

Présente

GROUPEMENTS D'ACHATS ALIMENTAIRES DE LA DIVERSITÉ DES PRATIQUES À UN CADRE COMMUN ?

par

.....

ANTONIN LOUIS • 2013

LES INITIATIVES DE GROUPEMENTS D'ACHAT SE MULTIPLIENT EN BELGIQUE FRANCOPHONE. POURTANT, ON NE PEUT QUE CONSTATER QUE LA PORTÉE DE L'ACTION DE CES GROUPES SE LIMITE À UN NIVEAU TRÈS LOCAL, ET QU'ILS PEINENT À SE DONNER DES STRUCTURES COMMUNES POUR PORTER UNE PAROLE DANS UN CHAMP POLITIQUE PLUS GLOBAL. CET ARTICLE PROPOSE UN TOUR D'HORIZON DE CES GROUPES ET UNE ANALYSE DE QUELQUES-UNS DES FREINS POSSIBLES À LEUR STRUCTURATION.

AUJOURD'HUI, L'ESSOR DE LA MICRO-FINANCE, du commerce équitable, des nouvelles coopératives de consommation en circuit court et plus largement de tous les secteurs de l'économie solidaire préfigure une nouvelle génération de mouvements sociaux. Pour caractériser cet émergence d'initiatives qui visent à investir l'économie d'un contenu social et politique, Corinne Gendron a développé le concept de *Nouveaux mouvements sociaux économiques*. Son travail s'inscrit dans la lignée de la sociologie de l'action développée par Alain Touraine, alors qu'il analysait l'apparition de nouvelles formes de mobilisation contestataires dans les années 70. Les « nouveaux mouvements sociaux » analysés par Alain Touraine et son équipe étaient en rupture avec les mouvements plus anciens notamment en termes d'organisation, d'identité ou de valeur. Un clivage se marquait également dans le rapport au politique entretenu par ces mouvements dont l'action n'était plus uniquement orientée vers l'État, mais visait également à affirmer leur indépendance en construisant des espaces d'autonomie.

On observe une rupture analogue dans l'instrumentalisation de l'acte économique par l'économie solidaire qui fournit ainsi une critique en actes du capitalisme. Comme le souligne Corinne Gendron, « non contents de s'insérer, puis de transformer les processus politiques institutionnels, ces mouvements

s'approprient un champ qui leur était autrefois étranger, l'économie, pour l'instrumentaliser et le redéfinir en fonction de leurs valeurs, de leur éthique et de leurs objectifs de transformation sociale¹. »

Ces acteurs collectifs sont essentiels, car ils permettent de donner un cadre² aux actes économiques individuels, de leur conférer un sens afin de s'ajuster aux différentes situations que les consommateurs rencontrent au cours de leur vie quotidienne. Sans nécessairement contraindre le consommateur à adopter la figure du militant, ces acteurs collectifs déplacent les critères d'évaluation en faisant entrer dans la consommation d'autres paramètres, éloignés de la seule satisfaction personnelle. Les associations, groupes ou réseaux attachés à la consommation critique remplissent un rôle fondamental en portant un acte privé dans l'espace public. Les acteurs collectifs permettent de mettre en avant des problématiques jusque-là ignorées, suscitant la controverse et le débat, offrant ainsi de nouvelles voies à la participation politique. L'acte économique acquiert de la sorte une nouvelle signification sociale, potentiellement contestataire.

Cependant, une critique majeure peut être adressée à ces initiatives collectives autonomes : si elles parviennent à modifier localement certaines pratiques économiques et à éveiller à une conscience sociale plus large chez celles et ceux qui y sont impliqués, elles permettent rarement d'impulser des changements politiques plus globaux. Comme le dit Bruno Frère parlant du secteur de l'économie solidaire française, « faute d'incarnation dans un lieu (que tous pourraient investir démocratiquement et à tour de rôle), le pouvoir est pour ainsi dire vidé de sa propre substance : alors que le secteur pourrait s'avérer politiquement fort, il persiste à ne fonctionner qu'en réseau, laissant la multitude d'initiatives qui le composent à leur faiblesse politique locale³ ». Cette critique s'applique-t-elle au mouvement des groupes d'achat ? C'est ce que nous allons tenter ici d'examiner, à partir des GAC.

LES GROUPES D'ACHAT COMME « NOUVEAU MOUVEMENT SOCIAL ÉCONOMIQUE »

Les GAC s'inscrivent en effet, à nos yeux, dans ce type de mouvements, posant la question de la gouvernance des consommateurs soulevée par Sophie Dubuisson-Quellier⁴ et rejoignant ainsi d'autres initiatives comme les mon-

1 Corinne GENDRON, « Émergence de nouveaux mouvements sociaux économiques », in *Revue POUR*, vol. 172, 2001, p. 179.

2 David A. SNOW, E. BURKE ROCHFORD, Stevens K. WORDEN & Robert D. BENFORD, « Frame Alignment Process, Micromobilization, and Movement Participation », in *American Sociological Review*, n° 51, 1986, p. 464-481.

3 Bruno FRÈRE, « La Diversité de l'économie solidaire : atout ou faiblesse ? Du problème politique que pose l'engagement associatif », communication au colloque *Diversité et innovation en milieux socioprofessionnels*, Clermont-Ferrand, MSH, 2011, p. 11.

4 Sophie DUBUISSON-QUELLIER, « De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace du choix dans la consommation. », in *L'Économie politique* 2008/3 (n° 39) – *Pour un nouveau modèle de consommation*, p. 21-31.

naies alternatives « fondantes », le commerce équitable, les *Réseaux d'Échanges Réciproques de Savoirs* (RERS) ou les *Systèmes d'Échanges Locaux* (SEL). Si leur finalité est commune – investir l'acte économique d'un contenu politique –, leurs logiques sont plurielles. En effet, les nouveaux mouvements sociaux économiques sont marqués par une diversité de formes d'engagement, de modes d'organisation et de rapport au marché.

Ce foisonnement de pratiques se marque au sein même des GAC. Les groupes citoyens qui s'approvisionnent chez des producteurs locaux n'adoptent pas tous la même démarche. L'appellation *Groupement d'Achats Alimentaires* (GAA)⁵ est la dénomination générique employée par l'association belge *Nature & Progrès* pour rassembler ces initiatives. Cette volonté d'associer ces actions entre elles témoigne du désir de soutenir un mouvement plus global. Néanmoins cela ne va pas sans susciter certaines confusions. Il faut par exemple distinguer les groupements d'achats des dépôts de paniers, qui n'adoptent pas nécessairement la même philosophie. Toutefois, la frontière n'est pas totalement étanche. La spécificité de la démarche des groupes d'achats par rapport aux autres formes de circuits courts se marque notamment par leur fonctionnement dans lequel l'investissement des bénévoles prend une place importante et qui met l'accent sur l'autogestion et le partage des tâches. Le souci de convivialité au sein du groupe est également à souligner. Il est marqué par cette volonté de maintenir un contact régulier avec le ou les partenaire(s) fournisseur(s). Les temps communs de distribution sont souvent une occasion privilégiée pour les membres d'échanger avec ces partenaires à propos de l'évolution de sa production, d'éventuelles difficultés rencontrées ou de nouveaux projets à partager.

DEUX TYPES THÉORIQUES : GAC ET GASAP

L'autonomie et les spécificités de chaque initiative locale débouchent sur autant de pratiques et de modes de fonctionnement. Il est toutefois possible, en gardant à l'esprit qu'il s'agit là d'une distinction théorique, de regrouper les GAA selon deux modèles-types.

Selon ce schéma, les *Groupes d'Achat Commun* (GAC) constitueraient un premier modèle. Il concerne la plupart du temps un agriculteur dont l'activité est déjà installée et qui dispose souvent d'autres débouchés. En effet, dans un GAC, même si le soutien aux agriculteurs est une préoccupation pour les membres, les exigences en la matière sont relativement lâches. Ainsi les commandes fluctuent, les quantités livrées varient souvent en fonction des périodes de l'année. Le prépaiement des commandes reste marginal. On se situe donc dans une démarche centrée d'abord sur l'approvisionnement en produits locaux. La relation entre le producteur et les consommateurs s'apparente souvent à celle d'un fournisseur à un client.

Le second modèle théorique est celui des GASAP, pour *Groupe d'Achat Solidaire de l'Agriculture Paysanne*. Ces groupes sont nés à Bruxelles, à l'initiative

5 Cette dénomination fut celle utilisée notamment lors des rencontres initiées par l'association en février 2011.

de l'asbl *Le Début des Haricots*. Ils s'inspirent des *Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne* (AMAP) qui virent le jour en France à partir de 2001⁶. La spécificité d'un GASAP réside dans l'existence d'un lien contractuel entre les familles du groupe et le paysan. Ce contrat de solidarité marque les engagements réciproques que prennent les collectifs de consommateurs et le producteur. Ces liens s'expriment de différentes manières. Ainsi les familles contractent une sorte d'abonnement dont la durée varie de quelques mois à une année. De ce fait, elles acceptent de payer la production à l'avance, assurant ainsi un revenu stable au producteur qui peut dès lors planifier ses récoltes. Ce préfinancement est particulièrement bienvenu pour des agriculteurs qui débutent leurs activités. Il représente pour les membres du groupe un acte de solidarité avec celui-ci. Les récoltes sont distribuées selon le principe du panier surprise, le contenu du panier étant constitué en fonction des produits disponibles. Cette pratique permet au producteur d'être sûr d'écouler toute sa récolte. Les risques liés aux aléas de la production (intempérie, gel, ravageurs, maladies...) sont partagés entre les parties. Les membres du GASAP ne sont donc pas remboursés en cas de paniers moins remplis. Le partenariat implique également la gestion et le suivi des commandes. En contrepartie, le producteur s'engage à fournir les GASAP de manière régulière (le plus souvent sur base hebdomadaire) en produits locaux et de saison selon des méthodes de production « respectueuses de l'environnement et des savoir-faire traditionnels⁷ ». La fixation du prix se fait de manière collective et transparente avec pour objectif de rester accessible aux consommateurs tout en étant socialement équitable pour le producteur.

Le plus souvent, on observe parmi les groupes une évolution vers des formes de soutien de plus en plus fortes. Le GAC peut ainsi n'être qu'une première étape vers un modèle plus contraignant comme celui des GASAP, avec parfois des formules intermédiaires. Le modèle peut évoluer dans le temps de manière différente en fonction des groupes sans changer de dénomination. L'appellation du groupe n'est donc pas toujours un bon indicateur de son mode de fonctionnement.

DIVERSITÉ D'ATTENTES ET LIMITES À L'ACCÈS

À travers la démarche des GAC et la multiplicité des dispositifs de soutien aux producteurs, on perçoit une diversité d'investissements et de motivations. On peut se poser la question de savoir ce qui amène les membres d'un de ces collectifs à renoncer à l'autonomie et à l'indépendance de leurs choix individuels pour adopter une approche qui implique un engagement beaucoup plus important. Les objectifs poursuivis varient en fonction des groupes, mais également pour chaque participant au sein de ceux-ci. Ils vont d'intérêts indi-

.....
6 Le modèle des AMAP s'inspire lui-même dans ses principes des *Community Supported Agriculture* (CSA) américains.

7 Les pratiques varient entre les groupes, le mode de production agricole ne fait pas consensus. La certification biologique n'est pas une obligation pour tous les GAC, celle-ci étant parfois difficile à obtenir pour une question de taille d'exploitation ou d'autonomie.

viduels comme le souci d'adopter une alimentation saine, à des objectifs plus larges comme la défense des paysans, l'écologie ou le refus du consumérisme. Comme le soulignait une membre du GAC du *Beau-Mur*⁸ lors de notre entretien, cette diversité peut s'avérer à la fois une limite et un atout. Elle permet de brasser un public plus important mais peut également générer certaines tensions.

En effet comme l'indique Fabrice Ripoll dans son article autour des AMAP⁹, on peut opposer schématiquement les « hédonistes » aux « militants », « les personnes qui viennent dans les collectifs avant tout pour y chercher des produits bio, sains et/ou de qualité, ou encore de la convivialité, et celles qui y viennent aussi, voire surtout, défendre une ou plusieurs causes : pour ces dernières, conférer une signification militante ou engagée à cette action est ce qui permet d'accepter les contraintes, de les trouver normales, acceptables, ou peut-être de les considérer comme nécessaires pour construire l'engagement comme tel¹⁰. » Toutefois, cette tension, comme le souligne l'auteur, se dissipe rapidement, les personnes moins disponibles ou peu investies ayant tendance à abandonner le dispositif face aux contraintes qu'il implique. On assiste donc à une forme de sélection implicite dans ces groupes, qui se produit non pas par restrictions à l'accès ou par exclusion, mais par abandon.

Cet élément nous amène à ce reproche souvent formulé à l'encontre des GAC, et se référant à leur caractère élitiste. En suivant un certain nombre d'enquêtes effectuées dans ce domaine, notamment celle de Sophie Dubuisson-Quellier¹¹, on constate que les classes populaires sont sous-représentées dans ce type d'initiatives, au profit des classes moyennes à fort capital culturel. Ce phénomène de sélection sociale reste difficile à éviter pour les GAC. Les facteurs culturels de cette sélection sont importants ; mais, même si l'on s'en tient à l'aspect purement financier de l'accessibilité à ces groupes, il est vrai que la question du prix des produits issus de l'agriculture biologique reste délicate.

Ce point est l'occasion d'une réflexion éclairante que développe Fabrice Ripoll : « le prix plus bas des produits "conventionnels" n'est qu'un prix apparent car il ne recouvre pas la totalité du coût de cette agriculture, une bonne part des revenus des agriculteurs "productivistes" provenant de subventions, autrement dit des contribuables, à l'instar des dépenses publiques rendues nécessaires par les pratiques productivistes de l'industrie agroalimentaire (en matière de santé, de lutte contre les pollutions, etc.)¹² ». Comment se montrer solidaire envers les producteurs mais aussi vis-à-vis des consommateurs ? C'est autour de cette question que se matérialise l'enjeu du coût des produits distribués au

8 Groupe se réunissant au *Centre liégeois du Beau-Mur*, à Liège (Grivegnée).

9 Fabrice RIPOLL, « Forces et faiblesses des AMAP et dispositifs apparentés », in Bruno FRÈRE & Marc JACQUEMAIN (dir.), *Résister au quotidien ?*, Les Presses de Science Po, 2013, p. 178.

10 On retrouve ici l'impératif de sacrifice de ses intérêts personnels égoïstes pour atteindre une certaine « grandeur civique » (Boltanski, Thévenot, 1991).

11 Sophie DUBUISSON-QUELLIER, *La Consommation engagée*, Les Presses de Science Po, 2009.

12 Fabrice RIPOLL, *op. cit.*, p. 182.

sein des GAC. Les contacts réguliers entretenus par les consommateurs et les producteurs, au sein de ces structures, pourraient les amener à une réflexion commune sur ce thème, les poussant ainsi à coaliser leurs intérêts.

VERS UNE MOBILISATION COLLECTIVE POUR UNE SOLIDARITÉ PLUS LARGE ?

Les GAC en tant qu'espaces de ressource et de socialisation représentent donc un potentiel de mobilisation susceptible d'amener à une remise en cause du mode de consommation dominant. Toutefois, comme le met en évidence Étienne Verhaegen dans une contribution à un ouvrage portant sur la consommation critique¹³ : « La difficulté pour les mouvements sociaux qui mettent en pratique leurs aspirations à travers ces expériences est de dépasser la logique de niches, d'ailleurs souvent qualifiées d'élitistes. Les expériences qui s'inscrivent dans ces mouvements procèdent d'avantage d'une logique défensive de retrait ponctuel et provisoire du système dominant, d'enfermement dans une "niche" identitaire, que de construction collective d'alternatives réelles¹⁴. »

Pour éviter cet écueil, il est nécessaire pour les membres de prendre conscience des limites de leurs actions. Nombre d'entre eux ont d'ores et déjà réalisé la nécessité d'inscrire les GAC dans une échelle plus large à travers la mise en place de réseaux régionaux ou de sites internet. Comme, par exemple, le réseau des consommateurs responsables qui offre un soutien à la création de nouvelles initiatives par la mise en place de formations. On peut également mettre en avant la création du site www.groupesalimentaires.be qui centralise les ressources sur les GAC (liste de producteurs, échange de pratiques, études...). À travers ces groupes, plus ou moins militants, plus ou moins engagés, les consommateurs développent entre eux des apprentissages autour des nouvelles problématiques économiques et politiques propres à l'alimentation : défense de l'agriculture paysanne, réforme de la politique agricole commune, écologie, économie solidaire, refus du consumérisme, convivialité.

Ces consommateurs sont ainsi confrontés à la maîtrise et à la compréhension d'enjeux environnementaux ou de justice sociale qui sous-tendent ce type d'engagement. Grâce à ces initiatives locales et concrètes, ils créent également des liens avec d'autres réseaux souvent à l'origine de conférences, de débats, de publications leur offrant un nouvel espace de ressource et de socialisation. Sophie Dubuisson-Quellier développe, sur ces apprentissages au sein des groupes militants, une analyse intéressante. Selon elle : « [Les adhérents] y trouvent notamment des ressources pour maintenir leur posture réflexive et s'interroger sur des modes de fonctionnement qui leur apparaissent toujours plus opaques. L'efficacité de la mobilisation de ces différentes ressources cognitives comme dispositifs de cadrage apparaît relativement claire lors des assemblées générales

13 Geoffrey PLEYERS (dir.), *Consommation critique – Mouvement pour une consommation responsable et solidaire*, Desclée de Brouwer, 2011.

14 Étienne VERHAEGEN, « Le consommateur en tant que consom'acteur », in Geoffrey PLEYERS (dir.), *op. cit.*

où les discours des adhérents militants sont fortement convergents quant aux objets et aux formes de la protestation. Elles fonctionnent par conséquent à un double niveau, celui de l'intégration de repères pour une réflexivité individuelle et celui de la construction d'un cadrage militant collectif. » ¹⁵

Mais la question de la structuration du mouvement continue d'alimenter le débat. Les GAC éprouvent des difficultés persistantes à sortir leurs initiatives du niveau local afin d'atteindre une visée politique plus globale. L'analyse de Bruno Frère, reprise en début de cet article, au sujet de l'économie solidaire et de la portée limitée de son action, nous semble donc pouvoir s'élargir aux groupements d'achat. À l'heure actuelle, les tentatives de création d'un mouvement supra-local capable de porter une parole commune¹⁶ se heurtent à la pluralité des objectifs, des intérêts et des modes d'organisation au sein des GAC. Comment parvenir à fédérer ces initiatives ? Voilà un défi pour ces *consomm'acteurs*. Il reste à savoir si telle est leur ambition et leur intention.

ANTONIN LOUIS, décembre 2013

.....
15 Sophie DUBUISSON-QUELLIER, « Cible ou ressource. Les ambiguïtés de la mobilisation des consommateurs dans la contestation contre l'ordre marchand », in *Sociologie & sociétés*, vol. 41, N°2, 2009, p. 205.

16 Tentatives menées actuellement, à l'échelle de la Belgique francophone, par *Nature & Progrès* et le *Réseau de Consommateurs Responsables*, et à l'échelle de la région liégeoise, par le *Centre liégeois du Beau-Mur*

Barricade se définit comme un espace public, un lieu dédié à la confrontation des idées, et comme une plate-forme permettant la rencontre des différents mondes militants, du secteur de l'éducation permanente au milieu syndical en passant par le monde académique ou le secteur de l'économie sociale. Lieu d'émancipation collective et de création d'alternatives, l'asbl Barricade s'est développée depuis 1996 dans le quartier Pierreuse à Liège via diverses expérimentations culturelles, sociales et économiques. Sa librairie « Entre-Temps », à la fois militante et généraliste, est emblématique du projet. A l'intersection du secteur de l'économie sociale et de l'éducation permanente, elle revendique un fonctionnement autogestionnaire et une finalité culturelle et sociale plutôt que le profit.

Toutes les analyses sur :

www.barricade.be

POUR ALLER BEAUCOUP PLUS LOIN

OUVRAGES

Sophie DUBUISSON-QUELLIER, *La consommation engagée*, Les Presses de Science Po, 2009.

Sophie DUBUISSON-QUELLIER, « Cible ou ressource – Les Ambiguïtés de la mobilisation des consommateurs dans la contestation contre l'ordre marchand », in *Sociologie & sociétés*, vol. 41 N° 2, 2009.

Sophie DUBUISSON-QUELLIER, « De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace du choix dans la consommation. », in *L'Économie politique* 2008/3 (N° 39) – *Pour un nouveau modèle de consommation*, p. 21-31.

Bruno FRÈRE, « La Diversité de l'économie solidaire : atout ou faiblesse ? Du problème politique que pose l'engagement associatif », communication au colloque *Diversité et innovation en milieux socioprofessionnels*, Clermont-Ferrand, MSH, 2011.

Corinne GENDRON, « Émergence de nouveaux mouvements sociaux économique », *Revue POUR*, vol. 172, 2001.

Marc JACQUEMAIN, *La Raison névrotique individualisme et société*, Éditions Labor / Espace de liberté, 2002.

Fabrice RIPOLL, « Forces et faiblesses des AMAP et dispositifs apparentés », in Bruno FRÈRE & Marc JACQUEMAIN (dir.), *Résister au quotidien ?*, Les Presses de Science Po, 2013.

Geoffrey PLEYERS, « L'Expérience au cœur de l'engagement », dans Marc JACQUEMAIN & Pascal DELWIT (dir.), *Engagements actuels, actualité des engagements*, Academia Buylant, 2010.

Étienne VERHAEGEN, « Le Consommateur en tant que consomm'acteur » in Geoffrey PLEYERS (dir.), *Consommation critique – Mouvement pour une consommation responsable et solidaire*, Desclée de Brouwer, 2011.

S'INSCRIRE DANS UN GROUPEMENT D'ACHATS

Des contacts et ressources sont accessibles par l'intermédiaire du site www.groupesalimentaires.be mis en place par *Nature & Progrès*, ou encore par celui du *Réseau des Consommateurs Responsables* www.asblrcr.be



Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles

FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES



Wallonie



BARRICADE
CULTURE D'ALTERNATIVES