

QUAND L'ALIMENTATION CIMENTE LE TERRITOIRE...

*par Stéphane Bernary**

A travers cet outil qu'est leur groupe coopératif, des agriculteurs s'emparent de l'enjeu du développement de leur territoire, avec toutes ses autres parties prenantes. Les liens vécus autour de l'alimentation sont des piliers de cette dynamique.

1994-95 : précurseurs de la relance récente des « circuits courts » entre paysans et consommateurs, quelques agriculteurs du Ségala-Limargue se font gentiment insistants auprès de leur coopérative d'approvisionnement et de services, la SICASELI (1) : pourquoi ne pas mettre en route, dans les locaux de la coopérative ou à leurs abords immédiats, un point de vente directe de leurs produits ? Après quelque réflexion, l'expérience est tentée à partir de 1994, en dimension assez réduite ; non pas au siège de la coopérative, mais au sein du magasin Gamm Vert (2) de Figeac, la petite ville du secteur (10.000 habitants).

Toute une gamme de liens

En quelques années, le succès de cette réalisation dépasse les prévisions : 2 millions d'euros de chiffres d'affaires attendus en 2007 pour la boutique de Figeac, et un essaimage à l'échelle nationale (voir encadré). À titre direct, 80 agriculteurs de la petite région de Figeac tirent une part de leur revenu du magasin, à qui s'ajoutent, pour partie, les membres de cinq groupements de producteurs (viande bovine, ovine, porcine, canards gras, vin) ; soit plus de 150 agriculteurs au total.

La gamme des produits commercialisés s'est progressivement étoffée au fur et à mesure des demandes des clients. Contrairement à certaines idées reçues sur les « produits régionaux », le développement de cette boutique ne s'est pas fait avec des produits festifs, de luxe... et donc réservés à certains profils de consommateurs. Il a reposé essentiellement sur des produits de grande consommation, comme le pain, la charcuterie ou le fromage, bénéficiant d'une forte image locale. Après quelques années, la coopérative a associé une boucherie traditionnelle à cet ensemble en proposant au consommateur une triple garantie : une viande exclusivement d'origine locale, de bonne qualité bouchère et d'un prix modéré. Aujourd'hui, huit salariés travaillent uniquement sur ce rayon.

Cette démarche a permis au magasin de doubler, entre 2002 et

** Economie & Humanisme ; d'après entretiens et en étroite coopération avec Dominique Olivier et Laurent Causse (Sicaseli).*

(1) Société d'Intérêt Collectif Agricole du Ségala-Limargue (cinq cantons du Lot).

(2) Enseigne commune de magasins de semences et plants, outillage, alimentation animale... rejoignant une clientèle d'agriculteurs mais aussi, de plus en plus, de particuliers adeptes d'un jardinage de loisirs (environ 750 magasins en France). Gamm Vert, créé en 1986 par le milieu coopératif agricole, est filiale du Groupe coopératif européen Invivo.



2006, son chiffre d'affaires alors que la plupart des LISA (Libres services agricoles) et jardineries avait du mal à maintenir leur niveau de vente. Le rayon boucherie est identifié comme étant la « boucherie des éleveurs du pays de Figeac » et les éleveurs sont fiers d'y proposer leurs animaux car, comme pour les autres produits, ce sont avant tout les hommes et les femmes producteurs d'un territoire qui sont mis en avant. La part de marché (viande et autres denrées) a été vraisemblablement prise sur la distribution en grandes et moyennes surfaces. Les marchés locaux n'ont pas été affectés, voire continuent à se développer, profitant d'une même dynamique ; les producteurs de la boutique sont pour la plupart aussi sur le marché de Figeac le samedi matin et le vivent comme une activité complémentaire. Même si c'est difficilement mesurable, il semble que le magasin contribue à l'augmentation de la consommation globale.

Certes, le marché des produits de terroirs ne remplacera pas le marché des produits de masse, mais son développement, parfois spectaculaire comme dans le magasin de Figeac, traduit le nouveau rapport que le consommateur entretient avec l'alimentaire, un rapport empreint de confiance accordée à ce qu'il connaît ou ce qu'il voit. Ce succès commercial rejoint une conviction profonde de la SICASELI et de plusieurs de ses responsables : relever le défi alimentaire à l'échelle d'un territoire, c'est tout d'abord préserver, voire développer, son potentiel de production agricole ; c'est, bien autant, travailler pour maintenir ou étendre la diversité des productions agricoles, tout en assurant traçabilité et procédures de contrôles, pour apporter au consommateur toutes les garanties qu'il est en mesure d'attendre, aussi bien en termes de qualité, d'origine locale effective, de sécurité alimentaire.

L'expérience concluante du magasin d'alimentation-boucherie de Figeac a été révélatrice sur un autre registre : la consommation alimentaire « de terroir » a une signification culturelle et rejoint la quête d'appartenance d'un certain nombre de citoyens. « Ceux qui sont nos clients, Lotois de souche ou d'adoption, viennent chercher, au magasin, du lien au territoire, évalue Dominique Olivier, directeur de la SICASELI et ambassadeur de l'enseigne " Les sens du terroir ". Les produits leur plaisent sans leur coûter cher, mais ils se disent aussi sensibles au fait que l'argent qu'ils dépensent là va rester sur le territoire ; une rencontre nouvelle entre producteurs et consommateurs est née au point de vente. » Le produit, au-delà de ses qualités intrinsèques, est aussi un vecteur d'appartenance au sol.

Un territoire à porter ensemble

Cette évolution a rejoint les réflexions d'une SICASELI relativement mobilisée, pour ne pas dire inquiète, depuis plusieurs années, quant à l'avenir de son territoire. Dès 1994, un « audit

patrimonial » de territoire avait mis en évidence le fait que le maintien des jeunes au pays, enjeu essentiel, était une problématique collective. En 2003, le « bilan sociétal » réalisé par la SICASELI faisait bien ressortir la nécessité d'agir, face au défi de la création d'emplois, très collectivement. La coopérative est donc bien consciente que si le Ségala-Limargue ne peut faire l'économie de son agriculture – par ailleurs, un emploi agricole est égal à au moins un emploi induit en milieu rural –, les paysans ne peuvent résister seuls aux facteurs d'affaiblissement du territoire (rétrécissement de la population active, perte de qualité des paysages par abandon de certaines parties du territoire plus ingrates (3), tensions entre diverses catégories d'habitants du fait de la hausse forte du prix des terrains...). Et comme partout en milieu rural, les pratiques agricoles doivent se concilier avec les autres usages : le résidentiel rural, les activités de loisirs, le secteur touristique (4).

LES « SENS DU TERROIR »

- 2000 : une coopérative de l'Ariège, SICAMI, passant par Figeac se montre intéressée et propose à la SICASELI de l'aider à démarrer une boutique de produits régionaux.
- 2002 : deux autres coopératives du Sud-Ouest (CAPEL et GCO) se lancent à leur tour.
- 2004 : cinq coopératives créent l'association « Sens du terroir » pour s'entraider et développer ce type d'espace, prolongement de leur activité coopérative, dans leur magasin LISA (libre service agricole).
- 2005 : Le groupe Gamm Vert propose à la SICASELI de développer ce concept dans son réseau de magasins coopératifs (750 magasins).
- Fin 2006 : 22 espaces sont ouverts, de la Haute-Savoie à Oléron, en passant par Vendôme.

Une vingtaine devrait ouvrir en 2007, une dynamique est lancée. Même si ce type de commerce sera toujours marginal en termes de consommation globale, cela interroge le consommateur et recrée un lien indispensable entre producteur, coopérative et consommateurs.

Dominique Olivier

Le renforcement ou même l'instauration de relations serrées entre agriculteurs et autres habitants autour de l'alimentation se sont donc greffés sur cette mobilisation, pour faire mûrir des formes d'organisation communes. En effet, « pour que le dialogue dure et pour qu'il permette de passer aux actes, assure Dominique Olivier, il faut créer des espaces communs, donner un champ à tous les acteurs pour qu'ils puissent s'y intégrer ».

La SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) « Compétences et territoire » a été le premier de ces espaces. Elle a été officiellement fondée en novembre 2006. D'initiative SICASELI, elle s'est d'emblée ouverte, au niveau de son capital et de la réflexion

(3) Parcours des Causses, zones à forte pente du Ségala...

(4) Cf. diverses publications de l'INRA Dijon sur les usages actuels du monde rural.

Lire également

Ph. Perrier-Cornet et

B. Hervieu, « Campagnes françaises multifonctionnelles : les enjeux de la gestion de l'espace rural », *Economie & Humanisme* n° 362, oct. 2002.



sur ses projets, aux collectivités locales, à des entreprises, à des habitants à titre individuel (5). Son objectif est de faire circuler l'information sur les postes de travail et les formations disponibles dans la petite région, mais plus encore de prévoir ensemble l'emploi et les compétences à moyen terme, avec le cas échéant des créations de formations ou d'activités (6). « Compétences et territoire » se raccorde sur ce plan avec un mouvement dans lequel la SICASELI est motrice depuis plusieurs années, celui de la concertation entre diverses catégories d'employeurs dans un club d'entreprises local (7).

Les responsables de la SICASELI, à travers ces formes d'action et cette attitude « hyper-partenariale », sont également porteurs d'une volonté de cultiver et de faire valoir l'identité entrepreneuriale coopérative et son efficacité à l'échelle des territoires. Les expériences en cours sur les cinq cantons de l'« aire SICASELI » viennent donner corps à l'intuition forte de quelques-uns : dans la complexité des réalités du milieu rural, face à la nécessité de faire agir ensemble des types de résidents très hétérogènes et porteurs d'attentes en partie divergentes, la forme coopérative – et les structures d'économie sociale en général – sont des outils irremplaçables. C'est en ce sens que la SICASELI parraine actuellement une enquête internationale concernant l'impact des coopératives (aussi bien au Chili qu'au Canada, en Inde...) sur le développement de leur territoire. Avant même l'achèvement de ce long voyage-enquête (8), il est possible d'affirmer que les formes coopératives (9), au sens de la gouvernance coopérative (« un homme une voix », société indélocalisable du fait de la structure de son capital...), sont des structures résolument modernes. Elles valorisent avant tout les talents et les ressources présents sur le territoire, quels qu'ils soient, privilégient la répartition spatiale des activités et les richesses liées à une diversité culturelle et historique, et non les logiques de concentration et de standardisation inhérentes aux sociétés de capitaux. En ce sens, coopératives et alimentation se rejoignent, dans un idéal où villes et campagnes s'enrichissent mutuellement.

Stéphane Bernary

(5) Le dispositif juridique des SCIC, récent en France, est la seule forme de coopérative de production ou de services permettant ce multi-actionariat.

(6) À l'image de la fondation en 2002, sur proposition de la SICASELI à plusieurs autres coopératives, de la CUMA Lot-Environnement (cinq salariés).

(7) « Mode d'emplois » regroupe dix-neuf membres (entreprises artisanales, exploitations agricoles, hôpital).

(8) Réalisé par Véronique Lucas, blog : <http://193.253.223.90/vlucas/>

(9) Le terme de coopérative, dans de nombreux pays, a été largement galvaudé.