produits locaux, et qu'il peut en développer encore deux-3 autres, tant mieux. Et puis on va voir ce que ça donne ; et puis peut-être qu'un jour, nous aussi on en fera des comme ça. Mais vous dire à 5 ans, 10 ans, ça je n'oserais pas vous dire que ça va représenter l'essentiel du marché. C'est ça mon hésitation.

Et dans votre perte de chiffre d'affaire, vous ne savez pas calculer si c'est parce que ces gens-là partent vers les initiatives de circuits courts ?

Non, faire le lien de cause à effet ça pas. Parce que vous avez toujours dans les besoins d'achat du citoyen tout une sorte de besoins qu'ils viendront chercher chez nous. La cannibalisation a un moment donné, elle doit se faire, parce qu'évidemment ce qu'on achète d'un côté, on ne l'achète plus de l'autre, donc votre question a du sens. Mais comment est-ce qu'on la mesure ? On ne la mesure même pas dans nos magasins. Vous voyez quand j'ai introduit les produits locaux, on aurait pu se dire, la charcuterie locale, elle ne va plus se vendre de l'autre côté, eh bien non. Et même mieux, on vend parfois plus ; parce que le client vient, il a vu le produit local, il va se l'acheter à un moment donné et comme c'est un autre rapport qualité-prix, donc il ne faut pas oublier, ce n'est pas le produit tout-venant ; et en même temps il prend son produit local, parce que son produit tout venant, il va peut-être le prendre parce qu'il y a une fête à la maison. Il faut voir de quel produit on parle. Après vous avez par exemple un produit qui rentre de plus en plus dans les mœurs, c'est les jus de fruits. Mais à un moment donné vous allez me demander si on parle encore de production locale ou artisanale ? Parce qu'ils grandissent tous, et à un moment donné, on se retrouve devant un industriel qui lui fait les jus, il les fait simplement d'une autre façon ; il joue avec les productions locales, comme le font aussi les grands industriels, simplement qu'eux parfois ils en ajoutent d'autres qui ne sont pas nécessairement locales. Et puis à un moment donné, vous avez les circuits qui se re-mélangent, qui re-grandissent, et puis qui reprennent une structure. Parce que à un moment donné par exemple s'il veut exporter, il va se poser la question si pour l'exportation il doit continuer à utiliser des pommes locales. Peut-être que non ; je peux me permettre d'aller chercher ailleurs. Et petit à petit, il revient vers le modèle qu'on connaît. Donc où est le juste milieu là-dedans ? Tout va toujours vers le juste milieu. Moi je pense qu'il faut garder, et c'est pour ça que je me bats tant dans mon introduction, sur l'originalité du circuit, la charte qui va derrière, la relation inversée entre commerçant et producteur, parce que se projeter au-delà de ça, plus loin, c'est refaire ce qu'on a fait. J'exagère un peu, et ce n'est pas nécessairement négatif puisque c'est pour servir la volonté du plus grand nombre. Mais le plus grand nombre,

veut avoir le plus grand volume, et puis vous êtes repartis... Et c'est pour ça qu'il faut se poser la question.

Dites-vous bien dans votre travail, au-delà d'additionner des chiffres, c'est une notion philosophique également, jusqu'où voulons-nous aller ? De quoi parlons-nous, jusqu'où iront-nous ? Et dans votre question de « est ce que c'est possible pour toute la population de revenir à une alimentation tout à fait indigène ? ». Si demain tout le monde fait son potager dans son jardin, est-ce que je vais encore vendre des légumes ? Je sais qu'il y a des choses que je vendrai moins ; mais en tant que commerçant, vous savez ce que je vais faire, je vais essayer de vous trouver de nouveaux produits, qui seront différents, plus gouteux, qui auront de meilleures caractéristiques pour la santé, etc, et je vais essayer de vous séduire avec ça. Et vous vous direz oui, j'aime bien les produits de mon jardin, mais je ne sais pas cultiver celui-là. L'offre et la demande, sont en perpétuelle évolution. Et je pense qu'on a démontré aujourd'hui, que le marché des produits locaux avait sa réalité, mais regardez les produits bio, quand il a été lancé au début, avec purement des magasins bio, on en parlait très très peu. Quand est-ce qui s'est développé ? Quand la grande distribution s'y est mise. Parce que vous avez là un circuit de masse ; et dès qu'il est entré dans le circuit logistique de masse, automatiquement il s'est développé. Et aujourd'hui vous pouvez voir ce que représente la vente des produits bio par la grande distribution, ça représente 60%. Et ça ne fait que grandir, mais je veux dire c'est lié au circuit qui existe de commercialisation. Alors est-ce qu'un jour ce circuit-là sera pas terre sur un point tel qu'on n'en sera plus qu'à consommer ce qu'on a fait dans son jardin, je pense qu'il y a de la marge. Et c'est donc ça un peu les différentes dimensions dont vous devez tenir compte et d'essayer d'avoir des conclusions tout à fait réalistes. Pour moi un producteur local il a tout à fait sa place, et demain plus il voudra en faire, plus il devra s'équiper, en infrastructure, en personnel, en logistique, etc.

Si je vous dis que les ventes ont doublée, évidemment, par rapport à quoi ? Elles ont triplées, non elles sont fois 10, mais évidemment par rapport à la première année. Alors évidemment, quand, au premier jour je faisais 100, aujourd'hui je fais 1000. Donc c'est là que vous devez être très prudente dans l'analyse des chiffres. Si je devais vous donner une échelle de comparaison ; et je prends toujours l'échelle de comparaison des produits biologiques, je peux dire que j'ai une croissance beaucoup plus rapide pour le moment, par rapport à la croissance des produits bio, parce que le bio est déjà sur un certain plateau. Et que maintenant il y a une deuxième part de marché qui est en train de se faire. Et je reste convaincu que le produit bio va encore se développer, et il se développe d'ailleurs en synergie avec les produits locaux, puisque l'un alimente l'autre. Et ce sera peut-être d'abord et heureusement le bio local qui sera favorisé, et non pas le bio d'outre atlantique ou du fin fond de l'Europe. Donc de ce côté-là, en Belgique, il y a un potentiel de croissance. Après, par quel canal ? Par la grande distribution, par les GAC, pas la ruche qui dit oui ? quand demain la ruche qui dit oui doit ouvrir 800 points de vente en Belgique, ce n'est plus la ruche qui dit oui... Donc l'un dans l'autre ce sera quelque chose à voir.

Il faut toujours partir dans des raisonnements extrêmes, quand vous me posez une question. Quand vous me dites que demain chaque ferme au lieu d'avoir 200m² d'étable où ils ont quand même moins de bêtes aujourd'hui, on fait 200m² d'un petit magasin, dans chaque ferme. Est-ce que ce circuit-là pourrait fonctionner ? Peut-être s'il y en a assez, s'ils parviennent à couvrir les attentes de clients ou autres, qui ne souhaitent quand même pas attendre comme des fous pour être servis et que ce système logistiquement à un sens ; mais il y a une autre logistique dont on n'a pas parlé et qui se développe aujourd'hui, c'est le digital, c'est le e-commerce. Peut-être que c'est là qu'on va faire exploser les compteurs. Parce que le consommateur n'a pas à aller dans toutes les fermes, vous ne pouvez pas passer votre journée à faire vos courses, et quand on voit aujourd'hui, au plus vite ça va, au mieux c'est. Mais limite ils jouent avec les GSM et ça doit être livré à la maison. Donc moi ce que je dis, c'est qu'il faut réfléchir à la façon dont le circuit logistique à mettre en place, pour faire exploser de plus en plus tel ou tel marché. Maintenant j'attire votre attention aussi, sur d'autres paramètres ; si vous produisez

plus, ou plus intensément, attention aux normes sanitaires, à telle ou telle chose. Parce que vous ne maîtrisez plus votre production quand vous le faites à un volume fois 10 ou quand vous le faites à un volume fois 1. Donc c'est plus vous avez des clients, la première chose qu'on a dit à nos producteurs locaux, c'est soyez bien prudent, soyez bien en ordre avec l'hygiène, avec la sécurité alimentaire, parce que vos produits vont être mis en évidence dans nos magasins. Donc ils vont être prélevés, ils vont être analysés, parce qu'il suffit d'un scandale, avec une salmonelle pour qu'on détruise tout un phénomène. Moi si je vous dit qu'un produit local est contaminé par une salmonelle, et que ça va dans la presse, demain tout le monde va dire « plus de produits locaux ».

Mais inversement, c'est aussi à cause des tous les scandales de l'agro-alimentaire industriel que les gens en reviennent à ces systèmes alternatifs.

Et comme dans l'autre cas, exactement. Dans certains cas, c'est vrai, dans d'autres cas malheureusement on a eu le contraire. Des produits bio qui ont fait pas mal de mort, et on n'a pas trop dit que c'était bio, avec du soja contaminé etc.

Donc je veux dire que chaque circuit, à un moment donné, quand il grandit, est soumis à des défis qui chaque fois, ce sont des contraintes qu'il faut mesurer.

Peut-être que la solution se trouve dans la démultiplication des initiatives locales, c'est-à-dire garder une taille critique acceptable et faisable, et simplement de les démultiplier. Localement, c'est l'histoire démesurée d'un magasin dans chaque ferme, ou bien alors c'est via l'internet, qu'est-ce qu'on peut faire avec l'internet. Et ça tous les acteurs sont dessus ; d'ailleurs Romano y est occupé aussi si je ne me trompe pas. J'étais d'ailleurs invité cette semaine où ils sortaient leur site des produits locaux, livraison à domicile si je ne me trompe pas. Ça va avoir un impact chez nous aussi, on y regarde, et croyez bien que dans tous nos états-majors, chez tous les collègues concurrents aussi, on sait qu'on va devoir bouger et on sait qu'on va devoir s'adapter. Rien n'est acquis ; dans le monde du commerce, rien n'est jamais acquis.

Avez-vous des retours des producteurs ? J'ai eu par exemple un producteur qui a travaillé avec Carrefour et qui n'est pas resté longtemps.

Vous êtes arrivé à trouver le producteur. Ce monsieur, ce serait intéressant d'avoir son nom et sa situation, parce que peut-être que c'était lui qui ne voulait plus venir livrer. Parce qu'on a eu, dites-vous bien quand même, qui a un moment donné, partent du principe qu'ils ne veulent pas leurs produits dans la grande distribution, et d'autres qui ont essayé, mais qu'au bout ce n'est pas ce qui les convient. Par contre ils sont quand même contents d'avoir eu le chiffre d'affaire, d'avoir été payé correctement. Donc de là à dire c'était foireux, ils s'en foutaient de mes produits, je ne pense pas sinon on n'en aurait pas autant aujourd'hui. Lui avait un cas bien particulier, et ce serait intéressant de creuser.

Mais cela dépendant également de chaque magasin j'imagine, de l'attention que porte le magasin à ce rayon ?

Tout à fait, encore une fois, c'est la relation entre producteur local et équipes magasin. Et ce sont des relations humaines, dont parfois ça ne se passe pas toujours très bien. Et donc quand ça ne se passe pas bien, on doit aussi oser le communiquer et le dire. Et c'est pour ça qu'il y a des responsables intermédiaires, et c'est pour ça qu'on a mis ça en place par région, et c'est pour ça qu'on fait un bilan tous les trois mois avec eux, qu'on les écoute en séance plénières. Ils racontent ce qui ne se passe pas bien, et là où ça a foiré ; et parfois ça ne s'est pas bien passé. Mais parfois aussi rien qu'aux yeux du producteur, parce qu'il y en a à qui il faut expliquer 10 fois comment faire une facture, et qu'à la onzième fois, ce n'est toujours pas fait correctement. Alors il s'étonne qu'il ne soit pas payé ; mais à un moment donné, je ne sais pas moi, mettre une personne juste pour s'occuper de sa facture. Donc il y a aussi une régularité

et de la rigueur qu'il faut pouvoir développer. Et donc il y a de temps en temps des cas ; mais on s'entend toujours, et ou bien il faut reconnaître honnêtement que vous n'êtes pas fait pour entrer dans ce système. Parce que moi je veux bien nous mettre nous au maximum à la taille du producteur local, mais je ne peux pas le remplacer. Et vous avez des producteurs locaux qui pensent qu'ils peuvent produire, sans être enregistrés à l'AFSCA. Oui mais tu sais ils travaillent dans leur garage, et ils font de bonnes gaufres locales. Vous pouvez vanter l'excellence de leur produit, mais vous ne leur avez pas posé la question s'il était enregistré à l'AFSCA. « Ah surtout pas, je ne veux pas entendre cette bande de cons, ils ne me comprennent pas, ne comprennent pas ce qu'on fait. Je ne veux pas entendre parler de ces connards. » Mais ça, ça ne fonctionne pas. Et ça existe, et donc ils font la publicité de ces gens-là, mais ça c'est inacceptable. Dans le monde des producteurs locaux, il y a de tout aussi, donc il faut relativiser ce qu'on a.

Les principaux freins au développement ?

Aujourd'hui je dirais que c'est de faire connaître leur savoir-faire. Pour se développer, il vous faut à un moment donné vous faire connaître ; il faut aller vers l'autre, il faut dépenser du temps dans du commercial, et donc ceux qui veulent agrandir leur parc, ils doivent avoir cette possibilité de... Jusqu'à maintenant, nous sommes allés les chercher, nous sommes allés les trouver ; alors les $\frac{3}{4}$ ne s'étaient pas présentés spontanément à nous. Alors à un moment donné ils se sont demandé « Pourquoi est-ce que j'irais mettre mes produits chez Carrefour », mais il n'en reste pas moins vrai, qu'il y en a beaucoup qui n'ont pas ce tempérament d'aller vers. Et il y a d'autres choses où on doit les aider au maximum, ce n'est pas notre rôle, mais ça c'est le rôle d'autres associations provinciales et autres qui sont là pour ça, c'est de les aider à faire connaître leurs produits, à faire connaître leur savoir-faire, pour qu'ils soient p-ê plus sollicités et qu'ils puissent alors à ce moment-là, étendre leurs opportunités commerciales. S'ils le souhaitent !

Encore une fois, moi je préfère partir d'eux pour aller vers le client, plutôt que de partir du client et d'essayer de les changer eux. Parce que c'est là où on se trompe, quand on veut trop les changer. Et c'est pour ça qu'il y en a certains qui n'ont pas pu, même rentrer chez nous, parce que je dois reconnaître, il y a un minimum de chose comme par exemple faire une facture. Je ne vous dis pas, mais on a parfois eu une facture qui ressemblait à un carton de bière, avec un montant et une quantité. Le nom, on a dû tout apprendre, mais je veux dire c'était normal, et ce n'est pas négatif ce que je vous dis. Et ça vous démontre qu'on a trouvé parfois les plus petits, les plus locaux, du plus locaux ; mais à un moment donné il faut reconnaître qu'ils doivent quand même être reconnus par l'AFSCA, sinon je les mettais moi-même en danger. Donc quand je dis qu'on a du tout faire pour essayer de se mettre au niveau de, on a dû aussi, et c'était le rôle de Romano et autre, qu'il y a un minimum qui est respecté. Dans nos circuits, il n'y a rien à faire, c'est à prendre en compte.

Donc voilà, pour les aider plus à se développer, c'est faire connaître leurs produits, et puis surtout, qu'ils sachent eux-mêmes jusqu'au ils veulent aller. Et à partir du moment où ils savent eux-mêmes jusqu'où ils veulent aller dans le développement, le développement va se faire. Parce que comme ils l'ont conçu, ils peuvent s'y atteler. Alors ils auront besoin certainement de l'aide bancaire, de l'aide marketing etc, mais ça il existe des structures publiques pour les aider. Mais fondamentalement se faire connaître reste pour moi un challenge évident pour beaucoup d'excellents producteurs locaux.

Savez-vous quel genre de clientèle s'intéresse à ce rayon produit local ?

Je vous répondrais en fonction des magasins. Est-ce qu'on a par exemple un magasin dans une région bien précise qui fonctionne mieux qu'un autre. C'est peut-être du côté rural qu'on a un écho moins prononcé parce qu'on est dans le monde rural, donc ils n'ont pas

spécialement besoin de venir chercher au magasin. Par contre, dans les grandes villes, c'est fulgurant. Donc là vous avez déjà ces connotations qui existent.

Dans un deuxième temps il y a le rapport qualité/prix ; ça veut dire que dans certains quartiers ça fonctionne mieux que dans d'autres, ça c'est certain. Dans certaines enseignes, par exemple chez Rob, il y a beaucoup de produits locaux et ça fonctionne très bien. Rob, notre magasin de Luxe. Et beaucoup de producteurs locaux sont fiers parce qu'ils disent « vous avez vu, on est déjà chez Rob ». Mais c'est pour vous dire, c'est un autre environnement socio-économique. Et donc il y a ces différences qui existent, et c'est eux qui doivent mesurer ça dans leur intérêt. Le rôle de la distribution a toujours été de socialiser au plus grand nombre l'accès aux produits. Mais ça nous a amené aussi à sortir des produits 'entrée de gamme' ; qui ne sont pas spécialement ceux qui sont le plus mis en évidence. Et que parfois, nos détracteurs nous reprochent, parfois avec raison. Donc dans ce cadre-là, il faut encore voir où on veut se positionner.

Le produit local, où est-il positionné dans votre assortiment ?

Moi mon assortiment j'ai des produits 'entrée de gamme, donc premier prix. J'ai des produits 'cœur de gamme', qui sont des produits à la marque de Carrefour, comparé aux produits Danone, Unilever, Coca. C'est 30% moins cher et c'est de qualité équivalente. C'est le slogan. Et mes concurrents font la même chose ; il n'y en a pas un qui fait mieux que l'autre. Et puis j'ai les produits qu'on appelle 'Haut de Gamme'. Et dans les produits haut de gamme, ce sont des produits de marque, mais avec un plus signifié. Danone n'est certainement pas haut de gamme, Danone est un cœur de gamme. Chez nous, on s'est demandé où est-ce qu'on allait positionner le produit local. Eh bien, il est dans le bas du haut de gamme, mais il est dans le haut du cœur de gamme. On ne veut pas en faire un produit exclusivement haut de gamme, quoi qu'on en a ; parce que c'est dans le cas où, avec le producteur local, c'est son vœux. Il dit « moi il coûte autant, mais il a telle valeur ». Donc il a son niveau. On ne peut pas avoir d'entente sur les prix, soyons très clair. Mais nous notre philosophie a été de mettre directement le produit à ce niveau-là. Donc qu'est-ce qu'on fait ? On teste les produits des producteurs locaux ; et on les compare avec des produits similaires, dits « traditionnels », du cœur de gamme et de haut de gamme ; pour voir où il se situe. Et on redonne souvent l'info au producteur local, on lui dit « tiens, votre produit il est plus ou moins à ce niveau-là » ; et ça lui permet à lui aussi de voir s'il veut l'améliorer au pas. Maintenant, il y a parfois des critères valorisants, différenciant, que je ne sais pas mettre sur mon produit industriel, et que lui sait mettre. Et donc on lui dit « mettez-le en évidence, profitez-en ». Et donc toute la réflexion elle est là ; on ne doit pas avoir une réflexion de masse, de volumes de produit, on doit avoir une réflexion de qualité-prix de produit, en termes de durabilité. Je pense qu'il serait dangereux de pousser nos producteurs locaux, de sortir des produits qui doivent rentrer dans le cœur de gamme, pour avoir un prix plus bas et faire un volume plus important. Et donc là je crois qu'il faut avoir cette réflexion, on ne va pas non plus en faire un produit qui est très haut de gamme, un produit de niche. Par contre, supposons que l'artisan qui le fait est unique en son genre, lui il va vous dire « je suis le seul à le faire ; c'est un produit unique, donc je peux me permettre de le faire ». Si demain il dit « je vais produire 100x plus », eh bien il peut, mais son produit point de vue qualité, il va baisser de toute façon. Et c'est là dans la réflexion qu'il faut se dire « mais ce produit du producteur local, où est-ce que je veux le mettre ? ». Vous savez, la récolte de pomme-de-terre qu'on peut acheter à la ferme ; dans la grande distribution, c'est trié, c'est calibré, etc. Moi je m'en fous que la patate elle soit tordue et qu'elle ressemble à une carotte. Là vous êtes sur un produit qui sera sur un produit local, mais jugé d'entrée de gamme, puisqu'il y aura nettement moins de manipulation, il sera moins cher. Et ce type de produit là peut aussi exister dans les produits locaux. On en parle, pour éviter le gaspillage alimentaire, certains mettent en place des circuits dans le rayon avec des carottes tordues, etc ; comme ça on ne les jette pas, on ne les donne pas aux cochons, on les vend plutôt aux citoyens. Si c'est la mode et que ça plaît aux citoyens, on ne va pas se priver de le faire évidemment. Mais évidemment les prix sont beaucoup plus bas. Donc ce genre de gamme de produits locaux peut exister également ; je n'ai pas dit que tous les produits locaux devaient être des

hauts de gamme, vous voyez tout est relatif. Mais peut-être que vous vous direz, j'habite à côté de la ferme, j'ai vu la patate grandir, elle est ce qu'elle est, je la mange.

Donc les gens qui achètent seraient plutôt d'une classe sociale moyenne à élevée ?

Vous avez raison, mais ça n'empêche qu'on va quand même essayer de mettre ; et d'ailleurs vous avez des produits tout à fait abordables que vous trouvez sur le marché. Donc ne croyons pas que ces produits soient automatiquement réservés à une clientèle définie. Encore une fois, c'est comment le commerçant les présentera et les vendra. Si vous êtes dans un magasin de très haut de gamme, je vais vous prendre le produit et vous le vendre comme un produit de très haut de gamme. Est-ce que je pourrai retrouver le même produit, vendu par autre commerçant, mais en cœur de gamme, c'est p-ê possible.

Après bien sûr, une carotte belge n'est pas juste une carotte belge, sa qualité varie selon qu'elle vient d'un sol limoneux, caillouteux etc. et donc les variations de prix sont tout à fait justifiées. Après, c'est la compréhension par la clientèle du produit, de son goût. Et on a cette chance, que l'on peut tester énormément de choses chez nous, et on a d'excellents produits locaux qui sont des cœurs de gamme, et qui marchent bien. Ce qui a le plus touché lors d'une mini enquête qu'on avait faite, c'est ce que Roos a pu nous dire. Le critère qui ressortait le plus souvent était qu'on faisait vivre l'économie locale. Et ça, je trouve que c'est intéressant. Après il y a des connotations ; on croit que parce que c'est proche, c'est plus sain, c'est plus sécurisé, ou c'est plus ceci. Mais non, c'est lié au mode artisanal ; parce que dans de grandes usines artisanales au sol blanc, en comparaison avec le producteur local qui travaille dans sa ferme avec le chien, le chat etc. Il y a des images comme ça, qu'on doit éviter. On ne va pas changer les croyances...

Mais donc il y a moyen de trouver à chaque créneau un débouché. Et on n'a jamais mis un produit local en entrée de gamme. Depuis ça peut être possible si je vais vers les fruits et légumes.

4.8 Roos DE WITTE, Vinçotte, Customer Service Manager Agri&Food

[Interview mené le lundi 12 juin, dans les bureaux de Carrefour à Evreux]

Donc j'ai démarré le projet avec Monsieur Légise et je travaille toujours avec lui pour le moment.

Le sujet de votre mémoire donc : « Etude de faisabilité de la commercialisation de produits locaux au sein de Carrefour », comment cela s'est-il déroulé ?

Donc mon étude a vraiment porté sur l'analyse auprès essentiellement de Carrefour Belgium, de qu'est-ce qu'ils devraient mettre en place, qu'est-ce qu'ils devraient améliorer pour mettre durablement et de façon éthique des produits locaux. Et donc là j'ai fait une analyse chez Carrefour, mais aussi chez les producteurs et auprès des provinces, notamment avec Romano Cavalière, pour vraiment aller identifier chez les producteurs, quelles sont les forces et les faiblesses du projet en ce moment-ci. Qu'est ce qui est présent chez les producteurs, et qu'est ce qui manque. Quelles sont les craintes de producteurs de travailler avec la grande distribution. Parce que aujourd'hui, ce monde a évolué énormément en cinq ans de temps. Aujourd'hui si tu dois faire un travail sur le sujet, la littérature ça explose. Là en 2012, c'était encore le début de la tendance, et Carrefour était le premier grand distributeur à mettre ça en place. Maintenant Delhaize le fait aussi, et Colruyt. Et donc c'était vraiment le début de cette collaboration entre les producteurs et la grande distribution. Et donc la Carrefour a fait un grand travail avec les producteurs, de discuter avec eux de mettre en place des conditions particulières, la fameuse charte éthique. En disant aujourd'hui, ben voilà, c'est Carrefour aujourd'hui qui veut les petits producteurs dans ses magasins, ce n'est plus le petit producteur qui veut à tout prix être présent auprès de la grande distribution. Et donc c'est la grande distribution qui s'adapte. Et Delhaize a fait la même chose. Pour le moment il y a Cora aussi, Intermarché, et d'autres qui ont mis en place des pratiques particulières pour ces petits producteurs locaux.

La charte dont vous parlez est donc celle écrite en collaboration avec Hainaut Développement et les producteurs ?

C'est ça oui, donc les sept engagements de Carrefour vis-à-vis des petits producteurs. Et donc comment ces sept engagements ont été définis ? En se basant sur les craintes de producteurs et en se disant que pour pouvoir répondre aux demandes des producteurs et pour pouvoir collaborer éthiquement et durablement, il faut respecter les sept points de la charte. Et donc c'est vraiment le principe de base.

J'ai également fait une étude sur le comportement des consommateurs, et là l'issue c'est qu'on demande de plus en plus de produits locaux, et que c'est vraiment une tendance. Et que les gens ne sont pas contre à priori que la grande distribution y joue un rôle. Je pense qu'il y en a d'autres qui seront contre, mais la plupart des personnes ne sont pas contre, à condition que le producteur reçoive un juste prix et qu'il est traité correctement, qu'il y a toutes les règles d'éthiques qui soient respectées.

Et donc c'est vraiment les trois angles :

Chez Carrefour il y a toute l'analyse, purement juridique du contrat, mais aussi tout le circuit en interne chez Carrefour a été revu. On a construit un circuit à part entière pour ces petits producteurs pour pouvoir garantir les points de la charte. Donc pour pouvoir vraiment dire un circuit simplifié, avec une personne de contact, et pas 10 personnes dans 10 services différents. Et donc la structure qui a été faite chez Carrefour. Et l'approche qui est différente chez Carrefour, donc en quoi ils essayent de se différencier, c'est vraiment le producteur local. Alors que chez Delhaize et je pense que c'est leur force aussi, c'est plus le produit local, on

va plus communiquer sur le produit. Donc Carrefour veut vraiment rester sur cet aspect producteur.

Mais donc Delhaize fait ça depuis longtemps, avec de l'exclusivité, mais je pense qu'ils sont en train de changer leur clause juridique si je peux dire. Parce que la politique de Delhaize c'était un peu dire, « on veut un yaourt de bonne qualité, et donc on va voir un producteur local en yaourt et il va approvisionner tout le pays ou toute la région. Alors qu'aujourd'hui, ils vont plus trouver le producteur et chercher à l'introduire dans l'assortiment, sans que le produit n'ait à être présent dans tous nos magasins.

Chez Carrefour, avant l'introduction de ce rayon local « Produit de notre terroir », y avait-il déjà des produits locaux dans le magasin ?

Il y a deux choses différentes. Donc il y a d'une part les magasins intégrés, qui sont tous gérés de la même manière et dont l'assortiment doit être le même, celui qui est connu et référencé ici par le siège ; et d'autre part, les magasins franchisés. Et les magasins franchisés ils ont une liberté d'assortiment, donc ils peuvent par exemple avoir un pourcentage qui peuvent être libre de ce qu'ils commercialisent. Donc les magasins franchisés, depuis qu'ils existent, ils commercialisent des produits de leur assortiment et donc des produits locaux. Et en Belgique, on a quand même 500 magasins franchisés et donc ça fait énormément de magasins qui proposent depuis toujours des produits locaux.

A côté de ça, il y a chez Carrefour le concept de « Filière Qualité Carrefour ». Et là l'engagement de Carrefour, c'est vraiment de s'approvisionner auprès de producteurs belges, et de rémunérer correctement le producteur en offrant une bonne qualité au client. C'est donc mettre un produit qui se différencie par la qualité, les pommes de terre, les asperges, le bœuf, le porc, la volaille etc ; mais vraiment un produit de bonne qualité avec un juste prix et une bonne rémunération pour le producteur. Et avec aussi tout un onglet environnemental, des bonnes pratiques agro-écologiques etc. Et donc je pense que l'approvisionnement belge chez Carrefour, même s'ils communiquent moins bien là-dessus que Colruyt par exemple, c'est un axe qui est très développé. Si on prend les fruits et légumes par exemple, tout ce qu'on peut approvisionner en Belgique, on le fait. Tu peux voir aussi la campagne Belgétarien une grande campagne qui a eu lieu l'année passée. « Consommons Belge ». Donc là je pense au niveau viande, il y a 2200 fermes en Belgique avec qui Carrefour collabore, et ça va de petites fermes à des très grandes fermes. Parfois ce sont de très petites exploitations, mais de par la logistique qui est mise en place, c'est possible de s'approvisionner auprès de ces fermiers-là. Donc au niveau des viandes, je ne connais pas les chiffres, mais il y a toujours les viandes prix bas, dans les plats préparés, ou il y a sûrement de la viande d'une autre origine, mais sinon, une très grande partie de la viande c'est belge.

Donc cette filière qualité Carrefour, c'était déjà avant cette réflexion sur les produits locaux ?

Oui, et c'était vraiment pour mettre en place des produits de Qualité avec un label Carrefour. Et donc c'était pour avoir le label, parce que nous chez Vinçotte, c'est là qu'on contrôle et ça va depuis d'alimentation du bétail, jusqu'à son abattage, la distribution ; il y a des contrôles qui sont effectués tout au long de la chaîne, pour voir si le cahier des charges est respecté. Par exemple, si on dit que la poule doit avoir x m2 pour être élevée, qu'elle ne peut pas recevoir d'antibiotique, et doit avoir ce type d'alimentation pendant X semaines, nous on va contrôler tout ça, on prend des échantillons pour faire des analyses, et donc toute la chaîne est contrôlée, analysée, et vérifiée. Et c'est un projet du groupe, c'est le groupe qui a mis en place cette filière qualité Carrefour, et donc partout dans le monde il y a des filières qualité. Ici en Belgique, on a nos filières, et puis on a nos filières françaises où les produits sont vendus ici aussi. Prenons par exemple des produits comme les melons, les raisins etc qui sont des produits qu'on ne fait pas en Belgique et donc on pourrait s'approvisionner en produit filière qualité Carrefour de France. Et donc il y a toujours cette charte derrière et l'objectif c'est ce partenariat durable avec des agriculteurs locaux. La différence entre un producteur local et

une filière, c'est que le producteur local c'est vraiment le petit producteur artisanal, et le savoir-faire local. Ce n'est pas nécessairement le producteur qui va faire deux-cent-mille choux ou qui va élever des bovins qui vont après passer à l'abattoir, mais plutôt de dire qu'on a un fermier qui a des vaches, et qui va transformer, qui valorise son lait, qui va en faire des yaourts et le revendre. Donc le petit producteur local c'est vraiment ça, c'est le chocolat, c'est même le thé. Tandis que dans la filière, on va plus travailler avec des groupements. On travaille avec des petites exploitations, mais dans une structure qui permet d'approvisionner tout le pays de façon optimale et donc aussi bon pour l'environnement. Donc si chaque petit producteur doit aller livrer chaque magasin. En plus avec la viande on en est avec les abattoirs. Donc tout ça c'est très fortement réglementés, la législation est là. Donc c'est moins évident d'aller dire « mon cher fermier vient livrer mon magasin », parce que l'abattoir ça se fait plus loin, et le respect de la chaîne du froid tout ça c'est très important.

Par exemple, on a des producteurs qui livrent des tomates, mais on a aussi un autre fournisseur qui a déjà une autre taille, et qui peut livrer au niveau de toute la Belgique, tous les magasins.

Alors c'est là la différence, où local c'est vraiment ton petit producteur qui dans un rayon de 40 km va aller approvisionner les magasins ; et la filière qualité, c'est vraiment des accords au niveau d'un pays, avec parfois des producteurs qui pourraient rentrer tout seul dans le projet, mais qui par la filière qualité Carrefour, rentrent dans un schéma où ils ne doivent pas avoir un abattoir chez eux, ils ne doivent pas avoir un point de découpe chez eux ; parce que tout ça ils ne savent pas se permettre. Et donc ils rentrent beaucoup plus dans une organisation à plus grande échelle, avec un cahier des charges qui leur permet d'avoir une qualité différenciée, avoir un prix qui est plus élevé pour leurs produits et donc de rentrer là-dedans.

Donc Filière qualité Carrefour, est-on encore dans du circuit court, point de vue nombre d'intermédiaire ?

Des fois oui, des fois non. Prenons l'exemple des asperges, il y a le producteur, celui qui distribue et Carrefour. Et donc il n'y a qu'un intermédiaire entre les deux, mais effectivement je pense que ce n'est pas défini en Belgique et donc légalement on pourrait dire que c'est un circuit court. Mais pour moi les circuits courts c'est, il y a aussi une notion d'échelle et de kilomètre. Parce que oui il n'y a qu'un seul intermédiaire, mais d'un autre côté, chaque producteur qui va faire chaque magasin c'est du circuit court court, mais au niveau transport c'est très polluant, au niveau environnement, au niveau commande, au niveau fonctionnement ce n'est pas optimal non plus. Et donc là, un intermédiaire fait-il que tu n'es plus en circuit court ? Tout ça sont des questions difficiles. Après c'est un peu le type d'intermédiaire. Tu as des acteurs logistiques pour les producteurs locaux, et donc qui font ça et qui se mettent au service des producteurs locaux, et puis je pense, dans le cadre des filières tomates et asperges, que nous travaillons avec Univec qui est une très grande entreprise de fruits et légumes, un très grand grossiste, et donc là effectivement c'est un autre type de distributeur. Et donc pour moi non ce n'est pas en circuit court. Parce que peut-être que le producteur il va produire dans la province de Liège, il va aller transporter jusqu'à la centrale à Kontig près d'Anvers, et puis ça va aller dans tous les magasins. Donc là je ne parle plus de circuits courts. Mais chez Carrefour, produits locaux c'est livraison directe et donc circuit court ; et puis la filière qualité où la livraison se fait par la centrale et donc non on ne parle pas de circuits courts.

Le rayon produits locaux est donc celui que vous appelez « produits du terroir »

Oui c'est ça. Et c'est donc le rayon qui est approvisionné en produits de 40km. Les produits filière, eux se trouvent dans les rayons.

Et il y a effectivement un rayon de 40km autour du magasin qui a été mis. C'est pas d'application pour la région de Bruxelles. Et c'est ce qu'on s'est dit, qu'à Bruxelles, on veut avoir une vitrine de tous les producteurs locaux qui ont la possibilité, qui veulent être présent sur Bruxelles. Donc ici on va trouver des produits de producteurs de tout le pays, tout en sachant que seuls ceux situés autour de Bruxelles sont le plus présent, puisque logistiquement

ce sont ceux pour qui c'est le plus facile de venir jusqu'ici. Donc là effectivement parfois il y a des dérogations qui sont faites parce que par exemple on a un magasin qui cherche un producteur de miel, et le producteur de miel le plus proche est à 70km, alors on accepte. Parce que c'est le seul qui accepte de travailler avec nous actuellement, donc on accepte qu'il aille jusque là-bas, tout en sachant que si on trouve un producteur de miel plus près, c'est celui-là qu'on favorise. L'objectif c'est vraiment de favoriser les producteurs qui sont autour du magasin, d'offrir une vitrine aux producteurs situés autour des magasins.

Donc par exemple, le jus de pomme Belhem qui se trouve dans le Carrefour du Hainaut se retrouve aussi à Bruxelles parce qu'il a été référencé en tant que produit local ?

Lui c'est un pirate. Il essaye d'être partout, moi aussi je l'ai déjà vu dans pleins de magasins. Quand on parle des magasins Carrefour, les magasins franchisés de la côte, ils ont le droit d'avoir les jus Belhem. Les magasins franchises souvent ils ont le droit de faire ce qu'ils veulent.

Donc parmi les magasins franchisés, certains se mettent des critères plus ou moins strictes. Tout simplement, on a par exemple des gaufres qui viennent de la région de Liège, des gaufres **Mattaux**, ça se vend comme pas possible et donc ils se disent que si ils peuvent avoir ça, ils sont intéressés. Donc pour eux c'est même plus un produit local, c'est un produit intéressant pour avoir de bonnes ventes.

Point de vue fixation de prix, c'est donc les producteurs qui choisissent le prix auquel le produit sera mis en vente ? En général le prix conseillé est le prix au magasin à la ferme, si le produit paraît trop cher, vous pouvez conseiller de baisser le prix, mais c'est le producteur qui a le dernier mot ?

Oui c'est ça.

Point de vue stock, qui prend le risque ? Carrefour donc ?

Tout ce que Carrefour achète, c'est pour lui, donc tout ce qui est casse, les pertes, tout ce que le magasin doit jeter c'est pour Carrefour. Il n'y a pas de reprise ou quoi.

Point de vue quantité, il n'y a pas non plus de restriction donc.

En effet. Si on commande vingt paquets et que le producteur nous dit qu'il n'en a que dix, il nous livrera ce qu'il a ; et peut-être alors qu'on ira s'approvisionner auprès d'un autre qui en aura un peu plus.

La convention lie-t-elle le producteur pour un certain nombre d'année ?

Non, le contrat est à durée indéterminée. Et donc il peut être arrêté des deux coté, avec un préavis bien évidemment ; mais ce n'est pas limité dans le temps donc.

Donc si un producteur nous dit qu'il va travailler avec nous une saison, et donc c'est ça qui est très chouette avec ce lien direct entre le producteur et le magasin, c'est que souvent il a un feedback assez rapidement ; ça marche ou ça ne marche pas. Si ça ne marche pas, je vous conseille de faire ça ou ça, par exemple de réduire votre packaging parce qu'un produit à 19€ personne n'achète ; donc faites votre produit dans un plus petit emballage, et si c'est à 8-9€, les gens vont plus vite acheter. Donc ça c'est vraiment un échange, un retour qui se fait.

Parce que ce serait intéressant de rencontrer les producteurs et d'avoir leur avis.

Point de vue des ventes, depuis l'instauration du rayon local, avez-vous pu mener des analyses ? Donc le type de client qui achète ces produits, l'évolution des ventes, etc ?

Je n'ai jamais eu l'occasion mais ce serait intéressant. Parce que ça prend du temps de faire l'enquête auprès des consommateurs. Aujourd'hui on n'a pas la capacité techniquement d'analyser ici quel client achète des produits locaux. Donc on n'a pas le profil des clients qui achètent des produits locaux. Au niveau des ventes il y a des chiffres bien sûr, mais là c'est à voir avec Pascal, parce que c'est lui qui communique les chiffres. Mais il y a une énorme évolution, et il y a des très beaux chiffres aujourd'hui, et ce qu'on dit toujours, c'est que c'est un chiffre supplémentaire qui est injecté dans le tissu local ; parce que ce n'est pas parce que le producteur va livrer chez Carrefour qu'il ne va pas faire un autre marché, donc là c'est vraiment un plus. C'est super intéressant, si on retire la marge de Carrefour, on voit l'argent qui a été injecté dans ce tissu local. Donc pour Carrefour c'est un mini montant, mais pour les producteurs c'est quand même un bon montant.

De manière générale, ces produits restent à un prix un peu plus élevé ?

Ça dépend très fort, et ça c'est une autre étude qui serait super intéressante à faire. Comprendre comment les producteurs fixent leur prix, parfois c'est un grand mystère. Et donc je vais prendre l'exemple des yaourts : on a un pot de 125g à la fraise, à 1€, autre yaourt, d'un autre producteur, 125g, à la fraise, à 2€. Et donc parfois on ne comprend vraiment pas. Parfois on comprend si par exemple on a une confiture avec 30% de sucre seulement c'est logique puisqu'il y a plus de fruits donc c'est plus cher. Mais parfois c'est aussi une marque qui est connue par les clients et donc qui se vend plus chère alors que d'autres produits plus chers ne se vendent pas. Le prix, c'est vrai que parfois c'est plus cher, mais moi je trouve qu'il y a des produits aussi où ce n'est pas forcément plus cher. Il y a des produits où c'est vraiment le même prix que si on achète dans le rayon, mais je ne pense pas qu'il faut comparer au premier prix, mais si on compare au haut de gamme. Les charcuteries dans le Hainaut elles sont moins cher que la charcuterie haut de gamme. Mais pour le retail tout ne va pas bien, on peut voir les chiffres dans le journal, donc ce n'est pas un secret, pour le retail c'est dur. Mais les produits locaux continuent à se vendre, ce qui démontre que les gens achèteraient peut-être moins en grande distribution mais plus continue à acheter ces produits qui sont quand même plus chers. Et donc ça démontre quand même une tendance des gens à peut-être plus s'orienter vers ça. Parce que s'ils n'achètent plus en grande distribution, tout le monde doit manger, on peut se poser la question, d'où est-ce qu'ils vont. Et tu dois voir aussi, moi je suis étonnée de toutes les initiatives de produits locaux, ça explose, ça apparaît comme des champignons, et apparemment ça fonctionne. Et ce sont toutes de initiatives qui doivent rencontrer du chiffre, et donc ce sont toutes des personnes qui vont acheter quelque part et c'est ça en moins pour le retail.

L'évolution du chiffre issus de ces initiatives, tout ça serait super intéressant, mais ce sont des analyses énormes.

Que pensez-vous de la GD qui se lance dans le local ? Marketing ou prise de conscience ?

Je pense qu'il faut être honnête. Pourquoi Carrefour fait ça, parce que ce que Carrefour veut, au final c'est du chiffre, des clients, et des clients qui reviennent. Et donc au final ce projet pour Carrefour oui je pense c'est pour l'image, c'est pour proposer un assortiment que les clients demandent. C'est vraiment pour ça. Après ce qui est très important pour Carrefour aussi, c'est être ancré localement. Il y a des magasins partout dans la Belgique, mais l'ancrage local d'un magasin fait parfois la réussite du magasin. Et l'ancrage local ce sont les contacts avec les autorités locales et le bourgmestre ; mais c'est aussi avec les agriculteurs, l'image du magasin, c'est la clientèle.

Après je pense qu'il faut être réaliste, Carrefour, Société Anonyme que ce n'est pas une prise de conscience qu'il faut changer le monde. Parce que si demain tout le monde demande des produits premiers prix et que plus personne ne demande des produits locaux, ça va disparaître. Je crois qu'il faut être franche. Mais après, comme partout, je pense qu'il y a des personnes, comme par exemple ici chez Carrefour, Pascal Léglise qui a mené le projet, pour lui c'est évident. Tous les jours il se bat pour avoir des produits plus qualitatifs, meilleurs pour

l'environnement. Optimiser les emballages, optimiser les transports, dans le cadre de projets développement durable. Donc c'est clair que chez Carrefour, il y a des gens qui se battent en disant « on ne doit plus communiquer sur les prix bas, mais sur la qualité, ça doit changer ». On doit vraiment évoluer dans une autre direction et faire un autre modèle de business. Après toi et moi on réfléchit sur ce qu'on mange et ça ne nous dérange pas de dépenser un peu plus d'argent. Mais la dernière enquête de test achats, je ne sais pas pour combien de pourcent, mais le premier critère reste le prix. Et donc tant qu'elle capte 90-95% des consommateurs qui demandent le prix bas, je pense que Carrefour, Colruyt, Delhaize vont offrir des produits à des prix plus bas. Et ils ne vont pas se dire « ah non mais c'est pas bien pour ça ou pour ça ». Ils vont toujours, au niveau du développement durable, aujourd'hui on ne sait plus le contourner, mais ils vont essayer de mettre en place, ce développement durable, aussi avec ces produits-là. Parce que sans le développement durable on ne perdure pas dans le temps, même économiquement, et donc c'est une notion intégrée. Mais il y a tellement d'autres initiatives telles que les magasins bio, les groupements d'achats, et je crois que là on peut le dire, ce sont des gens qui envisagent un autre modèle. Une société, ce n'est pas comme des personnes qui sont hyper engagées, qui sont prêtes le week-end à aller faire des courses avec leur vélo et à faire le tour des magasins pour s'approvisionner localement. Ici Carrefour, c'est avoir un assortiment large, offrir de nouveaux produits aux clients, d'avoir un client satisfait, de répondre à la demande du client bien évidemment. Pas en faisant n'importe quoi puisqu'il y a des codes sociaux pour les vêtements et du non-food, pour s'assurer qu'il y ait une éthique derrière aussi. Donc aujourd'hui tout ça, tout le monde y travaille, il n'y a pas que Carrefour, mais de dire qu'il y a vraiment une prise de conscience profonde que le modèle alimentaire doit changer. Ça c'est mon point de vue personnel, mais c'est un peu exagéré.

Comment ont été fixé le rayon de 40km pour les produits locaux ?

Je crois que c'est Romano qui l'a fixé. Un jour il a dit « 40km ça me semble bon » et tout le monde a dit ok. Il faudrait lui poser la question. Mais ce que je sais c'est qu'avec l'AFSCA on a droit à un assouplissement quand on livre en B2B au moins de 80km. Mais 80km c'est énorme pour la Belgique. Et puis la réflexion qu'on a eue aussi, c'est qu'avec 40km, on arrive à couvrir une province plus ou moins. Bon le Hainaut c'est un peu moins. Mais que finalement ça permet à un producteur d'approvisionner toute sa province. Sachant qu'aucun producteur n'est pile au milieu de sa province, et que souvent on est pas loin de frontières entre provinces.

Comment s'est organisé l'appel des producteurs ?

Donc là c'était vraiment avec les provinces, avec Liège d'un côté, Hainaut d'un côté, et Romano que vous connaissez aussi. Ce sont les provinces qui les ont contactés et qui ont invité Carrefour à parler du projet. Et ce sont les provinces donc qui ont été la partie neutre dans la discussion. On valide que vous pouvez travailler avec Carrefour, vous n'allez pas vous faire avoir. Et donc là vraiment il y a les provinces qui ont comme mission de voir les producteurs locaux, de distribuer via la grande distribution. Et donc c'est aussi dire, on va mettre un garde entre les deux, une partie neutre pour se mettre d'accord. Et puis se mettre d'accord avec les producteurs.

Cela s'est donc organisé dans chacune des provinces ?

Oui, d'abord Liège et Hainaut, puis Namur, Luxembourg, Brabant Wallon, et en Flandres aussi.

Parmi tous les producteurs, tous n'ont pas accepté l'offre ?

On a commencé avec dix producteurs, en province de Liège et puis une vingtaine en province de Hainaut. Et c'est vraiment la réussite du projet, parce que les agriculteurs se parlent tous entre eux, qui a fait que d'autres producteurs se sont intéressés, et à un moment donné, plutôt que ce soit Carrefour qui cherche des producteurs, ce sont les producteurs qui sont venus à

Carrefour. Et encore aujourd'hui, on est appelé tous les jours par des producteurs pour rentrer dans le projet. Et donc là c'est vraiment la bonne expérience qui a fait le succès du projet. Et c'est ça que ce sont les producteurs qui veillent au respect des règles par Carrefour, parce que si demain Carrefour ne les respecte pas, les producteurs vont arrêter. Aujourd'hui, je pense qu'il y a tellement de marché pour les produits locaux, que ce ne sont plus les producteurs qui ont besoin de Carrefour, c'est Carrefour qui a besoin des producteurs locaux.

Quels sont les freins au développement des circuits courts ?

Je pense que les freins effectivement au développement. Je pense que le plus grand frein, c'est qu'on ne connaît pas l'offre. Personne ne sait qui produit quand en quelle quantité, et on n'a pas structuré l'offre. Aujourd'hui tout le monde fait ce qu'il a envie de faire à sa manière, au prix qu'il a envie et le distribue comme il a envie. Donc on commence à mettre en place certaines centrales logistiques qui permettent de réguler tout ce qui se passe, mais je pense que le problème ; et c'est aussi une force, est que chacun fait ça chez soi, à sa façon, et de sa manière. Et qu'aujourd'hui, ce qui coûte très très cher, c'est la main d'œuvre (l'homme), et tout ce qui est logistique. Ce qui est transport de ces produits qui sont à la base plus chers, et qu'il faut vendre à un prix auquel le consommateur veut acheter. Tout ça c'est un très très grand enjeu de se dire comment avoir un produit qui arrive, de qualité chez le consommateur, sans qu'on ait les prix qui explosent etc.

Et le fait que pour un même produits local, deux producteurs fixeront un prix différent ?

Non, je ne pense pas spécialement. Finalement, chacun a le droit de faire son produit au prix qu'il veut, et s'il arrive à le vendre tant mieux. Et s'il n'arrive pas à le vendre, c'est son problème. Je ne sais pas si les prix sont un problème au développement... Oui les gens n'achètent plus, donc ça c'est clair.

Mais je pense aussi que ça peut être un frein au développement dans le sens où aujourd'hui on ne paye pas assez notre nourriture. On achète en grande distribution de la nourriture qui n'est pas assez cher. A un moment donné, pour avoir un produit il faut mettre plus d'argent que ça. Mais il y a les subsides qui sont derrière et tout ça. Donc moi je pense qu'il faut qu'on paye plus. Mais parfois il y a une tendance aussi pour beaucoup dans le Bio ; certains producteurs aussi qui vont vraiment demander des prix vraiment exagérés. Et donc ça je me dis que c'est peut-être aussi une menace pour le tissu, qu'un jour les consommateurs vont se sentir trompés aussi. Parce qu'on peut se sentir trompé parce qu'on a acheté une lasagne avec de la viande de cheval dedans ; mais on peut se sentir trompé aussi en se disant, mais j'achète des poires à 4,5€/Kg, où même si le producteur a une bonne marge, on n'arrive pas là. Donc c'est peut-être une menace, ou un point d'attention. Mais d'autre part, si toi tu arrives à vendre tes poires à 4,5€ et que les gens les achètent, comme parfois dans la périphérie de Bruxelles, les gens sont prêts parfois à mettre des sommes de fous. Donc je ne sais pas si c'est vraiment un défi.

Je pense qu'un défi pour les producteurs ça va être de grandir correctement. Je sais que Romano travaille beaucoup là-dessus. Donc voilà il faut se dire, je grandis, je me développe, donc je fais un business plan et je dois faire en sorte que ma situation est saine. Aussi au niveau marketing. Point de vue étiquetage, si tu vas voir dans le rayon, tu peux regarder cinq pots, tu verras cinq fautes. Et donc tout ça c'est se professionnaliser à tous niveaux. Mais à un moment donné, c'est aussi se poser la question ; moi j'aime beaucoup les petits producteurs parce qu'ils disent « moi j'ai mon petit magasin chez moi, je livre cinq épiceries dans les alentours, j'ai deux Carrefour et je suis bien comme ça. Je n'ai pas besoin de faire un marketing de malade, j'ai pas besoin de faire un plan financier de malade, et donc voilà ». Et donc un défi c'est peut-être un peu plus d'émettre une stratégie et de dire je veux rester comme ça et c'est bon ou de dire j'ai envie de grandir et de voir comment ça se passe. Ça dépend du producteur.

On est dans un système de travers, parce qu'au final, tu payes tes impôts pour au final payer le producteur. Et tu n'as plus conscience, et c'est comme tout. Tu achètes un pain à 0,50€, jeter la moitié de ton pain, ça te dérange moins que si tu achètes un pain à 3,50€. Tu vas te dire « ah je vais quand même réfléchir ».

Carrefour étant acteur dans différents pays, que pouvez-vous dire des autres régions ?

En France par exemple, pour les circuits courts il y a une définition. Ce qui permet de protéger. Après point de vue législation il y a les AOP, IGP, et tous ces labels-là qui permettent de protéger des produits liés au terroir. Donc ça c'est quand même intéressant. Après le problème aujourd'hui, comme par exemple le Hainaut a fait le label « Hainaut Terre de Gout », ou d'autres pastilles comme ça. Je pense que localement ça a du sens parce que les gens connaissent et s'y accrochent. Mais il faut savoir que les labels, il y en a tellement aujourd'hui, que personne ne s'y retrouve. Le Bio, les gens connaissent ; il y a quelques logos que les gens connaissent, mais à part ça, personne ne connaît. Et le problème avec un label, c'est qu'il y a toujours un cahier des charges derrière. Il y a eu un label « Agriculture de Wallonie », qu'ils ont dû retirer. Parce qu'il y avait un cahier des charges que près de X% des matières doivent être de la Wallonie, etc. Et donc tu te retrouves avec toute une complexité quand tu dois communiquer aussi ; tu peux pas mettre ton banner parce qu'en dessous il y a des produits qui ne sont pas spécialement de Wallonie. Et donc tout ça ce n'est pas facile.

Est-ce que l'Europe pourrait plus favoriser les produits locaux ?

Le protectionnisme je ne sais pas si c'est une bonne idée. Mais aujourd'hui, comme il y a le CETA, le TTIP qui sont négociés, et ce sont des accords qui clairement remettent en question notre production locale, qui permettent de déverser des marchandises pas chères sur notre marché. Et donc je pense que c'est plus là, à se poser la question, comment favoriser les produits belges. Je trouve toujours ça très dangereux le système avec les subsides etc. A un moment donné c'est bien pour lancer un projet ; mais je suis quand même pour que l'agriculteur quand tu vas chez lui, tu lui payes un prix avec quoi il sait fonctionner, pas que tu payes 1€ et que l'Europe lui paye l'autre euro. Moi je n'aime pas, et je préfère payer un peu plus à ma nourriture et moins d'imports que de payer encore plus d'impôts.

Selon votre expérience, et selon l'évolution des ventes, pensez-vous que l'alimentation locale soit une mode, ou plutôt que nous assistons à une réelle transition vers une proportion d'achat local plus importante ?

Si vous avez vu la conférence sur Youtube d'Olivier de Schutter qui est le rapporteur aux Nations Unies pour le droit à l'alimentation. C'est super intéressant ce qu'il dit ; parce que moi je vois les chiffres qui évoluent et ces produits qui ont du succès, après chez Carrefour ça reste petit par rapport à l'ensemble du magasin. Mais lui ce qu'il dit c'est que les produits locaux, c'est vraiment une tendance pour les gens qui ont plus de moyen. On a vraiment un retour, puisqu'on a eu toute cette période d'industrialisation, ou finalement le consommateur s'est senti trompé, on ne sait plus ce qu'on mange, il y a toutes les maladies, on est mal dans sa peau, on se sent pas bien ; et on se dit « Qu'est-ce qu'on va faire ? Je vais retourner à la source et je vais reconsommer local, sain, authentique etc. » et donc ça c'est le riche qui peut se préoccuper de ça. Et puis il y a aussi dans les milieux sociaux un peu plus bas, il y a des plus en plus de projets qui apparaissent comme les jardins communs. Les jardins où on va travailler et on va récolter, ou bien on investit un peu d'argent et on peut récolter. Et puis il y a aussi tous ces projets comme ça, qui commencent à exister pour les gens moins favorisés ; qui leur permet à un prix moindre d'avoir de la qualité et du local. Et donc lui il dit que justement, c'est vraiment une occasion pour ces gens-là, pour la société d'aussi leur offrir une bonne alimentation. Après ça je pense que c'est la théorie ; après la pratique, on bouffe super mal, les gens sont super paresseux pour préparer leur alimentation. On dit qu'on veut de la

qualité, mais quand on est devant le rayon, un poulet à 18€ ou à 6€, souvent on a vite choisi. Et moi je pense que c'est une tendance, on le sent de plus en plus, et à de plus en plus de niveaux ; et qu'à un moment donné dans notre société, c'est notre santé. Voilà, les problèmes de santé qui vont nous obliger à changer. C'est quelque chose qui est en train de changer ou qui doit changer.

Mais on est en quelque sorte en train de vivre une sorte de marche arrière par rapport au développement de la grande distribution ?

Je pense que c'est une tendance qui se met déjà en place, avec les filières qualité, ou les produits plus belges ; mais alors avec une autre organisation. Ce qui peut arriver, c'est qu'à un moment donné, tout le monde va retourner vers les petits magasins. Mais je ne sais pas si on va optimiser le système à ce moment-là. Parce que le modèle de la grande distribution, c'est quand même intéressant, puisque c'est quand même un modèle qui est optimisé à crever, qui a vraiment créé une organisation. Mais on est très loin des circuits courts. Après c'est dur de dire, mais ce sera peut-être le défi de la grande distribution, de dire comment s'adapter dans cette histoire-là, comment entrer là-dedans.

Est-ce que ce serait envisageable et même réalisable de se retrouver un jour avec un approvisionnement de la moitié du magasin en circuits courts ?

Je pense que ce sera quand même un très grand défi, parce qu'il ne faut pas oublier que tout ça c'est du travail, et donc ce sont des horaires, et qu'est-ce qui coûte cher, c'est la main d'œuvre. La moitié de ton magasin qui est approvisionné en direct, ça veut dire que tu agrandis ton derrière de magasin, tu mets trois fois plus de personnes pour pouvoir réceptionner les marchandises etc. Parce qu'un camion qui livre tout, ou cent producteurs qui livrent chacun leur caisse, ça va être très différent. Et c'est pour ça que j'en reviens au rôle des plateformes logistiques, et de la structuration de l'offre ; parce que je pense que c'est là que ça jouera un rôle essentiel et que ça permettra de se développer oui ou non. Moi je pense qu'en fait les clés sont chez le consommateur. Parce que qu'est-ce que nous on veut en tant que consommateur ? Je vais chez Carrefour, et je veux yaourt Danone qui est là. Pas je veux chez Carrefour et je verrai bien quel producteur a approvisionné le magasin aujourd'hui. Et je pense que c'est vraiment ; c'est vraiment nous les consommateurs ; et oui la grande distribution a beaucoup de pouvoir et peut éduquer le consommateur, mais on est dans un marché hyperconcurrentiel, il faut être réaliste, et donc aucun grand distributeur ne va se dire « ah ben moi je vais éduquer mes consommateurs, je ne prend plus de sucre, je ne vends plus de graisse pas saine ».

La grande distribution n'est pas prévue pour les circuits courts...

C'est ça à un moment donné, où les deux peuvent se chercher et trouver un équilibre. Si l'offre, si les producteurs décident de se structurer pour pouvoir utiliser ces plateformes logistiques ; alors là on revient dans le circuit classique ; que ce soit une plateforme de produits locaux ou de produits industriels, ça peut être exactement la même chose, ça peut être exactement le même fonctionnement. À condition qu'on ne retombe pas dans les travers de négociation de prix ou de quantité avec la pression de la grande distribution. Et c'est là que chacun doit s'y retrouver, il faut que la plateforme logistique s'y retrouve, il faut que le producteur s'y retrouve, il faut que le distributeur s'y retrouve. Et donc là on est dans un secteur qui est très difficile et très dur. Les gens ils ont l'habitude d'avoir leur kilo de pommes-de-terre pour 0,50€. Va un peu pour 0,50€ produire respectueusement de la terre, à petite échelle, transporter et centraliser dans une plateforme et vendre, tu n'y es jamais. Donc là peut-être que c'est un rôle de l'Europe, de la Belgique ou des autorités, c'est de jouer sur l'éducation des gens, c'est vraiment changer cette mentalité d'alimentation pas chère vers l'alimentation de qualité et à prix réel. Et c'est donc peut-être plus là-dedans que dans des logos. Mais investir là-dedans parce que manger c'est aussi très psychologique et donc changer c'est compliqué.

Comment voyez-vous l'avenir dans les 5-10 prochaines années ?

Pour Carrefour c'est dur à dire parce que pour les grandes enseignes, beaucoup de choses peuvent changer en très peu de temps. Moi je pense qu'en général, la tendance va aller de plus en plus vers les produits locaux. Je pense que le défi du tissu des circuits courts et des producteurs locaux, ça va être de structurer ça correctement et de ne pas non plus créer une sur-offre. Parce que quand je vois toutes les initiatives qui existent, je me dis qu'elles doivent être rentables pour continuer à exister. Si tu crées un Carrefour/Aldi/Delhaize/Colruyt, les uns à côté des autres, d'office que tu vas avoir moins de rentée que si tu 'en a qu'un des quatre. C'est la même loi au niveau des tout-petits ; si tu as un jardin et que tu vends tes légumes, mais que tes dix voisins, vendent aussi les mêmes légumes... Et C'est un peu ça qu'on se pose comme question, avec toutes les initiatives qui apparaissent, c'est comme toutes les micro-brasserie, tout le monde se lance, est-ce qu'il y aura un marché pour ça ? J'espère que oui, j'espère qu'il y aura. Mais comment organiser tout ça, et structurer ça, comment peut-être plus se coordonner. Parce qu'on fond ce sont des concurrents, c'est comme un Carrefour et un Delhaize, ils ne vont pas se mettre autour de la table, c'est le libre marché. Mais c'est énorme les initiatives, et donc que ce soit efficace là où c'est et qu'on ne crée pas une suroffre. Et à un moment donné, pour être durable, il faut être rentable. Donc c'est beau d'avoir des projets comme ça, mais à mon aussi, il faut que les gens viennent, qu'ils achètent, que la marchandise parte.

Je pense qu'on prend vraiment conscience de ça, et de plus en plus de gens vont dans des initiatives autres, et mettent du temps aussi, et du temps c'est cher aujourd'hui. et donc je crois qu'on va vraiment évoluer vers ça ; et je pense le défi, c'est de regarder sous quelle forme/manière, comment structurer tout ça.

