

---

## La définition des prix justes dans les coopératives citoyennes de circuits courts : comment traduire les projets collectifs en matière de système agroalimentaire

**Auteur** : Bertholet, Marie

**Promoteur(s)** : Stassart, Pierre M

**Faculté** : Faculté des Sciences

**Diplôme** : Master en sciences et gestion de l'environnement, à finalité spécialisée en interfaces sociétés-environnement

**Année académique** : 2019-2020

**URI/URL** : <http://hdl.handle.net/2268.2/9926>

---

### *Avertissement à l'attention des usagers :*

*Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.*

*Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.*

---

Faculté des Sciences

Département des Sciences et Gestion de l'Environnement

Année académique 2019-2020

\*\*\*

LA DÉFINITION DES PRIX JUSTES DANS LES COOPÉRATIVES CITOYENNES DE CIRCUITS COURTS : COMMENT TRADUIRE LES PROJETS COLLECTIFS EN MATIÈRE DE SYSTÈME AGROALIMENTAIRE ?

 BETTE A PESER € 3,50 /kg	 CELERI VERT € 1,75 /pc.	 CHAMPIGNON BLANC A PESER € 6,27 /kg	 CHAMPIGNON PLEUROTTE A ... € 9,42 /kg
 CHICON A PESER € 5,12 /kg	 CHOU FLEUR € 4,00 /pc.	 CONCOMBRE € 1,51 /pc.	 ECHALOTTE FRAICHE A PESER € 5,50 /kg
 LAITUE € 2,00 /pc.	 OIGNON CIBOULE BOTTE € 1,75 /pc.	 POIREAU A PESER € 5,00 /kg	 POMME DE TERRE FARINEUSE... € 2,10 /kg

Catalogue des produits de Vervicoop (<https://vervicoop.be/catalogue/?cat=80>)

**Mémoire rédigé par Marie BERTHOLET**

en vue de l'obtention du grade de Master en Sciences et Gestion de l'Environnement,  
à finalité Interfaces Sociétés-Environnements

**Rédigé sous la direction de Pierre M. Stassart**

### Copyright

Toute reproduction du présent document, par quelque procédé que ce soit, ne peut être réalisée qu'avec l'autorisation de l'auteur et de l'autorité académique\* de l'Université de Liège.

\*L'autorité académique est représentée par le(s) promoteur(s) membre(s) du personnel enseignant de l'Université de Liège.

Le présent document n'engage que son auteur.

Auteur du présent document : BERTHOLET Marie,  
marie\_bertholet@hotmail.com

## Résumé

Cette recherche étudie la façon dont les coopératives citoyennes de circuits courts alimentaires définissent des prix « justes ». Elle adopte une approche procédurale : plutôt que d'établir une liste de critères à appliquer, il s'agit de comprendre par quels processus les coopératives définissent des prix qui seront considérés comme justes par les différents acteurs. L'analyse mobilise la théorie de la régulation sociale, qui permet de comprendre comment les collectifs traduisent leur projet en action concrète en passant par des activités de régulation qui détermineront leur mode de fonctionnement. Les projets des coopératives sont caractérisés par une promesse de différence par rapport au système agroalimentaire conventionnel. Cependant, puisque les systèmes agroalimentaires alternatifs et conventionnels ne constituent pas des mondes séparés, les coopératives combinent des régulations alternatives et conventionnelles pour mener leurs activités de commercialisation. L'enjeu pour ces initiatives alternatives est de ne pas être « conventionnalisées », ce qui représenterait une menace pour la définition de prix justes et pour la réalisation de leur projet. C'est pourquoi cette recherche s'intéresse au phénomène d'hybridation entre les régulations alternatives et conventionnelles qui encadrent la définition des prix. Elle met en avant l'influence des interactions entre les régulations, et elle explore le rôle de la participation des producteurs et des consommateurs dans les processus de définition des prix justes. Enfin, cette recherche souligne le fait que les différentes formes d'empowerment des acteurs mises en place par les coopératives font partie intégrante des processus de définition des prix justes.

**Mots-clés:** Prix juste, système agroalimentaire, transition, circuits courts, coopératives, alimentation durable, hybridation, théorie de la régulation sociale, empowerment, participation, citoyenneté.

## Abstract

This research studies how short food supply chains cooperatives are setting fair prices. It adopts a procedural approach: rather than establishing a list of criteria to be applied, it's a question of understanding what are the processes whereby cooperatives are setting prices which will be considered as fair by the various actors. The analysis uses the social regulation theory, which brings to understand how collectives translate their project into concrete action, through regulation activities which will determine their operating mode. The project of cooperatives is characterised by a "promise of difference" compared to conventional food system. However, since alternative and conventional food systems are not in separate worlds, cooperatives combine alternative and conventional regulations to lead their marketing activities. The issue for these alternative initiatives is to avoid being "conventionalised", which would pose a threat for the setting of fair prices and for the achievement of their project. That's why this research studies the hybridisation between alternative and conventional regulations which frame the setting of prices. It emphasizes the influence of interactions between regulations, and it explores the role of both producers' and consumers' participation in setting fair prices processes. Finally, this research points out the fact that different forms of empowerment implemented by cooperatives are a part of setting fair prices process.

**Key words:** Fair price, sustainable food systems, transition, short supply chains, cooperatives, hybridisation, social regulation theory, empowerment, participation, citizenship.

## Remerciements

Je tiens d'abord à remercier mon promoteur, Pierre Stassart, pour son accompagnement, ses conseils, et pour m'avoir aidée à aboutir mes réflexions au cours de la réalisation de ce mémoire mais aussi tout au long de cette dernière année de master.

Je remercie les personnes qui ont généreusement accepté de participer à cette recherche malgré les circonstances particulières : discuter avec vous m'a beaucoup appris et votre enthousiasme envers vos coopératives était communicatif.

Je remercie également le Collectif 5C, plus particulièrement Isabelle Delvaux, pour m'avoir fait découvrir le monde des coopératives.

Enfin je remercie ma maman, qui m'a prêté son bureau et qui m'a encouragée tout au long de mes études.

# Table des matières

<b>LISTE DES TABLEAUX</b> .....	<b>7</b>
<b>LISTE DES FIGURES</b> .....	<b>7</b>
<b>LISTE DES ABRÉVIATIONS</b> .....	<b>7</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>8</b>
<b>1. ÉTAT DE L'ART ET CADRE D'ANALYSE</b> .....	<b>9</b>
1.1. TERMINOLOGIE : LES CIRCUITS COURTS.....	9
1.2. LA PROMESSE DE DIFFÉRENCE DES CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES .....	10
1.3. CADRE D'ANALYSE : LA THÉORIE DE LA RÉGULATION SOCIALE .....	13
1.3.1. <i>Les activités de régulation constituent l'action collective</i> .....	14
1.3.2. <i>La rencontre des régulations conventionnelles et alternatives</i> .....	14
1.3.3. <i>Du projet aux régulations : le sens de l'action collective</i> .....	16
1.4. IMPLICATIONS DE LA TRS POUR LE « PRIX JUSTE » .....	17
1.4.1. <i>L'origine de l'injustice des prix</i> .....	17
1.4.2. <i>Le prix juste : un impératif qui percute les régulations conventionnelles</i> .....	18
1.4.3. <i>Le prix juste dans les circuits courts : hybridation des régulations</i> .....	19
1.5. L'ENGAGEMENT DES ACTEURS ET L'ACCEPTABILITÉ DES PRIX .....	21
1.6. PRIX JUSTE ET EMPOWERMENT DES PRODUCTEURS .....	21
1.7. CIRCUITS COURTS ET SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE .....	22
1.8. RESEARCH GAP .....	23
1.9. CONCLUSION ET PISTES DE RECHERCHE .....	23
<b>2. MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>25</b>
2.1. PROBLÉMATIQUES ET HYPOTHÈSES .....	25
2.2. TERRAIN D'ENQUÊTE ET ACTEURS INTERVIEWÉS .....	28
2.2.1. <i>Sélection des coopératives à étudier</i> .....	29
2.2.2. <i>L'évolution des acteurs interviewés</i> .....	30
2.2.3. <i>Les entretiens semi-directifs</i> .....	31
2.2.4. <i>Impact du contexte sur la méthodologie</i> .....	31
2.2.5. <i>Événements annexes</i> .....	32
<b>3. TRAJECTOIRE SOCIO-HISTORIQUE DES COOPÉRATIVES EN BELGIQUE</b> .....	<b>33</b>
3.1. L'ORIGINE DU MOUVEMENT COOPÉRATIF.....	33
3.2. IDÉAL COOPÉRATIF ET ÉVOLUTION DU STATUT JURIDIQUE.....	34
3.3. LES QUESTIONS D'HIER ET LES DÉBATS D'AUJOURD'HUI .....	35
3.4. LA GOUVERNANCE DÉMOCRATIQUE ET PARTICIPATIVE .....	36
3.4.1. <i>Les parties prenantes</i> .....	36
3.4.2. <i>Les instances de gouvernance</i> .....	38
3.4.3. <i>Les formes d'empowerment</i> .....	39
3.4.4. <i>Conclusion</i> .....	40
<b>4. ÉTUDE DE CAS</b> .....	<b>41</b>
4.1. PAYSANS-ARTISANS.....	42
4.1.1. <i>Le projet de Paysans-Artisans</i> .....	42

4.1.2.	<i>Les régulations qui encadrent la définition des prix</i> .....	46
4.1.3.	<i>Les modalités de participation</i> .....	49
4.1.4.	<i>Conclusion</i> .....	52
4.2.	UNIS VERTS PAYSANS .....	53
4.2.1.	<i>Le projet d'Unis Verts Paysans</i> .....	53
4.2.2.	<i>Les régulations qui encadrent la définition des prix</i> .....	55
4.2.3.	<i>Les modalités de participation</i> .....	57
4.2.4.	<i>Conclusion</i> .....	59
4.3.	LE CHANT DE LA TERRE.....	60
4.3.1.	<i>Le projet du Chant de la Terre</i> .....	60
4.3.2.	<i>Les régulations qui encadrent la définition des prix</i> .....	62
4.3.3.	<i>Les modalités de participation</i> .....	63
4.3.4.	<i>Conclusion</i> .....	64
4.4.	VERVICOOP.....	65
4.4.1.	<i>Le projet de Vervicoop</i> .....	65
4.4.2.	<i>Les régulations qui encadrent la définition des prix</i> .....	66
4.4.3.	<i>Les modalités de participation</i> .....	68
4.4.4.	<i>Conclusion</i> .....	71
4.5.	LE CONCEPT DE PRIX JUSTE VU PAR LES ACTEURS DES COOPÉRATIVES.....	72
4.5.1.	<i>Le prix juste et la juste rémunération</i> .....	72
4.5.2.	<i>Un prix juste est un prix justifié</i> .....	73
4.5.3.	<i>Le critère d'accessibilité</i> .....	76
<b>5.</b>	<b>ANALYSE ET INTERPRÉTATION</b> .....	<b>79</b>
5.1.	LES RÉGULATIONS QUI ENCADRENT LA DÉFINITION DES PRIX .....	79
5.1.1.	<i>L'accord sur le prix d'achat au producteur</i> .....	79
5.1.2.	<i>Le calcul de la marge</i> .....	80
5.1.3.	<i>La concurrence</i> .....	81
5.1.4.	<i>Conclusion</i> .....	82
5.2.	LA TRANSFORMATION DES CONSOMMATEURS .....	84
<b>6.</b>	<b>DISCUSSION</b> .....	<b>86</b>
	<b>CONCLUSION : LES FORCES DES COOPÉRATIVES POUR CRÉER DE LA DIFFÉRENCE</b> .....	<b>88</b>
	<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>90</b>
	<b>ANNEXES</b> .....	<b>94</b>
	ANNEXE 1 : EXEMPLE DE GUIDE D'ENTRETIEN .....	94

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Liste des personnes interviewées .....	30
Tableau 2 : Les modalités de participation .....	40
Tableau 3 : Carte d'identité de Paysans-Artisans .....	42
Tableau 4 : Carte d'identité d'Unis Verts Paysans .....	53
Tableau 5 : Carte d'identité du Chant de la Terre.....	60
Tableau 6 : Carte d'identité de Vervîcoop .....	65
Tableau 7 : Récapitulatif des régulations et de leurs interactions .....	82
Tableau 8 : Les différentes formes d'empowerment et leur rôle dans la définition des prix justes .....	85

## Liste des figures

Figure 1 : Cartographie des coopératives membres du Collectif 5C .....	28
Figure 2 : Les parties prenantes primaires et secondaires .....	37
Figure 3 : Le territoire de Paysans-Artisans .....	43
Figure 4 : La structure de Paysans-Artisans .....	51
Figure 5 : Les objectifs d'Unis Verts Paysans .....	54
Figure 6 : Schéma de fonctionnement de Vervîcoop.....	69

## Liste des abréviations

5C : Collectif des coopératives citoyennes pour le circuit court
AG : Assemblée générale
AMAP : Association pour le maintien d'une agriculture paysanne
CA : Conseil d'administration
CCA : Circuit court alimentaire
GAC : Groupe d'achat en commun
GASAP : Groupes d'achat solidaires de l'agriculture paysanne
P-A : Paysans-Artisans
S3A : Système agroalimentaire alternatif
SAW-B : Solidarité des alternatives wallonnes et bruxelloises
TRS : Théorie de la régulation sociale
UVP : Unis Verts Paysans

## Introduction

Dans les initiatives qui se positionnent en alternatives au système agroalimentaire conventionnel, les collectifs ont à cœur de définir des prix justes et se demandent régulièrement comment y parvenir. Ce questionnement, j'y ai d'abord été confrontée au cours d'une enquête avec le Collectif des coopératives citoyennes pour le circuit court (5C) au sujet des difficultés rencontrées par les magasins des coopératives. Après quoi, le sujet a été mis en débat lors de la mise au vert du Collectif 5C. Par la suite, cette question est également ressortie au cours de plusieurs événements associatifs auxquels j'ai assisté, sous différentes formulations.

Aujourd'hui, les questionnements autour du prix juste réapparaissent, poussés par une actualité écologique qui nous amène à douter des fondements de notre société. Ces dernières années, la conscientisation des enjeux liés au système agroalimentaire conventionnel et à l'environnement a progressé (Dartiguepeyrou, 2013). Ce contexte donne des leviers aux initiatives de l'alimentation durable, mais s'accompagne du risque de voir ces initiatives être conventionnalisées.

En effet, les initiatives agroalimentaires alternatives ne peuvent pas être complètement dissociées du cadre économique dans lequel elles évoluent. C'est pourquoi l'alimentation durable peut devenir un objet marchand dont les principes sont récupérés et utilisés comme arguments de vente par les acteurs du système conventionnel (Le Velly, Dufeu, & Le Grel, 2016). La conventionnalisation de l'alimentation durable peut être considérée par certains comme positive : le fait que les critères « bio » et « local » s'intègrent à la proposition des grandes surfaces est une manière de sensibiliser le grand public, de faire évoluer les mentalités et les habitudes. Néanmoins, cette récupération par les grandes chaînes de distribution ne résout pas les problèmes fondamentaux du système agroalimentaire conventionnel (Le Velly et al., 2016).

Dans les initiatives agroalimentaires alternatives, les différents avis sur la marchandisation de l'alimentation durable sont liés à différents rapports au monde du marché. Certains essaieront de contourner cette marchandisation et de s'opposer à l'ordre néo-libéral, quand d'autres se serviront de la marchandisation pour financer leurs objectifs sociaux et environnementaux. En réalité, beaucoup d'initiatives s'inscrivent à la fois dans et contre le marché (Bréchet, 2013). C'est le cas des coopératives notamment, mais aussi d'autres organisations de l'économie sociale et solidaire.

Dès lors, comment ces initiatives qui s'inscrivent dans un ordre marchand organisent-elles leur action pour garder leur dimension alternative ? C'est ce que je tenterai de comprendre en étudiant les modes de définition des prix dans les coopératives citoyennes de circuits courts. Il s'agira d'analyser la façon dont les coopératives combinent des logiques d'action alternatives et conventionnelles pour définir des prix justes, et, de manière générale, comment elles mettent en œuvre leur promesse de différence.

C'est sur base de ces premiers questionnements que j'ai réalisé un état de l'art visant à explorer la façon dont la question du prix juste et les circuits courts alimentaires sont étudiés en sociologie. La première partie de ce travail présentera cet état de l'art afin de fournir un cadre d'analyse sur lequel m'appuyer pour étudier les cas de quatre coopératives citoyennes de circuit court. En deuxième partie je reviendrai sur le cheminement de ma question de recherche et je développerai la méthodologie employée pour y répondre. Ensuite, pour appréhender ce qui fait la nature des coopératives, je développerai leur trajectoire socio-historique en Belgique. Cela constituera un avant-goût de la quatrième partie, dédiée à l'étude de cas en elle-même, qui cherchera à comprendre comment les prix sont fixés dans les coopératives, et en quoi ils peuvent être considérés comme justes. Je mobiliserai

notamment la théorie de la régulation sociale de Jean-Daniel Reynaud pour faire le lien entre le projet des coopératives et leur fonctionnement. J'aborderai ensuite les différents critères associés au concept de « prix juste » du point de vue des acteurs impliqués dans les coopératives, et ce que ces différents critères impliquent pour l'analyse. Enfin, l'étude de cas me permettra, en cinquième partie, d'identifier les éléments intervenant dans les processus de définition des prix justes, et de mettre en évidence les forces des coopératives pour concrétiser leur promesse de différence.

## 1. État de l'art et cadre d'analyse

### 1.1. Terminologie : les circuits courts

Les « circuits courts alimentaires » (CCA) font partie des initiatives rassemblées sous le terme de « système agroalimentaire alternatif » (S3A). Un système agroalimentaire est défini comme l'ensemble des acteurs et des activités de production, de transformation, de distribution et de consommation participant à l'alimentation humaine (Le Velly, 2017).

Les initiatives composant les S3A partagent le projet d'établir de nouvelles formes d'agriculture et d'alimentation, de recréer des liens entre production et consommation et de faire émerger de nouvelles modalités de coordination entre les acteurs (Chiffoleau & Prevost, 2012). En cela, les initiatives agroalimentaires alternatives peuvent être considérées comme des innovations sociales, qui se positionnent en alternative au système agroalimentaire conventionnel (Deverre & Lamine, 2010).

Les circuits courts font partie des initiatives agroalimentaires alternatives mais ils se différencient en mettant l'accent sur deux enjeux : celui de la réduction du nombre d'intermédiaire et celui de la réduction des kilomètres alimentaires (Le Velly, 2017). En effet, ils sont généralement définis comme des formes de vente mobilisant au maximum un intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs (Chiffoleau & Prevost, 2012). Cette définition n'inclut pas la dimension de proximité géographique, pourtant celle-ci caractérise les circuits courts dans l'esprit de la plupart de ses acteurs.

C'est pourquoi certains auteurs préfèrent parler de « systèmes agroalimentaire alternatifs locaux » ou de « systèmes alimentaires locaux », excluant de leur objet d'étude les initiatives du type « commerce équitable » qui partagent pourtant de plusieurs valeurs avec les CCA (équité, autonomisation, authenticité, solidarité, etc.) (Holzemer, Maréchal, Marcq, & Plateau, 2015). En effet, si le commerce équitable a initialement été utilisé pour soutenir les producteurs des pays du Sud, il est aujourd'hui envisagé comme un moyen de lutter contre la précarité des agriculteurs des régions du Nord. La mise en relation entre le commerce équitable et les circuits courts, pour la reconnaissance de l'idée de « commerce équitable local », est d'ailleurs une idée portée par certains acteurs du monde du commerce équitable (Le Velly, 2011).

Les circuits courts recouvrent donc des formes très variées de distribution. Les ventes directes sont caractérisées par l'absence d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs. Il s'agit des ventes à la ferme, sur des marchés, lors de foires, dans des magasins gérés par des collectifs de producteurs, par le biais de paniers, etc. D'autre part, les circuits courts comprennent les modes de distribution caractérisés par un intermédiaire comme les magasins des coopératives, les supermarchés coopératifs, mais aussi la vente par un opérateur constituant des paniers, etc. (Le Velly, 2017).

## 1.2. La promesse de différence des circuits courts alimentaires

Les auteurs qui étudient les S3A ont constaté une croissance des préoccupations pour la vente directe et le « manger local » (Le Velly, 2017), et se sont intéressés aux raisons de cette croissance.

Des années 1990 au début des années 2000, les travaux de recherche en sociologie rurale ont eu tendance à insister fortement sur les différences existant entre les S3A et les systèmes agroalimentaires conventionnels (Le Velly, 2017). Dans ces travaux, les systèmes agroalimentaires alternatifs et conventionnels sont appréhendés comme des mondes à part, aux caractéristiques opposées. L'intérêt pour les S3A vient des **critiques du système agroalimentaire conventionnel** dont les modes de production industriels, fortement mécanisés, à grande échelle et utilisateurs d'intrants chimiques sont combinés avec des circuits de commercialisation mondialisés, constitués de nombreux intermédiaires qui transforment et emballent une grande partie des produits de l'agriculture. Cette longue chaîne logistique se termine dans les magasins de la grande distribution qui rassemblent une importante gamme de produits standardisés vendus à bas prix. Ainsi, les firmes multinationales organisent à moindre coût la production alimentaire à l'échelle mondiale tandis que la distance géographique, économique et cognitive entre les agriculteurs et les consommateurs s'accroît (Le Velly, 2017). Ce modèle a pour conséquence de dégrader la qualité des produits, de générer des coûts énergétiques, environnementaux et sanitaires, et de placer les producteurs en situation de simples exécutants (Kloppenburger, Hendrickson, & Stevenson, 1996). Dans le monde des CCA, le système agroalimentaire conventionnel peut donc être défini comme un « cadre d'injustice », caractérisé par des relations impersonnelles, la recherche exclusive du profit et le manque de considération pour les impacts sociaux (conditions de vie des producteurs, santé des consommateurs) ou environnementaux (Maignan, 2014).

Face à ces constats, les S3A sont étudiés au regard de leur capacité à contester les formes dominantes de production et de commercialisation (Le Velly, 2017). Les analyses basées sur une pensée binaire décrivent les initiatives de circuits courts comme des moyens pour les consommateurs et agriculteurs de se protéger des tendances dominantes du système agroalimentaire mondial. Le local est assimilé à un espace de résistance où peut s'élaborer un débat citoyen sur l'agriculture et l'alimentation et où peuvent se construire des initiatives contestant la domination d'une agriculture industrielle et déterritorialisée (Le Velly, 2017).

Aujourd'hui, les **limites de la pensée binaire** sont soulignées, celle-ci étant contredite par la confrontation au terrain (Le Velly, 2017). En pratique, les systèmes agroalimentaires alternatifs et conventionnels ne constituent pas des mondes séparés (Le Velly, 2017). Les consommateurs et les producteurs engagés dans les systèmes alternatifs participent également (pour la plupart) aux systèmes conventionnels (Le Velly, 2017). Une étude en Région wallonne a montré que l'approvisionnement en circuit court était souvent combiné à d'autres formes d'approvisionnement (Holzemer et al., 2015).

Il y a des hybridations entre les différents systèmes agroalimentaires. Certains travaux analysent d'ailleurs la capacité du système dominant à absorber certaines allégations des S3A comme la confiance, la proximité ou l'authenticité. Par exemple, la grande distribution communique de plus en plus sur l'origine des produits via l'étiquetage (Deverre & Lamine, 2010).

De plus, les motivations et les attentes des acteurs des systèmes alternatifs et conventionnels sont parfois similaires : les consommateurs recherchent des produits de bonne qualité gustative,

demandent une diversité de gamme et restent attentifs aux prix. Quant aux producteurs, ils cherchent à vendre leur production à un bon prix et ne sont pas forcément désireux de discuter longuement avec les consommateurs (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008). Ainsi les S3A, malgré leurs promesses de différence, restent soumis à certaines logiques du système conventionnel comme la concurrence sur les prix (Le Velly, 2017).

Cela montre à quel point les logiques et les implications des systèmes agroalimentaires alternatifs et conventionnels sont indiscernables. On pourrait parler de systèmes agroalimentaires durables plutôt qu'alternatifs, dans le sens où leurs caractéristiques ne seraient pas forcément opposées à celles du système conventionnel. Mais l'important n'est pas tant dans la terminologie que dans l'analyse : c'est surtout l'analyse binaire qui est à éviter (Le Velly, 2017).

S'il faut éviter les pièges de la pensée binaire, il est aussi nécessaire de maintenir au cœur de l'analyse la question de l'alternativité des initiatives composant les S3A. Il s'agit de comprendre en quoi les circuits courts génèrent de la différence par rapport au système conventionnel, et comment cette promesse de différence est mise en action par l'établissement de règles, de relations, et de dispositifs spécifiques (Le Velly, 2017).

Selon R. Le Velly (2017), il y a trois variantes dans la promesse de différence des circuits courts. Dans un premier « cadre promotionnel », les CCA sont présentés comme une composante d'un nouveau paradigme du développement rural répondant aux crises de l'agriculture conventionnelle (Van der Ploeg et al., 2000 ; Le Velly, 2017). Ce paradigme envisage l'agriculture comme multidimensionnelle, liée aux enjeux de défense des patrimoines culturels et de l'aménagement du territoire en plus de l'enjeu de production alimentaire. Dans ce paradigme, les questions d'équité sont mises en avant car les acteurs qui s'inscrivent dans des logiques territoriales y seraient plus sensibles. De ce fait, les promoteurs des CCA revendiquent des prix rémunérateurs et la reconstruction du lien social entre producteurs et consommateurs (Le Velly, 2017).

Un second cadre promotionnel associe les CCA à « *un retour au bon sens face aux aberrations des circuits longs et de l'agro-industrie* » (Le Velly, 2017, p.59). Ce sentiment d'aberration est particulièrement visible dans la dénonciation des kilomètres alimentaire (distance parcourue par un aliment du champ à l'assiette). D'autre part, le système agro-industriel déterritorialisé est marqué par une opacité générée par les intermédiaires, alors que les CCA incarnent un retour à la transparence (Le Velly, 2017). Dans ce cadre, les circuits courts sont présentés comme un vecteur de transformation des consommateurs qui deviendraient beaucoup plus conscients des enjeux liés à l'alimentation (Le Velly, 2017).

Enfin, une troisième variante de la promesse de différence des CCA considère ceux-ci comme « *une forme de résistance par rapport à l'économie de marché* » (Le Velly, 2017, p.57). Cette vision systémique des circuits courts les associe à une agriculture alternative, s'opposant à l'agriculture conventionnelle et au monde du marché, qui serait guidé par la recherche du profit et régulé par la seule loi de l'offre et de la demande (Le Velly, 2017). On retrouve aussi l'affirmation de modes de fixation de prix permettant une juste rémunération des producteurs, l'idée d'un partenariat durable et de relations interpersonnelles entre consommateurs et producteurs, et le passage à une consommation (transformation du consommateur) (Le Velly, 2017).

Mis à part ces trois cadres promotionnels, il est important de signaler que les objectifs des S3A diffèrent selon les pays et les contextes socio-historiques. En Amérique du Nord, l'accent est mis sur la sécurité alimentaire à l'échelle des collectivités territoriales et sur l'accès des populations les plus vulnérables

à la nourriture. Ces objectifs traduisent un intérêt pour le droit à la nourriture, c'est pourquoi les chercheurs américains analysent les S3A en faisant appel à la notion de « démocratie alimentaire » (Deverre & Lamine, 2010). En Grande-Bretagne, la littérature se focalise davantage sur le développement de systèmes valorisant les productions locales et leur qualité, rapprochant les producteurs et les consommateurs et générant de la confiance. Cela s'explique par les crises de sûreté alimentaire (encéphalite spongiforme bovine, *escherichia coli*, fièvre aphteuse) qu'a connues ce pays (Deverre & Lamine, 2010). En Australie et en Nouvelle-Zélande, ce sont les capacités de résistance à la conventionnalisation des systèmes de vente directe qui sont étudiées (Deverre & Lamine, 2010). Enfin, c'est en France que les S3A sont les plus liés à la volonté de sauvegarde d'un modèle d'agriculture paysanne (Deverre & Lamine, 2010).

Enfin, les cadres promotionnels qui formulent les promesses de différence des CCA ne sont pas juste de beaux discours utilisés dans les opérations de communication, ce sont de vraies composantes des projets des collectifs mettant en action les circuits courts et ils sont à la base des motivations des acteurs qui s'engagent dans les initiatives composant les S3A (Le Velly, 2017).

Par ailleurs, le fait d'analyser si ces promesses sont tenues constitue une importante question de débat dans la littérature. **Quelles sont les capacités des initiatives telles que les circuits courts à véritablement transformer l'agriculture et l'alimentation** (Le Velly, 2017 ; Dohet, 2018) ? Les S3A sont parfois perçus comme des niches offrant une alternative à la distribution alimentaire dominante pour une petite partie de la population, avec un potentiel transformateur limité (Deverre & Lamine, 2010).

Si les initiatives agroalimentaires alternatives comportent des limites dans leur capacité à remplacer le système agroalimentaire dominant, celles-ci demeurent un moyen concret de le remettre en question, de redéfinir les rapports entre producteurs et consommateurs (Deverre & Lamine, 2010), et d'expérimenter la possibilité d'un autre mode de vie (Dohet, 2018).

### 1.3.Cadre d'analyse : la théorie de la régulation sociale

Dans la littérature autour des systèmes agroalimentaires alternatifs, l'un des cadres théoriques utilisés est la théorie de la régulation sociale (TRS), élaborée par Jean-Daniel Reynaud et issue de la **sociologie de l'action**. Ce cadre peut être couplé à la sociologie des agencements marchands pour étudier l'action collective (Le Velly, 2017). Son application à l'étude des systèmes agroalimentaires alternatifs est développée dans les écrits de Ronan Le Velly et Jean-Pierre Bréchet.

L'objet d'étude de la TRS est l'**activité de régulation**, considérée comme le fait social majeur (Bréchet, 2008). La régulation est un processus au cours duquel les acteurs créent des règles, les appliquent, les transforment et les suppriment (Reynaud, 1991). Une règle n'existe que grâce à l'activité de régulation qui la fait vivre (Bréchet, 2013), il est donc plus réaliste de parler de régulations plutôt que de règles (Bréchet, 2008).

*« Il n'y a pas de règles stables mais seulement des processus de régulation »  
(Reynaud, 1991, p.22).*

**Les activités de régulation** sont décrites comme des activités qui « *contribuent à constituer le collectif et à réguler les rapports en son sein* » (Le Velly & Bréchet, 2011, p. 482). Les activités de régulation établissent des règles écrites (lois, règlements, contrats), des dispositifs techniques (équipements, espaces aménagés, instruments de gestion), des relations sociales stabilisées (clientèles, partenariats), des paroles et des discours (ordres donnés, arguments avancé) et des accords sur les façons de faire et d'évaluer (routines, conventions) (Le Velly, 2017). Les activités de régulations sont donc multiples dans leur forme mais également en ce qui concerne leurs auteurs (législateurs, élus locaux, distributeurs, etc.) et leurs échelles d'application (communautaire, nationale, régionale, locale) (Le Velly, 2017).

Les activités de régulation permettent de façonner, stabiliser et coordonner les comportements d'acteurs interdépendants (Le Velly, 2017). Elles structurent l'action collective. Cependant, elles ne déterminent pas totalement les actions : elles sont incomplètes et ambiguës, par conséquent leur application requiert un travail d'interprétation et laisse la place à la négociation (Le Velly, 2017).

Mobiliser la TRS pour étudier les efforts de conception et de régulation de l'action collective implique la compréhension de ses trois notions centrales :

- Les activités de régulation constituent l'action collective (1)
- Toute régulation est une rencontre de régulations (2)
- Les acteurs disposent d'une rationalité élargie (3)

Outre ces trois notions, l'étude des S3A implique d'étudier la notion de projet (4 et 5), car les projets sont à l'origine de l'action collective, tout comme ils sont la source des régulations dites « alternatives » (Le Velly, 2019).

### 1.3.1. Les activités de régulation constituent l'action collective

Il existe une pluralité de sources de régulations, ce qui peut amener à des régulations contradictoires avec lesquelles il faut composer (Le Velly & Bréchet, 2011). De plus, celles-ci n'ont pas toutes le même niveau de légitimité. La TRS distingue les régulations de contrôle et les régulations autonomes.

Les **régulations de contrôle** sont menées par les groupes en position d'organiser le travail dans une organisation (Bréchet, 2008). Elles peuvent également être assimilées à l'expression du pouvoir politique et du droit, ainsi qu'aux régulations macroéconomique, c'est-à-dire les règles (au niveau national ou international) qui organisent l'économie et le marché (Bréchet, 2013).

Cependant, les régulations de contrôle ne peuvent pas tout prévoir et les acteurs de terrains disposent de certaines marges de manœuvre pour mener des **régulations autonomes** à un niveau plus local (Le Velly & Bréchet, 2011).

On peut donc identifier différentes formes et degrés de régulation, qui se complètent dans la vie d'une organisation (Bréchet, 2008). Étudier l'articulation entre les différents niveaux de régulation permet de comprendre les conflits de règles entre niveaux et donne des outils pour penser les régulations locales (Bréchet, 2013).

L'action collective n'est pas l'expression d'un acteur collectif sous-jacent (Bréchet, 2008). L'acteur collectif se constitue à partir du moment où il entreprend une action commune et se reconnaît des règles qui tirent leur légitimité du projet collectif envisagé (Bréchet, 2008). L'acteur collectif devient alors une source autonome de régulation, tout en s'insérant dans les régulations existantes (Bréchet, 2008).

C'est dans les interactions entre les acteurs que se créent et se transforment les règles car l'échange social génère des apprentissages et participe à l'instauration de la confiance nécessaire à l'échange économique (Bréchet, 2008). En construisant ensemble les règles de leur coopération et de leurs échanges, les acteurs économiques et sociaux deviennent des acteurs collectifs (Bréchet, 2008).

### 1.3.2. La rencontre des régulations conventionnelles et alternatives

Selon la théorie de la régulation sociale, les systèmes agroalimentaires alternatifs s'établissent au croisement de multiples activités de régulation (règles, dispositifs, relations, discours, routines, conventions, etc.), dont certaines peuvent être qualifiées d'« alternatives », et d'autres de « conventionnelles » (Le Velly, 2017). Les activités de régulation alternative sont celles qui visent à concrétiser les promesses de différence du projet.

Les systèmes alimentaires alternatifs peuvent être considérés comme « hybrides » car ils comprennent des activités de régulation alternatives et conventionnelles qui peuvent coexister de différentes façons (Le Velly, 2017). Les circuits courts peuvent s'inscrire à la fois dans et contre le marché. En effet, ils peuvent avoir une dimension marchande tout en visant à modifier le fonctionnement de l'économie et du marché tel qu'il est, pour proposer d'autres modalités de fonctionnement, plus conformes aux attentes des acteurs socio-économiques (Chiffolleau & Prevost, 2012). Cette approche par la théorie de la régulation sociale permet d'éviter la pensée binaire tout en considérant la dimension alternative des systèmes alimentaires (Le Velly, 2017).

Les **régulations alternatives peuvent s'articuler avec les régulations conventionnelles** de plusieurs manières : les différentes régulations peuvent s'entraver, se renforcer, être combinées ou contournées (Le Velly & Bréchet, 2011). Les acteurs sont doués d'une certaine capacité d'influer sur les régulations existantes au lieu de simplement les subir. Ainsi, l'étendue des possibles dépend de la créativité des acteurs pour générer de la différence et mener leur idéal à bien (Le Velly, 2011).

*« Toute régulation se comprend comme rencontre de régulations »* (Bréchet, 2013, p.194).

L'analyse de la rencontre entre régulations de différent types au sein de l'action collective nécessite de distinguer le « partage de territoire » et la « régulation conjointe » (Bréchet, 2008).

Dans le cas du **partage de territoire**, l'activité des différents acteurs d'une même filière s'effectue sur base de régulations indépendantes les unes des autres (Le Velly & Bréchet, 2011). Par exemple, les distributeurs et les producteurs organisent leur travail sans tenir compte de leurs contraintes et de leurs besoins réciproques. Ils ne sont même pas obligés de se connaître s'il existe des intermédiaires (Le Velly & Bréchet, 2011). On peut qualifier cette régulation de commune, mais pas de conjointe (Bréchet, 2008).

Quant à la **régulation conjointe**, elle renvoie à une négociation entre les parties prenantes qui conduit à l'élaboration de règles les concernant, en tenant compte des préoccupations et des intérêts de chacun (Bréchet, 2008). La régulation conjointe provient d'une volonté des acteurs des marchés de s'entendre sur l'organisation de leurs échanges plutôt que de laisser cette tâche aux intermédiaires du marché (Le Velly & Bréchet, 2011). La mise en place de régulations conjointes suppose au minimum que les acteurs se rencontrent (ex : lors de réunions ou de visites sur le terrain), qu'ils discutent de leurs attentes et contraintes respectives et qu'ils s'accordent sur leurs organisations (Le Velly & Bréchet, 2011). Finalement, la régulation conjointe s'apparente à **la démocratie**, elle permet aux acteurs de s'accorder sur leurs conditions de fonctionnement de façon autonome (Bréchet, 2008).

Les régulations conjointes ne font pas que relier l'offre à la demande mais constituent véritablement ces deux ensembles (Le Velly & Bréchet, 2011). De ce fait, la régulation conjointe s'apparente aux activités de médiation marchande qui transforment autant qu'elles relient l'offre et la demande (Le Velly & Bréchet, 2011).

La **médiation marchande** menée par les professionnels du marché est une activité de régulation : elle contribue à constituer le marché et à régler les rapports en son sein (Cochoy & Dubuisson-Quellier, 2000). Les publicités, les prix, les guides d'achats, les espaces commerciaux, et autres dispositifs issus du travail marchand établissent dans un même mouvement l'offre, la demande et le marché (Le Velly et al., 2016). Ainsi, les marchés (pensés comme « agencements marchands ») doivent être appréhendés comme des collectifs socio-techniques dont les composantes humaines et non-humaines (issues des activités de régulation) sont mutuellement déterminées (Callon, 2013).

Actuellement les entreprises de distribution jouent un rôle dominant dans la médiation marchande, à travers les choix qu'elles opèrent en matière d'approvisionnement et les échanges qu'elles organisent entre les acteurs de la chaîne de valorisation (Bréchet, 2013).

C'est pourquoi la volonté de **sortir des régulations dominantes du marché** peut prendre la forme d'un refus de toute intermédiation entre l'offre et la demande (Bréchet, 2013), et donner lieu à des pratiques de vente directe comme les GASAP ou la vente à la ferme. Il s'agit d'une logique de co-

construction entre producteurs et consommateurs de solutions d'échanges non intermédiées (Bréchet, 2013). Néanmoins, le projet de relocaliser les systèmes alimentaires n'exclut pas le recours aux acteurs actuels de l'intermédiation (grossistes, grande distribution...). Cette logique s'appuie sur ce qui est déjà en place (Bréchet, 2013). Ces deux approches peuvent s'hybrider sur le terrain (Bréchet, 2013).

Le fait que les acteurs des circuits courts cherchent à sortir des régulations dominantes du marché menées par les nombreux acteurs de l'intermédiation revient à mettre en œuvre un projet politique : celui d'une économie de proximité (Bréchet, 2013).

### 1.3.3. Du projet aux régulations : le sens de l'action collective

La TRS s'intéresse principalement aux activités de régulations, mais celles-ci n'ont pas de sens sans le projet qui les inspire (Le Velly, 2017). Les activités de régulations mettent le projet en action, et de ce fait, le projet et les régulations participent conjointement à constituer le collectif (Le Velly, 2019).

Le **projet** peut être défini comme « *les raisons et les finalités qu'un collectif se donne pour justifier son existence et pour orienter son action* » (Le Velly, 2017, p.32). Le projet est donc lié à la capacité des acteurs individuels ou collectifs à envisager d'autres états du monde plus désirables et à prendre l'initiative de nouvelles activités de régulation (Le Velly, 2017).

Les projets collectifs comportent des enjeux de coordination (Le Velly, 2019). En effet, pour être capables d'agir ensemble, les acteurs doivent partager des repères qui donnent du sens et une direction à la création et l'évolution du collectif (Le Velly, 2019). Cette définition du projet nous amène à étudier les raisons et finalités qui sous-tendent le lancement de l'action collective (Le Velly, 2019).

Cependant, les projets doivent être envisagés comme des **références ambiguës**, ils ne déterminent pas totalement les actions et laissent des marges de manœuvre dans leur réalisation (Le Velly, 2017). Le projet qui donne son sens à l'action collective est un repère flou, un vague horizon, il est composé d'injonctions qui ne sont pas forcément claires et cohérentes (Le Velly, 2017). En ce qui concerne les projets des CCA, leurs finalités ne peuvent pas toutes être atteintes simultanément. Dès lors, il peut y avoir une multiplicité de mises en action d'un même projet (Le Velly, 2017). Par conséquent, instaurer des régulations n'équivaut pas à appliquer directement un projet, mais résulte plutôt des interprétations, des négociations et des arbitrages qui prennent place autour du projet (Le Velly, 2019).

Nous avons vu que les projets des acteurs des S3A étaient caractérisés par des promesses de différence (Le Velly, 2019), ce qui justifie l'usage du terme « alternatif ». En fait, ce sont les régulations spécifiquement établies pour mettre en œuvre ces promesses de différence qui méritent d'être qualifiées d'alternatives. Étudier l'hybridation des systèmes alimentaires revient alors à identifier ces régulations alternatives et à comprendre comment elles interagissent avec les régulations conventionnelles préexistantes (Le Velly, 2019).

Tout comme le projet des circuits courts nécessite de repenser les conditions de production, les modes de commercialisation et de consommation (Bréchet, 2013), la promesse d'un prix juste passe par une remise en question des fondements du système économique dominant (Garbarczyk & Vanwelde, 2018) et nécessite de rompre avec les logiques existantes (Bréchet, 2013). Le projet a donc une dimension utopique, il relie la poursuite d'un futur désirable à l'exploration des possibles dans le présent (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

« Ce qui ressort, pour s'extraire du marché, pour relocaliser les activités, c'est l'importance d'un projet politique avec ce qu'il suppose d'engagements qui interdiront que prévale l'ordre marchand dominant » (Bréchet, 2013, p.204).

## 1.4. Implications de la TRS pour le « prix juste »

### 1.4.1. L'origine de l'injustice des prix

Depuis la Révolution industrielle, l'essentiel de nos activités économiques passe par le marché, ce qui constitue une exception historique (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

« Nous sommes passés d'une société avec des marchés à une société de marché, dans laquelle les marchés déterminent les prix, sont liés les uns aux autres, s'autorégulent et finissent par imposer leurs logiques à l'ensemble de la vie sociale. Dans ce contexte, les prix sont partout et il devient logique de percevoir l'injustice à travers leur prisme » (Garbarczyk & Vanwelde, 2018, p.8).

Actuellement, la pensée économique dominante est issue du courant néoclassique. Elle est basée sur l'hypothèse de *l'homo oeconomicus* et des **marchés à concurrence parfaite**, qui s'auto-régulent (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). Selon cette hypothèse, les prix se fixent suite à la rencontre entre l'offre et la demande et amènent la société à produire exactement ce qui lui est nécessaire. Autrement dit, le prix d'équilibre permet l'égalisation des quantités demandées et des quantités offertes d'un même bien. C'est pourquoi, selon la théorie de l'économie néoclassique, les prix ont un rôle fondamental pour organiser la société (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Cependant cette vision idéale de l'économie de marché est difficilement réalisable (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). En effet, pour qu'un marché fonctionne bien, il doit répondre aux conditions de la concurrence libre et parfaite : un grand nombre de consommateurs et de vendeurs, des produits homogènes, la transparence de l'information, la libre entrée et sortie sur le marché, et l'absence de discussion entre les acteurs du marché (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Dans cette vision néolibérale de l'économie, la question du prix juste ne se pose pas. Ce qui est juste, c'est de laisser les acteurs économiques libres de leurs choix de production et de consommation (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). Le principe du libre marché garantit une allocation optimale des ressources, puisque le prix reflète l'utilité sociale des biens et services échangés. Ainsi la valeur d'un produit ne dépend pas de ses qualités ni même de ses coûts de production, elle est le fruit d'un équilibre entre rareté du produit et demande pour le produit (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Néanmoins, ces principes théoriques de l'économie sont difficiles à appliquer. En pratique, le marché échoue souvent à générer des prix justes, autrement dit des prix qui poussent l'économie à s'organiser dans un sens souhaitable pour la société (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). D'ailleurs les économistes reconnaissent qu'il existe des failles de marché, lorsque les conditions de la concurrence parfaite ne sont pas respectées (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). Plusieurs mécanismes sont mis en place pour y remédier, comme par exemple la labellisation, qui permet une meilleure transparence de l'information en ce qui concerne les caractéristiques des produits. D'autre part, les externalités (positives ou

négatives) constituent d'importantes failles de marché, qui peuvent être corrigées au moyen de taxes et de subsides alloués par l'Etat (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Pour résumer, selon la vision néoclassique de l'économie, les marchés s'autorégulent grâce à l'application des conditions de la concurrence parfaite et au soutien d'institutions comme l'Etat. Cette figure du marché est à la base des logiques économiques conventionnelles qui consistent à jouer le jeu de la concurrence et chercher à vendre et acheter au prix le plus bas.

Cette course au prix le plus bas a bouleversé nos modes de production, de distribution et de consommation, elle a incité à réaliser des économies d'échelle. Avantageuse pour le portefeuille des consommateurs, elle est aussi à l'origine de nombreux risques et coûts sociétaux : mauvaise qualité des produits, perte d'emplois, faible rémunération, perte de savoirs locaux et d'autonomie, dépendance aux énergies fossiles et surexploitation des ressources (Decamp, Rassart, Lebon, & Adam Fabrice, 2013).

D'autres théories économiques existent et tentent de rendre compte de la complexité de la réalité. Par exemple selon la « nouvelle sociologie économique », tous les marchés sont encadrés et façonnés par un contexte social (Le Velly, 2002). Selon cette approche de l'économie, les marchés autorégulés n'existent pas, et les activités marchandes reposent sur les relations interpersonnelles (encastrement structurel), les régulations (encastrement institutionnel) et les représentations communes des acteurs (encastrement culturel) (Le Velly, 2002).

#### 1.4.2. Le prix juste : un impératif qui percute les régulations conventionnelles

La volonté des acteurs des circuits courts de définir des prix justes implique la création de **régulations alternatives**, qui s'efforcent de s'affranchir de la régulation conventionnelle du marché (Bréchet, 2013). Autrement dit, les acteurs du circuit court doivent inventer des nouvelles façons de définir les prix.

Pour penser des régulations alternatives aux mécanismes du marché, il est fondamental de distinguer l'économie et le marché. Les activités économiques sont les actions entreprises par les humains pour assurer leurs moyens de subsistance, et elles ne sont pas toutes encadrées par l'économie de marché. Par exemple le travail domestique, le bénévolat ou les services rendus entre amis, ne s'exercent pas de façon marchande. Cependant aujourd'hui, l'économie de marché couvre presque toutes les activités économiques (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

-« é à l'esprit cette vision plus large de l'économie est indispensable pour penser le prix juste sans se laisser cloisonner par la logique de marché, car celle-ci n'est pas la seule logique structurant l'économie et la société (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). En effet, outre la logique marchande, les activités économiques peuvent suivre une logique de redistribution ou de réciprocité (don-contre don). D'ailleurs ces trois logiques d'action coexistent toujours au sein d'une économie (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Dans les logiques économiques alternatives, l'**encastrement** des activités économiques dans les liens sociaux est revalorisé, et les échanges marchands sont remis au service de la société (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). S'appuyant sur des relations sociales, les activités marchandes sont accompagnées de dispositifs de construction de sens et de valeurs qui dépassent les considérations économiques et impactent l'évaluation des biens et la formation de leurs prix (Maignan, 2014).

Dans les CCA, le prix juste est généralement associé à un prix à la fois **rémunérateur** pour le producteur et **abordable** pour le consommateur, tout en répondant aux attentes en termes de qualité des produits (Maignan, 2014). Cependant la définition de « **qualité** » peut recouvrir différents critères en fonction des acteurs, ces critères pouvant être centrés sur le produit (fraîcheur, goût, labellisé « bio », issu d'une agriculture respectant l'environnement, local...) ou sur les valeurs associées au processus de vente (solidarité, cohésion sociale, participation, convivialité, accessibilité, équité, etc.) (Holzemer et al., 2015).

Globalement, pour les acteurs des circuits courts, la prise en compte des externalités positives de l'agriculture durable est essentielle (Chiffolleau & Prevost, 2012). Les consommateurs décident de prendre à leur charge la rémunération de ces externalités en soutenant une agriculture que le marché condamnerait, mais qui est pourtant socialement utile (Chiffolleau & Prevost, 2012).

De plus, les critères associés à la qualité d'un aliment sont également issus d'arrangements socio-culturels. Par exemple, pour les consommateurs, la qualité renvoie à leurs appréciations organoleptiques ainsi qu'à leurs apprentissages, leur vécu, leur identité et leur culture. Du côté des industries, la qualité sera plutôt associée au cahier des charges d'un label (lui-même socialement construit). En outre, la définition d'un produit de qualité est issue d'une construction collective entre les acteurs de l'offre et les consommateurs, qui conduit à la définition d'un ensemble de repères collectifs (Holzemer et al., 2015). « *Dans ce contexte, l'innovation sociale se traduit par des dispositifs organisationnels permettant de traduire la conception du juste portée par l'organisation dans les dispositifs de fixation des prix* » (Maignan, 2014, p.1).

Finalement, le **prix juste** peut être considéré comme un construit socio-culturel qui vise à répondre à la grande diversité d'enjeux associés aux circuits courts. C'est pourquoi la fixation des prix justes appelle à un débat permanent pour déterminer les critères d'évaluation de la performance des systèmes alimentaires, ainsi qu'à des efforts d'innovation pour faire vivre ce débat (Chiffolleau & Prevost, 2012).

### 1.4.3. Le prix juste dans les circuits courts : hybridation des régulations

Lorsqu'on aborde la façon dont les prix sont déterminés dans les circuits courts, les réponses des acteurs invoquent les différences existant dans ce domaine par rapport à ce qui se pratique dans les circuits conventionnels : certains avancent que la vente directe permet aux producteurs de maîtriser leur prix de vente, d'autres que les prix pratiqués sont plus équitables, qu'il est possible de garantir des prix rémunérateurs et de tenir compte des efforts réalisés en matière de qualité ou de respect de l'environnement (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008).

Pourtant la détermination des prix dans les circuit court ne fait pas totalement abstraction des prix pratiqués dans les autres circuits de commercialisation (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008). Cela s'explique par plusieurs raisons : les prix du marché représentent des repères cognitifs plus aisés qu'un calcul complet des coûts de production ; les producteurs cherchent une cohérence dans les prix finaux de leurs produits malgré les différents débouchés qu'ils peuvent avoir ; et ils veulent que leurs prix restent réalistes et concurrentiels (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008).

Ce dernier point dépend des situations de concurrence : certains marchés sont plus protégés que d'autres. Plus les producteurs parviennent à différencier leurs produits (qualité particulière, relation

privéligiée avec la clientèle), moins ils sont soumis aux contraintes de la concurrence (pression sur les prix) (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008).

Même s'ils tiennent compte des prix du marché, cela n'exclut pas que les acteurs des circuits courts s'interrogent sur les écarts qu'il peut y avoir entre les coûts de production et les prix du marché et qu'ils débattent au sujet des prix qu'ils pratiquent (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008). Le calcul des coûts de production est indispensable pour assurer des prix plus justes. Toutefois, dans une perspective de justice, les contraintes sociales, économiques et institutionnelles qui pèsent sur ces coûts de production doivent être questionnées (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Ces réalités démontrent à nouveau l'hybridation des circuits courts, qui ne constituent pas un monde à part mais qui vont plutôt articuler des mécanismes propres aux circuits conventionnels à des mécanismes localement redéfinis (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008). Les projets ne cadrent donc jamais totalement les pratiques, et les initiatives de circuit court entretiennent un rapport au monde du marché beaucoup plus ambigu que celui exposé dans les cadres promotionnels (Le Velly, 2017).

En fin de compte, ce qui fait la spécificité des circuits courts, c'est le fait que leur hybridation s'accompagne d'un **mouvement de remise en question** des modes de fonctionnement des filières agro-alimentaires, par exemple au niveau de la fixation des prix, des relations avec les consommateurs ou des formes de gouvernance (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008).

Ainsi, les circuits courts se distinguent par les discussions et les négociations qu'ils permettent (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008). Cette caractéristique constitue un atout pour la définition de prix juste, car les enjeux sociaux sous-jacents ne peuvent être compris que par une discussion entre les acteurs de l'échange, leur permettant de parler de leur situation respective et de tout mettre sur la table, dans une perspective de transparence et de (re)connaissance réciproque (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Les prix fixés collectivement (et non par la main invisible du marché), permettent à l'échange économique de redevenir un échange ancré dans des relations sociales (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). De cette manière, les prix auront plus de chances d'être ressentis comme justes par les acteurs de l'échange (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

Par conséquent, les logiques d'action ne répondront à des enjeux de justice que si elles se font dans un cadre démocratique plaçant la discussion au cœur de la démarche (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

*« Contre l'homo oeconomicus, ces logiques d'action donnent alors à voir un humain social et politique. Si l'être économique est silencieux et s'exprime à travers les prix, l'être social et politique est bavard et s'exprime à propos des prix. » (Garbarczyk & Vanwelde, 2018, p.35).*

## 1.5.L'engagement des acteurs et l'acceptabilité des prix

Aujourd'hui, de plus en plus d'initiatives s'inscrivent dans les systèmes agroalimentaires alternatifs, et une concurrence s'est installée entre elles, créant une contrainte à prendre en compte lors de la détermination des prix (Maignan, 2014). Les consommateurs ont un vaste choix pour s'alimenter de façon durable, et cela influence l'acceptabilité des prix. En effet, les consommateurs peuvent refuser d'acheter des denrées dont le rapport qualité-prix est trop détaché de ce qu'ils pourraient obtenir par d'autres canaux (Le Velly, 2017). D'autre part, l'acceptabilité des prix est liée au degré d'engagement des consommateurs et à leurs motivations, qui sont plus ou moins pragmatiques et plus ou moins militantes (Maignan, 2014).

L'engagement des acteurs impliqués dans les CCA dépend de conditions qui sont en construction (Le Velly, 2017). Les valeurs et intérêts ne prédéterminent pas l'action, elles se constituent dans la construction de l'action collective. Les acteurs s'engagent dans un projet qui leur convient au fil d'un processus de découverte, d'expérimentation et d'apprentissage (Le Velly, 2017).

Les échanges marchands de biens alimentaires peuvent être analysés comme des relations sociales au cours desquelles se forment les préférences individuelles sur base des informations échangées entre producteurs et consommateurs (au sujet de la qualité des produits, de leur origine, des contraintes pesant sur la production ou la consommation, etc.) et non pas comme un simple moment de rencontre de ces préférences sous la forme d'une offre et d'une demande (Chiffolleau & Prevost, 2012). Les comportements individuels restent à la base de la compréhension des phénomènes collectifs, mais ils s'inscrivent dans un ensemble de relations sociales qui contribuent à les déterminer (Chiffolleau & Prevost, 2012).

Ce raisonnement est d'autant plus vrai sur des marchés marqués par l'incertitude, comme le marché des biens alimentaires. Il s'applique particulièrement bien aux circuits courts alimentaires qui privilégient le dialogue autour des produits dont la définition de la qualité dépend d'attentes complexes et partagées par les producteurs et consommateurs (Chiffolleau & Prevost, 2012).

Finalement, les circuits courts sont constitués d'un ensemble de dispositifs qui permettent la circulation des biens et des informations et donnent naissance à de nouveaux processus d'élaboration des attentes individuelles (Chiffolleau & Prevost, 2012).

## 1.6.Prix juste et empowerment des producteurs

Le lien entre empowerment des producteurs et prix juste est clairement établi dans la littérature. L'empowerment peut être défini comme le renforcement de la capacité des acteurs à faire des choix et à les transformer en actions et résultats (Chiffolleau & Prevost, 2012). Garantir des prix plus rémunérateurs et l'écoulement de la production est un moyen de développer l'empowerment et le pouvoir de décision des producteurs (Maignan, 2014). Cependant, le phénomène d'empowerment entraîne un phénomène inverse de « disempowerment » auquel il convient de prêter attention (Avelino et al., 2019).

Y. Chiffolleau et B. Prevost (2012) identifient quatre modalités d'empowerment : le pouvoir de réaliser des choix (*pouvoir de*), le pouvoir d'agir avec les autres (*pouvoir avec*), l'estime de soi (*pouvoir intérieur*) et le *pouvoir sur* les autres. Les CCA renforcent ces quatre modalités. En mettant en place des relations moins asymétriques et moins hiérarchiques, les CCA permettent aux producteurs de s'émanciper de

la domination qu'ils subissaient des intermédiaires et de retrouvent un « pouvoir sur les autres » et un « pouvoir de » réaliser des choix. En outre, les producteurs intégrés aux CCA développent leur « pouvoir avec » car ils s'insèrent dans des réseaux sociaux qui leur donnent accès à un ensemble de ressources et favorisent les relations d'apprentissage et de collaboration entre producteurs (Chiffoleau & Prevost, 2012). De plus, le « **pouvoir intérieur** » est développé en même temps que la reconnaissance du travail agricole qui prend un sens économique grâce à une meilleure valorisation des produits (Chiffoleau & Prevost, 2012). La valorisation du métier, comme celle des produits, suppose un dialogue constant entre consommateurs et producteurs puisque ce sont les interactions qui permettent d'établir les préférences individuelles et collectives qui seront ensuite valorisées (Chiffoleau & Prevost, 2012).

### 1.7.Circuits courts et souveraineté alimentaire

*« La souveraineté alimentaire est entendue comme : Le droit des peuples et des États à déterminer eux-mêmes leurs politiques alimentaires et agricoles, sans porter atteinte à autrui » (Oxfam, 2020).*

Appréhender le marché comme construction sociale permet d'amener une réflexion autour la démocratie alimentaire et de la gouvernance des systèmes alimentaires. Le marché serait constitué d'espaces de discussion entre attentes et valeurs individuelles et collectives (Maignan, 2014). Selon cette perspective, les S3A peuvent être analysés en fonction de leur capacité à générer une reprise de pouvoir des consommateurs et des producteurs locaux sur les choix alimentaires et les manières de produire (Deverre & Lamine, 2010).

L'enracinement local des S3A permettrait intrinsèquement aux consommateurs et aux producteurs de regagner la maîtrise de leurs activités et échanges (Deverre & Lamine, 2010). Dès lors, le discours sur la relocalisation des systèmes agroalimentaires et l'autonomie alimentaire des territoires s'inscrit dans un processus de réappropriation de la question alimentaire ainsi que de territorialisation des politiques publiques (Chiffoleau & Prevost, 2012).

Dans la littérature analysée, les auteurs mettent en relation la promotion des initiatives locales avec le mouvement général de décentralisation : l'État providence transfère ses prérogatives vers les communautés, qui héritent de ses responsabilités en matière de droit à l'alimentation (Deverre & Lamine, 2010). Cette décentralisation entraîne un empowerment des communautés et un disempowerment de l'État. Ce désengagement de l'État vis-à-vis du développement local ouvre des espaces pour les innovations sociales, car il amène les populations à se saisir des questions collectives et à impulser un mouvement *bottom-up* de développement (Chiffoleau & Prevost, 2012). Aujourd'hui une nouvelle gouvernance alimentaire territoriale est en train d'émerger, fondée sur des processus démocratiques permettant la formation et l'expression de nouvelles attentes collectives (Chiffoleau & Prevost, 2012).

Les circuits courts participent à ces processus démocratiques en impliquant les différents acteurs concernés et en permettant un apprentissage mutuel pour arriver à réaliser les objectifs multidimensionnels assignés à la production alimentaire (Chiffoleau & Prevost, 2012). Les CCA étendraient au domaine de la nourriture l'exercice de la citoyenneté, grâce aux apprentissages qu'ils véhiculent. Ces apprentissages seraient des sources d'empowerment des consommateurs devenant alors des « citoyens alimentaires » (Deverre & Lamine, 2010). Intéresser les gens aux conditions de la

production de leur nourriture permettrait de les rendre plus actifs dans leurs choix quotidiens, au contraire du système agroalimentaire dominant qui vise à les rendre passifs. Toutefois, s'appuyer sur les citoyens alimentaires comme principale force de changement relève d'une vision néolibérale centrée sur la responsabilité individuelle. Cette approche est critiquée par certains auteurs qui insistent sur la nécessité d'une alliance entre les pressions des consommateurs et les décisions politiques (Deverre & Lamine, 2010).

### 1.8. Research gap

Les systèmes agroalimentaires alternatifs constituent un vaste sujet d'étude. D'ailleurs, certains auteurs s'interrogent sur les effets de cette importante production scientifique sur le développement des S3A eux-mêmes (Deverre & Lamine, 2010). Malgré la richesse de la littérature, certaines dimensions sociales sont peu prises en compte dans l'étude des S3A (Deverre & Lamine, 2010).

L'un des thèmes les moins abordés est celui de la contribution des S3A à la réduction des inégalités sociales (Deverre & Lamine, 2010). Différents auteurs s'accordent à dire que les circuits courts ont un rôle à jouer dans l'amélioration de l'accès des populations à une alimentation de qualité (Maignan, 2014). Certains S3A sont développés à destination de groupes sociaux défavorisés et en pratique, le critère d'accessibilité est souvent pris en compte dans les processus de définition des prix (Deverre & Lamine, 2010). Pourtant, la typologie sociale des promoteurs des S3A reflète des inégalités : par exemple, les membres des organisations de type AMAP<sup>1</sup> sont majoritairement de milieu social élevé, ont de hauts niveaux d'éducation et sont caucasiens (Deverre & Lamine, 2010). D'autre part, les S3A pourraient renverser le processus de démocratisation de l'accès à la nourriture historiquement mis en place par le système conventionnel (Deverre & Lamine, 2010).

La question de l'accès des populations les plus pauvres à une alimentation de qualité rejoint la conception des circuits courts que l'on peut rencontrer aux Etats-Unis, et il serait intéressant pour les chercheurs francophones de s'appuyer sur les travaux anglo-saxons pour explorer cette question moins étudiée dans leurs régions, ainsi que d'autres questions comme les formes de gouvernance des S3A et leur potentiel d'empowerment (Deverre & Lamine, 2010).

### 1.9. Conclusion et pistes de recherche

Cet état de l'art montre qu'analyser les circuits courts alimentaires par le prisme des modes de définition des prix justes permet d'en aborder les principaux débats et enjeux. La diversité des attentes auxquelles ils visent à répondre, leur hybridation avec les circuits conventionnels, leur potentiel d'empowerment et leur capacité à générer de la démocratie et à réduire les inégalités sociales font partie des questions qui restent à approfondir.

Cet état de l'art est basé sur une littérature étudiant diverses initiatives apparentées aux systèmes agroalimentaires alternatifs. Cependant, la suite de cette recherche sera consacrée à l'étude des coopératives citoyennes de circuits courts. Il s'agira d'identifier le projet qu'elles portent, leur promesse de différence, le sens et les finalités qu'elles se donnent et les marges de manœuvre dont

---

<sup>1</sup> Association pour le maintien de l'agriculture paysanne

elles disposent pour définir des prix justes. D'autre part, les régulations qui encadrent la définition des prix seront analysées en regard de leur capacité à traduire leur projet des coopératives.

Mobiliser la TRS permettra d'explorer la dimension hybride des coopératives, c'est-à-dire la façon dont elles articulent leur promesse de différence avec les contraintes imposées par leur coexistence avec le système agroalimentaire conventionnel.

Enfin, les moyens mis en œuvre par les coopératives pour permettre aux différents acteurs de délibérer et de s'accorder sur les prix, seront étudiés afin de comprendre leur rôle dans les processus de définition des prix justes.

## 2. Méthodologie

### 2.1. Problématiques et hypothèses

Cette recherche est issue d'une question issue du terrain, très pragmatique : comment définir des prix justes dans les coopératives citoyennes de circuits courts ? J'ai d'abord rencontré cette question sur un terrain particulier : le Collectif des coopératives citoyennes pour le circuit court (5C). En effet, c'est en menant une enquête sur les difficultés rencontrées dans la gestion des magasins des coopératives et en assistant à la mise au vert du Collectif 5C que j'en suis venue à m'interroger sur la question du prix juste. Lors de la mise au vert du Collectif 5C, le débat entre les participants<sup>2</sup> tournait autour de cet énoncé : « *Quels critères pour fixer les prix d'achat et les prix de vente des produits ?* ».

Par la suite, la question du prix juste est ressortie au cours de plusieurs événements auxquels j'ai assisté. Le 18 février 2020, l'Université populaire d'Anderlecht (UPA) organisait une journée sur la thématique « *good food* » dont l'aboutissement était une conférence s'intitulant « *La good food au-delà des sentiers bobos ? Préjugés et accessibilité du bien manger en milieu populaire* »<sup>3</sup>. Au cours de cette conférence, une dizaine d'intervenants abordaient la question de l'accès pour tous à l'alimentation durable. Enfin, la coopérative Paysans-Artisans, dans la formation organisée par son Université populaire, aborde cette question : « *Comment fixer le prix juste pour le producteur, le distributeur et le consommateur ?* »<sup>4</sup>, incluant tous les acteurs du circuit court dans son questionnement. Ces trois catégories d'acteurs sont en effet concernées par la définition des prix justes, il est logique de les inclure dans le débat.

Effectuer un état de l'art autour de la définition des prix justes dans les circuits courts m'a permis de synthétiser la façon dont cette question est étudiée en sociologie, afin de disposer d'un cadre théorique adapté et de mettre en évidence des pistes de recherche.

**L'hypothèse** qui ressort de mon état de l'art est la suivante : les prix justes, dans les circuits courts alimentaires, seraient construits par des processus démocratiques permettant aux collectifs de définir et de traduire leur projet de système alimentaire. Autrement dit, les initiatives de circuits courts auraient un rôle à jouer dans la mise en place de processus démocratiques qui rassembleraient les différents acteurs et qui permettraient la formation des attentes collectives, et leur traduction dans des prix considérés comme justes par l'ensemble du collectif.

Pour vérifier cette hypothèse, j'ai élaboré une question de recherche principale :

**Question de recherche principale : Quels sont les processus de définition des prix justes dans les coopératives de circuits courts et comment traduisent-ils les projets collectifs en matière de système agroalimentaire ?**

<sup>2</sup>La plupart des participants étaient les porteurs de projet des coopératives, certains étaient également producteurs.

<sup>3</sup>Présentation de la conférence et des intervenant sur <http://universitepopulairedanderlecht.be/journee-thematique-good-food/conference-participative>, consulté le 12 juin 2020.

<sup>4</sup>Présentation du programme de la formation pour l'année 2020 sur <http://odoo.paysans-artisans.be:8069/web/image/4213>, consulté le 12 juin 2020.

J'ai ciblé les coopératives afin de situer ma recherche sur le terrain qui a inspiré mon questionnement initial. Cela m'a amenée à étudier le cas de quatre coopératives membres du Collectif 5C qui ont lancé leur magasin.

La première partie de la question sous-entend deux aspects : comment le collectif fixe-t-il des prix justes, concrètement ? Et comment le collectif définit-il ce que les prix justes doivent refléter ?

Pour répondre à cette question de recherche, je mobiliserai le cadre d'analyse développé par R. Le Velly dans son livre « *Sociologie des systèmes alternatifs, une promesse de différence* » (2017) auquel je fais référence dans mon état de l'art. Ce cadre d'analyse est élaboré en croisant la théorie de la régulation sociale élaborée par J.-D. Reynaud, et la sociologie des agencements marchands. Comme expliqué dans l'état de l'art, ce cadre d'analyse invite à s'intéresser à deux notions principales : le projet et les activités de régulation.

Je commencerai par identifier le projet des coopératives et les promesses de différence qu'elles portent par rapport au système agroalimentaire conventionnel. Ce qui amène à ma première sous-question :

**Sous-question 1 : Quel est le projet porté par les coopératives citoyennes de circuit court ?**

***Méthodologie de la première sous-question :***

Pour répondre à cette question, j'analyserai le projet porté par les coopératives, c'est-à-dire le sens et les finalités qu'elles donnent à leur action, et j'identifierai leurs promesses de différences.

Selon R. Le Velly (2017), le projet peut être observé à travers 3 manifestations :

- Les discours promotionnels (utilisé sur leur site internet, sur les flyers, etc.);
- Les principes avancés dans des documents de référence (ex : charte, statuts, etc.) ;
- Des extraits d'entretien.

Une autre piste pour se saisir de manière pragmatique du projet est d'identifier les pratiques qui sont non négociables pour la coopérative et ses acteurs (Feyereisen, 2019).

Il est à noter que prendre en compte le rapport du projet au monde du marché permet de comprendre comment se fait l'activité de régulation centrale que constitue la définition des prix (Le Velly, 2017).

Dès lors, j'analyserai le projet des coopératives par le biais de leur matériel promotionnel et de leurs documents de référence. J'enrichirai mon analyse en réalisant des entretiens avec les différents acteurs impliqués dans les coopératives.

L'enjeu pour les coopératives sera de traduire leur projet en action concrète, tout en coexistant avec le système agroalimentaire conventionnel (qu'elles veulent transformer), sans perdre leur âme. Pour y arriver, elles mèneront des régulations alternatives. Ce sera le sujet de ma deuxième sous-question :

**Sous-question 2 : Quelles sont les régulations qui encadrent la définition des prix dans les circuits courts et quelle est leur logique sous-jacente (alternative ou conventionnelle) ?**

***Méthodologie sous question 2 :***

Je partirai du projet pour identifier les activités de régulation qui en découlent, qui le mettent en action. Il s'agira d'étudier plus en détail le fonctionnement des coopératives autour de la définition des prix. Plus particulièrement, j'étudierai les moyens qu'elles mettent en œuvre pour appliquer le principe du prix juste.

De plus, analyser les régulations qui encadrent la définition des prix dans les circuits courts sera l'occasion de mettre en avant leur logique alternative ou conventionnelle et, de ce fait, le caractère hybride des circuits courts. Si la logique conventionnelle basée sur les marchés à concurrence parfaite est à la source du problème des prix injustes, alors définir des prix plus justes suppose de suivre des logiques alternatives pour élaborer les régulations qui encadrent l'activité de commercialisation.

Enfin, pour vérifier mon hypothèse initiale, je m'intéresserai à la façon dont se déroulent les activités de régulations. Je porterai particulièrement attention à la gouvernance et à la place des processus démocratiques et participatifs dans les coopératives, dans la formation de leur projet, la construction des attentes collectives (ex : rédaction de la charte) et leur traduction en activités de régulation.

## 2.2. Terrain d'enquête et acteurs interviewés

Les coopératives auxquelles je me suis intéressée font partie d'un large réseau constitué des coopératives wallonnes et bruxelloises qui partagent la même philosophie, les mêmes valeurs et la même stratégie : le Collectif 5C. La figure 1 est une cartographie des coopératives membres du Collectif 5C. Les coopératives que nous étudierons sont entourées en rouge.

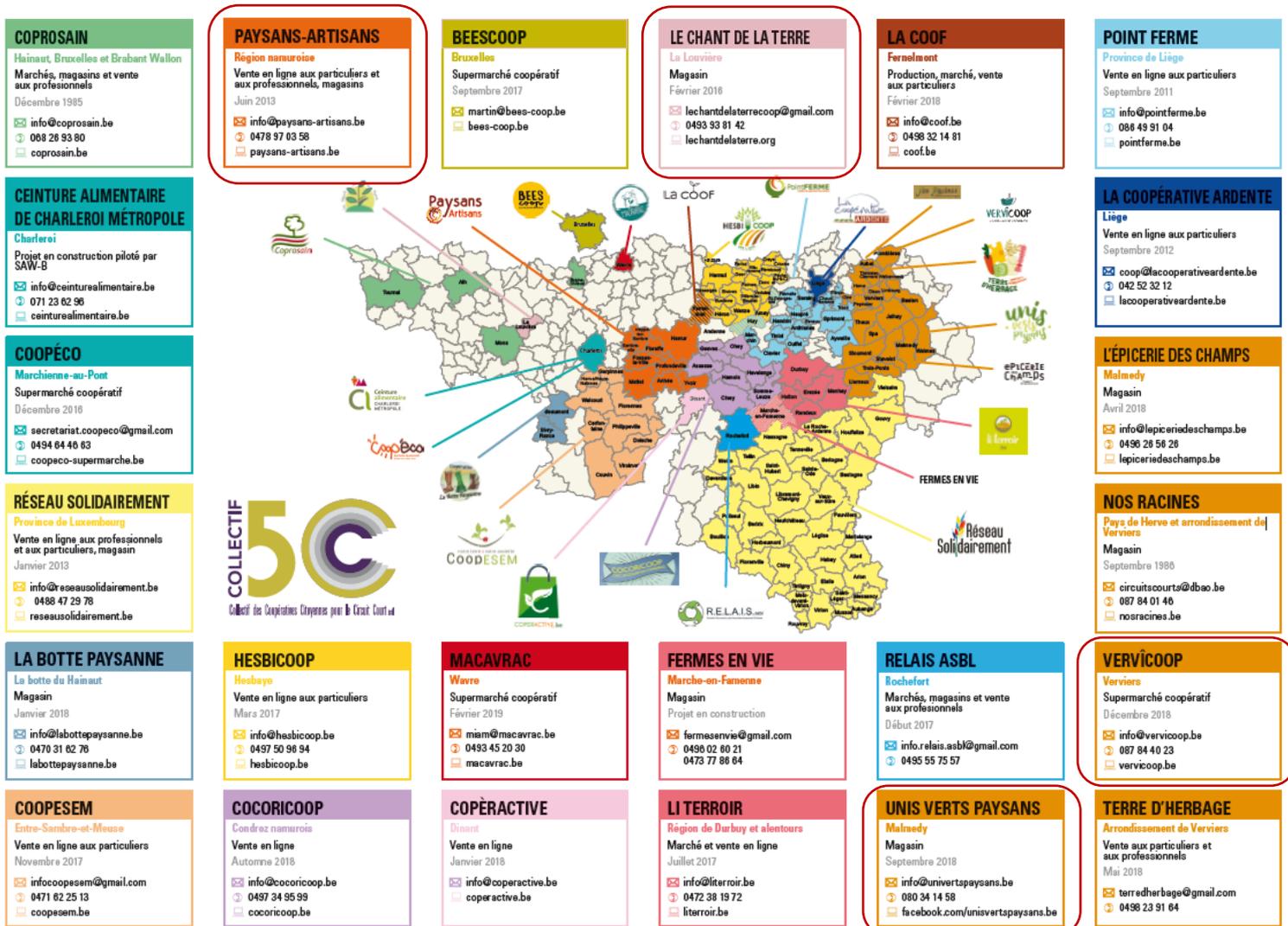


Figure 1 : Cartographie des coopératives membres du Collectif 5C (Collectif 5C, n.d.)

Mêmes si ces coopératives ont des points communs dans leur projet, elles se différencient par leur fonctionnement. Par exemple, certaines commercialisent leurs produits uniquement par la vente en ligne, quand d'autres ont ouvert un magasin.

### 2.2.1. Sélection des coopératives à étudier

Les quatre coopératives qui seront étudiées font partie du Collectif 5C et ont ouvert un magasin. Le Collectif 5C différencie quatre types de magasins (source : mise au vert du Collectif 5C):

- Les magasins de coopératives (ex : Paysans-Artisans, Le Chant de la Terre, Unis Verts Paysans) ;
- Les supermarchés coopératifs (ex : BeesCoop, Coopéco, Vervîcoop, Macavrac) ;
- Les magasins de (coopératives de) producteurs (ex : L'Épicerie des Champs, La Botte Paysanne, Fermes en Vie, Relais) ;
- Les magasins de coopératives et de producteurs (ex : Réseau Solidairement, Point Ferme, Coprosain).

Au départ, j'ai sélectionné les magasins de coopératives pour mettre en évidence les différences de fonctionnement et de projet qui peuvent exister au sein d'un même type de coopérative, ce qui a abouti à cette liste :

- **Paysans-Artisans**
- **Unis Verts Paysans**
- **Le Chant de la Terre**

En poursuivant ma réflexion sur le prix juste, je me suis finalement intéressée aux particularités des supermarchés coopératifs, et j'ai alors intégré l'un d'entre eux à ma recherche :

- **Vervîcoop.**

Les caractéristiques de chacune de ces coopératives seront développées dans l'étude de cas, mais il est important de souligner que les coopératives sélectionnées ont en commun la présence de consommateurs parmi leurs porteurs de projet, ce qui a influencé les résultats de cette recherche.

Pour récolter les données nécessaires, j'ai mené des entretiens semi-directifs auprès des porteurs de projet de ces quatre coopératives, ainsi que d'un producteur et de deux consommatrices-bénévoles (cfr tableau 1), j'ai ensuite retranscrit ces entretiens pour en faciliter l'analyse. J'ai également mobilisé les outils promotionnels des coopératives (site internet, flyers) et leurs documents de référence (charte, statuts, appel à épargne).

Tableau 1 : Liste des personnes interviewées

Acteur	Coopérative	Rôle	Date de l'entretien
Jean-Pierre Favarin	Le Chant de la Terre	Porteur de projet Membre du conseil d'administration (CA)	Le 10/04/2020
Marc de Tender	Unis Verts Paysans	Porteur de projet Gérant du magasin Membre du CA	Le 15/04/2020
Quentin Goffinet	Unis Verts Paysans et Vervicoop	Producteur Coopérateur chez Unis Verts Paysans	Le 16/04/2020
Thérèse-Marie Bouchat	Paysans-Artisans	Porteuse de projet Co-directrice	Le 20/04/2020
Benoît Dave	Paysans-Artisans	Porteur de projet Co-directeur	Le 22/04/2020
Caroline Charlier	Paysans-Artisans	Consommatrice Bénévole Co-présidente du CA	Le 29/04/2020
Anne Wilmot	Vervicoop	Porteuse de projet Membre du CA	Le 23/04/2020
Colette Bathau	Vervicoop	Consommatrice Bénévole	Le 24/04/2020

Remarque : l'entretien avec Thérèse-Marie Bouchat a rapidement été interrompu en raison de son emploi du temps, c'est pourquoi j'ai pris contact avec Benoît Dave pour compléter les données relatives à Paysans-Artisans.

### 2.2.2. L'évolution des acteurs interviewés

Au cours de ma recherche, j'ai décidé d'explorer l'aspect du travail bénévole dans les coopératives. Les entretiens avaient mis en évidence le fait que le bénévolat était lié à la définition des prix « plus justes », et qu'ils supposaient une logique économique alternative, c'est pourquoi j'ai voulu en savoir plus. Je me suis donc intéressée aux supermarchés coopératifs, qui reposent sur le travail bénévole de leurs consommateurs, et cela m'a amenée à étudier le cas de Vervicoop.

J'ai alors préféré interroger des bénévoles plutôt que des consommateurs, comme je l'avais prévu initialement. Ce qui est intéressant, c'est que les bénévoles ont une double casquette, ils sont aussi consommateurs et parfois même administrateurs. D'autre part, je me heurtais depuis plusieurs semaines à la difficulté de contacter des consommateurs, qui m'apparaissaient comme une masse anonyme et insaisissable dans le contexte de la crise sanitaire. Les bénévoles, eux, étaient plus facilement identifiables, avec l'aide des porteurs de projet des coopératives.

### 2.2.3. Les entretiens semi-directifs

Les entretiens sont l'occasion de consulter des acteurs au sujet de leurs représentations et de leurs savoirs personnels (Olivier de Sardan, 1995). Ce sont des éléments indispensables à la compréhension du social. C'est pourquoi les retranscriptions d'entretiens constituent une base de données conséquente sur laquelle j'ai appuyé mon analyse.

J'ai préparé mes guides d'entretien (dont un exemple est repris en annexe 1) en fonction de ce que je cherchais. J'ai donc mis l'accent sur le projet (sens que chacun donne à son action), le concept de prix juste et le fonctionnement en matière de définition des prix, mais aussi sur la gouvernance, les processus de décisions. Certaines questions étaient influencées par mes hypothèses (ex : en ce qui concerne les processus démocratiques), mais les réactions de mes premiers interlocuteurs ont permis de nuancer ces hypothèses et m'ont amenée à reformuler ces questions. Ainsi les entretiens peuvent amener de nouvelles questions, que ce soit à un niveau stratégique (évolution de la problématique) ou au niveau tactique (évolution du guide d'entretien) (Olivier de Sardan, 1995).

Je n'avais pas beaucoup d'expérience mais au fil des entretiens, j'ai corrigé mon guide d'entretien car certaines questions ne fonctionnaient pas ou n'étaient pas assez claires : elles n'avaient de pertinence que dans mon « univers de sens » (Olivier de Sardan, 1995) puisqu'elles faisaient référence à ce que j'avais appris dans l'état de l'art. Je les ai transformées en questions qui faisaient sens pour mes interlocuteurs.

J'ai également beaucoup appris : si au départ j'étais trop attachée au guide d'entretien, j'ai ensuite été plus à l'aise pour m'en détacher et rebondir sur ce que les intervenants me disaient. Finalement, le guide est devenu ce qu'il était censé être : un guide, et non une liste de questions verrouillées.

### 2.2.4. Impact du contexte sur la méthodologie

En pleine épidémie de covid-19, les circuits courts ont été pris d'assaut par les consommateurs et cette charge de travail a rendu indisponible bon nombre de coopératives et de producteurs pour les entretiens. Le confinement a rendu plus difficile la prise de contact et la rencontre. En effet, tous les événements associatifs et autres ont été annulés. L'Université populaire de la coopérative Paysans-Artisans organisait un cycle de formation qui aurait permis aux consommateurs, producteurs et coopérateurs d'échanger autour de la question du prix juste, et qui aurait été l'occasion pour moi de prendre contact avec plusieurs personnes, mais celle-ci a été reportée. J'ai tout de même pu assister à une première soirée de formation et appréhender la dynamique de ce type d'événement.

Par conséquent j'ai dû changer de stratégie pour prendre contact et pour organiser les entretiens. J'ai proposé aux intervenants de choisir ce qu'ils préféraient entre la vidéo-conférence et le téléphone. La plupart ont préféré le téléphone. De plus, dans une logique de réciprocité, je leur ai proposé de leur faire un feedback de ma recherche et de leur en envoyer une synthèse.

### 2.2.5. Événements annexes

Pour construire mon questionnaire, j'ai assisté à plusieurs événements abordant la thématique du prix juste :

- La mise au vert du Collectif 5C (le 17/11/2019 à Robertville) : un moment de partage d'expériences et de réflexion commune entre les représentants des coopératives membres du Collectif 5C.
- La soirée d'échange « *Circuits courts et prix juste* » au Réseau des GASAP (le 23/01/2020 à Bruxelles) : une table ronde avec une dizaine de participants et deux intervenants, un maraîcher et un représentant de la coopérative Terre-en-vue.
- La conférence participative à l'Université populaire d'Anderlecht « *La good food au-delà des sentiers Bobos? Préjugés & accessibilité du bien manger en milieu populaire* » (le 18/02/2020 à Anderlecht) : 8 intervenants issus du domaine associatif et citoyen sont venus partager leur expérience au sujet de l'accès à l'alimentation durable.
- La soirée de formation de l'Université populaire de Paysans-Artisans (le 4/02/2020 à Floreffe) autour de la question : « *Agriculture paysanne : quel modèle d'entreprise pour avoir un revenu décent, des produits de qualité et du plaisir à travailler ?* ».

Ces événements étaient composés de moments d'information et de moments de débats, de discussions, où les participants pouvaient échanger leur point de vue.

### 3. Trajectoire socio-historique des coopératives en Belgique

La coopération est une forme particulière d'organisation des activités humaines qui se distingue de la compétition inhérente au système capitaliste (Dohet, 2018). Aujourd'hui, le système capitaliste est critiqué, au vu des crises économiques, environnementales, sanitaires, et sociales qu'il génère et qu'il peine à résoudre (Dohet, 2018). Ce contexte remet les coopératives sur le devant de la scène et nous amène à nous interroger sur l'origine de telles organisations, et sur leur capacité à répondre aux crises actuelles.

Lorsqu'on s'intéresse à l'histoire des coopératives, on remarque certaines similarités dans les questionnements qui les ont traversées et dans leurs ambitions sociétales. Revenir sur l'origine du mouvement coopératif permet alors d'éclairer certains débats qui ont encore cours aujourd'hui (Dohet, 2018), comme les problématiques de l'accessibilité à une alimentation de qualité, de la mixité sociale et de la démocratie au sein des coopératives.

#### 3.1. L'origine du mouvement coopératif

L'histoire du mouvement coopératif débute avec la fondation de **la Société des équitables pionniers de Rochdale** par des tisserands britanniques en 1844 (Dohet, 2018). En créant cette société, les ouvriers tisserands cherchaient à améliorer leurs conditions de vie, notamment en garantissant l'accès à des produits de qualité à des prix raisonnables (Decamp et al., 2013). Le magasin constituait l'activité principale de la société, mais son action allait bien au-delà, avec l'achat de maisons destinées aux membres, la manufacture de certains produits, l'achat de terres à cultiver, la mise en place d'une bibliothèque, l'exploitation d'un moulin, la création d'une caisse de secours, etc. (Dohet, 2018). À l'époque, « *le projet coopératif se veut **global**, comme une alternative concrète destinée à **réorganiser totalement les forces de la production et de la distribution*** » (Dohet, 2018, p.10). Les coopératives actuelles portent également des objectifs de transformation sociétale, mais leur vision et leur action seraient moins globalisantes que celles des coopératives historiques (Dohet, 2018).

L'expérience des pionniers de Rochdale a marqué l'histoire du mouvement coopératif en donnant naissance aux quatre principes de base de la coopération : l'égalité, la liberté, l'équité, et la justice (Dohet, 2018). À l'époque, c'est **l'égalité**, avec une gouvernance démocratique caractérisée par la règle « un membre, une voix », qui représente l'aspect le plus révolutionnaire du projet coopératif (Dohet, 2018). Ainsi le poids décisionnel octroyé aux membres n'est pas lié au capital qu'ils ont investi (Dohet, 2018). Ces principes démontrent le lien entre le mouvement coopératif est les idées associationnistes porteuses d'un projet de démocratisation de la société mené à partir d'actions collectives (Laville, 2010).

En Belgique, c'est au milieu du XIXe siècle que la première coopérative de production est créée, rapidement suivie par d'autres initiatives, dont l'existence sera éphémère (Dohet, 2018). C'est seulement à partir de la création de la société coopérative gantoise Vooruit en 1881 que le mouvement coopératif socialiste se met réellement en marche (Dohet, 2018).

Le mouvement coopératif belge est historiquement étroitement lié au parti ouvrier (Dohet, 2018). La création de coopératives était le moyen pour la classe ouvrière de s'émanciper en améliorant ses conditions de vie (Dohet, 2018). Actuellement, le modèle coopératif n'est plus forcément lié au parti

socialiste (Dohet, 2018). Les coopératives sont davantage initiées par la petite et moyenne bourgeoisie disposant d'un capital financier et culturel et soucieux d'accroître leur bien-être (Dohet, 2018).

Les nouvelles coopératives recensées font partie de l'économie sociale. Par leurs activités économiques, elles poursuivent une finalité d'utilité collective voire d'intérêt général, et non une finalité de profit (Dohet, 2018). Ces structures sont regroupées au niveau fédéral au sein de la fédération belge de l'économie sociale et coopérative (Febecoop), et en Belgique francophone au sein de la fédération pluraliste « Solidarité des alternatives wallonnes et bruxelloises » (SAW-B).

### 3.2. Idéal coopératif et évolution du statut juridique

On appelle l'idéal coopératif les principes qui sont à la base du mouvement coopératif. Celui-ci suit la « *triple bottom line* », notion qui mesure la performance globale d'une entreprise en fonction de « *sa triple contribution à la prospérité économique, à la qualité de l'environnement et au capital social* » (Gould, 2011, p.7). Autrement dit, les coopératives s'inscrivent dans une perspective de développement durable, et portent attention à ses trois piliers.

Dans le but de promouvoir cet idéal coopératif, l'Alliance Coopérative Internationale (ACI), créée en 1895, a identifié 7 principes coopératifs (Ciccia, 2011) :

#### **Les sept principes coopératifs**

1. *L'adhésion volontaire et ouverte à tous ;*
2. *Le pouvoir démocratique exercé par les membres ;*
3. *La participation économique des membres ;*
4. *L'autonomie et l'indépendance ;*
5. *L'éducation, la formation et l'information ;*
6. *La coopération entre les coopératives ;*
7. *L'engagement envers la communauté.*

Enfin, voici la définition de la coopérative qu'a donnée l'ACI à l'occasion du centenaire de sa fondation, en 1995 :

*« Association autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux et culturels communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement »* (Alliance coopérative internationale, 2018).

Au niveau national, la première loi belge sur le statut des coopératives fut établie en 1873, afin d'offrir un instrument de développement souple aux petites entreprises, mais cette souplesse de la forme juridique proposée a amené à une explosion du nombre de sociétés coopératives ne suivant pas forcément les principes coopératifs originels (Vanhove, 2011). La législation a été revue en 1991 et en 2018 lors de la réforme du code des sociétés, sans parvenir à lever l'ambiguïté sur le statut de coopérative (Ker, 2019).

Face à ces souplesses dans les statuts des coopératives, une procédure d'agrégation a été mise en place. En effet, le Ministère de l'Économie, via le Conseil national de la coopération, peut accorder un

**agrément** aux sociétés coopératives qui respectent les valeurs coopératives, pour les distinguer des simples entreprises commerciales qui ont adopté cette forme par pure convenance (Vanhove, 2011).

Toutefois, ces réglementations juridiques ne sont que des cadres et des moyens pour les collectifs de développer leurs projets (Ker, 2019). Tout l'enjeu réside dans le processus de traduction du projet des coopératives en actions concrètes.

*« Il revient aux coopératives de ne pas se laisser guider seulement par le statut formel de leur entreprise et de plutôt s'interroger sur les règles qu'elles ont envie de se donner et les pratiques qu'elles veulent faire advenir. Le respect des valeurs coopératives ne se décrètera jamais par voie statutaire (même si les statuts sont un lieu opportun pour s'imposer de bons garde-fous). Cela passe avant toute chose par une réflexion continue à propos du sens que l'on met dans son activité économique, et de la manière de la conduire » (Febecoop & SAW-B, 2019, p.6).*

### 3.3. Les questions d'hier et les débats d'aujourd'hui

Les anciennes coopératives étaient donc marquées par une volonté de changer la société. Cependant, certaines questions se sont posées à l'époque, interrogeant cette ambition. Nombre de ces questionnements sont toujours d'actualité (Dohet, 2018).

L'un des soucis communs aux anciennes coopératives et aux plus récentes est celui des **conditions de travail**. Les coopératives mettent un point d'honneur à limiter les horaires de travail et à procurer un salaire décent à ses travailleurs, ce qui inclut les producteurs qui les fournissent (Dohet, 2018). C'est pourquoi il n'est pas surprenant de retrouver le critère de la « juste rémunération des producteurs » dans la conception du prix juste portée par les coopératives actuelles.

D'ailleurs, le **juste prix et la juste qualité** sont d'autres principes défendus et recherchés par les coopératives depuis leur origine. Ces éléments sont même centraux dans le projet coopératif (Dohet, 2018). Le concept de juste prix nécessite un certain travail d'instruction et d'émancipation intellectuelle visant à expliquer que le juste prix n'est pas nécessairement le prix le plus bas (Dohet, 2018). Les surcoûts liés à la multiplication des intermédiaires entre producteurs et consommateurs sont dénoncés et les coopératives tentent de les réduire, mais cela n'amène pas forcément à un prix plus bas puisque les coopératives visent également à assurer de bonnes conditions de travail et de rémunération à leurs travailleurs et producteurs (Dohet, 2018).

*« Tout comme les coopératives historiques, ces initiatives contemporaines allient notamment volonté d'assurer la qualité des aliments, de maîtriser les coûts et donc les prix (...) et d'assurer le juste prix (c'est-à-dire, pour le consommateur, un prix qui corresponde plus étroitement au produit acheté et, pour le producteur, un prix rémunérateur en phase avec le travail fourni). » (Dohet, 2018, pg 44).*

Aujourd'hui, dans le secteur de l'alimentation, la volonté des coopératives de proposer des produits de qualité est restée d'actualité, renforcée par une succession de scandales touchant le secteur

agroalimentaire et une mise en lumière<sup>5</sup> des aberrations des pratiques de l'industrie agroalimentaire qui menacent la santé, les écosystèmes, la biodiversité, le bien-être animal, le climat ou encore la résilience des communautés humaines (Dohet, 2018).

L'activité commerciale des coopératives se tient sur le même marché que d'autres entreprises ne partageant pas les mêmes valeurs, un marché où règne la concurrence. Les coopératives doivent assurer une certaine rentabilité pour que leur activité perdure : il s'agit d'attirer les clients, de les fidéliser, de vendre une quantité suffisante, etc. Le risque est de voir cette logique marchande s'emballer et prendre le pas sur le reste : concentrés sur leurs objectifs économiques, les administrateurs perdent ainsi de vue leurs objectifs sociaux et sociétaux (Dohet, 2018). L'enjeu pour les coopératives est donc de ne pas confondre le but et les moyens.

Les coopératives combinent une gestion quotidienne suivant une logique marchande, et une gestion de plus long terme suivant une logique de projet de société. Il sera intéressant, dans la suite de ce travail, de comprendre comment les coopératives parviennent à trouver un équilibre entre ces deux logiques.

« *Le génie et la force de la coopérative tiennent sans doute beaucoup à cette étonnante combinaison de réalisme au quotidien et d'utopie qui, de tout temps, a marqué la coopération : entreprise devant assurer sa viabilité au jour le jour, la coopérative est aussi l'expression d'une quête séculaire d'égalité et de solidarité dans la vie économique* » (Defourny, Simon, & Adam, 2002, p.99).

### 3.4. La gouvernance démocratique et participative

L'une des questions ayant traversé l'histoire du modèle coopératif est : « **Comment assurer un fonctionnement démocratique ? À quelle fréquence, sur quels types de questions et selon quelles modalités les coopérateurs doivent-ils être consultés ?** » (Dohet, 2018, p.36). Appliquer le principe « un membre, une voix » à toutes les décisions peut s'avérer compliqué. La démocratie directe demande du temps, et risque d'entamer l'efficacité de la gestion.

À plusieurs reprises, les enjeux liés à la traduction du projet, comme le degré d'hybridation qui en découle, ont été soulignés. Ce travail a pour but d'étudier le rôle de la démocratie participative dans la traduction du projet de la coopérative, et plus précisément dans le processus de traduction du principe du prix juste. C'est pourquoi cette partie exposera les notions de « gouvernance », « démocratie » et « participation », appliquées aux coopératives, et mettra en évidence les points d'attention nécessaires à l'analyse de cette question.

#### 3.4.1. Les parties prenantes

Les coopératives actuelles ne visent pas uniquement l'intérêt exclusif de leurs membres comme c'était historiquement le cas, elles rassemblent diverses parties prenantes (*multi-stakeholders*) et visent l'intérêt général (Rijpens & Mertens, 2016). Les **parties prenantes** sont les individus ou groupes d'individus qui peuvent « *affecter ou être affectés par l'accomplissement de la mission de*

---

<sup>5</sup> Qui se fait notamment par des films, des documentaires.

*l'organisation* », sans forcément y être associés (Rijpens & Mertens, 2016, p.1). La classification des parties prenantes la plus répandue dans la littérature distingue les parties prenantes primaires des parties prenantes secondaires (Becuwe, Chebbi, & Pasquet, 2014). Les parties prenantes primaires sont les acteurs impliqués dans l'organisation, qui y jouent un rôle actif et qui sont directement concernés par son activité. Les parties prenantes secondaires sont les acteurs qui ne jouent pas un rôle actif mais qui sont indirectement affectés par ses activités (Becuwe et al., 2014). La figure 2 ci-dessous schématise cette classification.

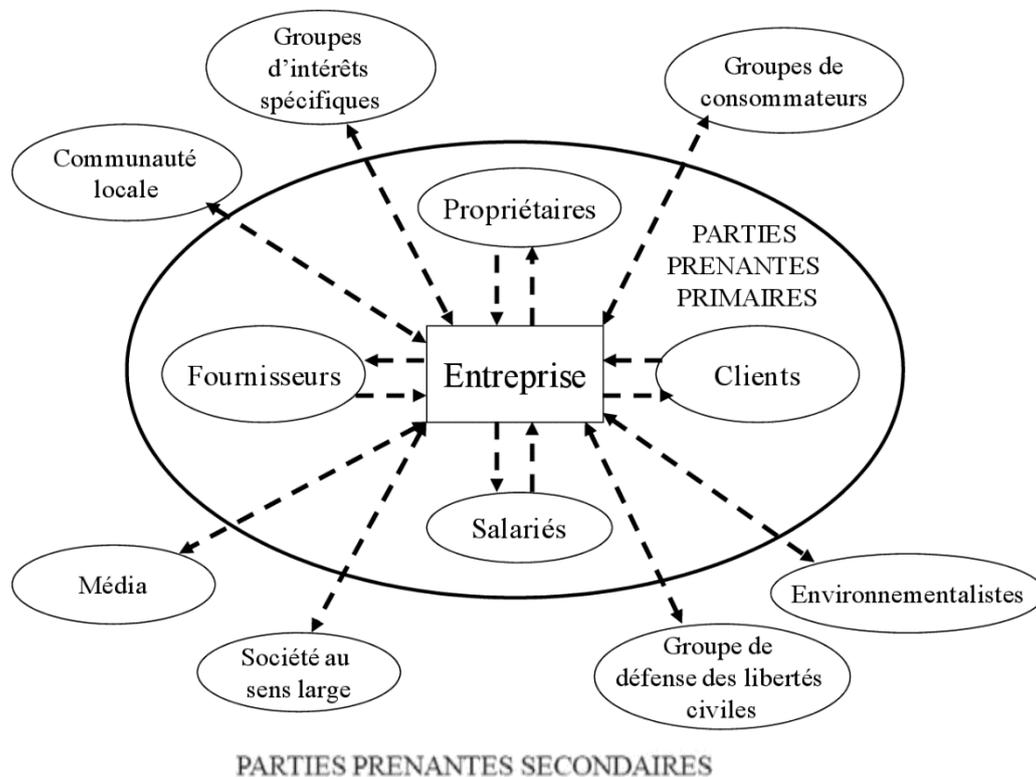


Figure 2 : Les parties prenantes primaires et secondaires (A.B. Carroll, 1989, p. 61)

Dans une coopérative, les parties prenantes primaires sont les travailleurs salariés, les bénéficiaires (consommateurs, producteurs, fournisseurs,...) et les contributeurs (coopérateurs, bénévoles, éventuels pouvoirs subsidiant et investisseurs) (Mortier, 2018). Les coopératives « *multi-stakeholders* » rassemblent plusieurs types de membres, souvent les consommateurs, producteurs et fournisseurs mais aussi les travailleurs et les associations partenaires (Ajates Gonzalez, 2017).

À la base, les coopératives que nous étudierons ont été créées par des **citoyens**, des individus qui se mobilisent pour le bien de la société, et qui font valoir leur droit à participer aux décisions politiques. Puisque la coopérative porte un projet sociétal, elle est susceptible d'attirer les personnes qui sont dans une posture citoyenne.

Les « **consom'acteurs** » sont les clients de la coopérative, ils participent à son action par les achats qu'ils y font. Les consom'acteurs se différencient des simples consommateurs par leur capacité à consommer de manière « responsable », « engagée », ou encore « citoyenne » (Dubuisson-Quellier, 2009). Ils tiennent compte des impacts sociaux et environnementaux associés aux produits qu'ils achètent et expriment, par leurs choix marchands, leurs positions militantes ou politiques (Dubuisson-Quellier, 2009).

Les **producteurs** et autres fournisseurs sont ceux qui vendent leurs produits à la coopérative.

Les **coopérateurs** sont les personnes qui détiennent une ou plusieurs parts de la coopérative, elles en sont co-proprétaires et co-décisionnaires (Rijpens & Mertens, 2016). C'est aux coopérateurs que s'applique le principe démocratique issu de l'idéal coopératif : ils sont tous invités aux assemblées générales et peuvent y voter. Chaque coopérateur dispose d'une voix, quel que soit le nombre de parts qu'il détient.

Certaines coopératives ont recours au travail bénévole. Les **bénévoles** manifestent leur engagement par le temps et l'énergie qu'ils consacrent à travailler pour la coopérative.

De plus, les coopératives sont amenées à engager des **travailleurs salariés** pour effectuer le travail de gestion quotidienne de leurs activités, par exemple gérer le magasin, la logistique, ou coordonner les équipes de bénévoles.

Ces différents rôles ne sont pas forcément séparés les uns des autres : une personne peut cumuler plusieurs rôles et être à la fois consommatrice, coopératrice et bénévole par exemple, ou producteur et coopérateur. Certaines coopératives ne destinent leurs activités qu'à leurs membres (pour y vendre ou y acheter il faut être coopérateur) alors que d'autres sont totalement accessibles aux non-coopérateurs.

### 3.4.2. Les instances de gouvernance

La diversité des parties prenantes et de leurs modalités de participation à l'action et aux décisions de la coopérative expliquent l'existence de différents mécanismes de gouvernance.

*« La gouvernance désigne un ensemble de principes, de pratiques et de mécanismes qui régissent non seulement les modalités de coordination, d'interaction et de répartition des pouvoirs entre les acteurs au sein d'une organisation (dimension interne) mais également les relations entre l'organisation et son environnement plus ou moins proche (dimension externe) » (Rijpens & Mertens, 2016, p.3).*

Les mécanismes de gouvernance ont pour but d'assurer la mise en cohérence des actes de l'organisation avec le projet social qui l'anime (Mortier, 2018). Autrement dit ce sont ces mécanismes de gouvernance qui vont permettre à la coopérative de traduire son projet, ses idéaux, en action concrète.

La structure de gouvernance de base des coopératives que nous étudierons est similaire, elle est composée de deux instances de décision principales : une assemblée générale (AG) réunissant l'ensemble des coopérateurs et un conseil d'administration (CA) dont les membres sont élus par les coopérateurs à l'assemblée générale. Les AG ordinaires se tiendront environ une fois par an, dans le but de rendre compte des activités de la coopérative. Elles sont aussi l'occasion de mener une réflexion collective sur les grandes orientations du projet et de prendre les décisions stratégiques collectivement. Au sein des AG, les décisions sont prises selon le principe « une personne = une voix ». Les AG sont un espace propice où prendre en compte l'avis des coopérateurs, qu'ils soient consommateurs ou producteurs. Cependant il s'agit plus d'un espace qui permet de garantir la philosophie du projet collectif. La majorité des décisions relatives à la mise en œuvre du projet, à sa traduction en action, seront prises par le CA. Celui-ci se réunit plus régulièrement, 8 à 12 fois par an, pour prendre les décisions opérationnelles (source : entretiens).

Mise à part cette structure de base, les mécanismes de gouvernance que les coopératives décident de mettre en œuvre peuvent varier en fonction de facteurs internes comme leur histoire, leur type, leur

taille, leur âge, leur degré de professionnalisation, ou encore les modalités de participation des parties prenantes (Rijpens & Mertens, 2016). Des facteurs externes peuvent également intervenir, comme les cadres légaux ou les attentes des organismes subsidiant (Rijpens & Mertens, 2016).

Le fonctionnement démocratique peut se dégrader au cours du temps, en particulier lorsque la coopérative étend ses activités et rassemble plus de coopérateurs (Rijpens, Jonet, & Mertens, 2015). De plus, les processus démocratiques requièrent une motivation des coopérateurs à s'impliquer. Or, les motivations et l'engagement des coopérateurs sont variables, particulièrement dans les coopératives de consommateurs où les activités de la coopérative ne sont pas liées à la réussite professionnelle des coopérateurs (Rijpens et al., 2015). Ainsi, de nombreux facteurs peuvent impacter la pratique de la démocratie dans les coopératives.

La volonté des coopératives de faire participer les différentes parties prenantes à leur gestion et à leur gouvernance ne se traduit pas seulement dans le fonctionnement des instances de décisions classiques comme les assemblées générales et les conseils d'administration (Rijpens & Mertens, 2016). Certains systèmes de gouvernance peuvent être qualifiés de « **structure de gouvernance élargie** » (Rijpens & Mertens, 2016), car ils sollicitent l'implication des parties prenantes à travers d'autres structures que les instances formelles, comme les groupes de travail, les comités consultatifs, les réunions *multi-stakeholders*, etc. (Rijpens & Mertens, 2016). Ces instances d'avis et de décision sont les instances où se déroulent les activités de régulation. Mais ce sont aussi des régulations en elles-mêmes : la coopérative a décidé de fonctionner de cette manière.

Les structures de gouvernance élargies sont donc caractérisées par une dynamique participative incluant les différentes parties prenantes concernées par l'activité (Mortier, 2018) et pas seulement les coopérateurs. Cette dynamique participative a du sens étant donné que les coopératives ne sont pas repliées sur elles-mêmes, elles interagissent avec les non-coopérateurs, par exemple avec les consommateurs et les producteurs qui ne sont pas coopérateurs, ou encore avec d'autres associations, initiatives citoyennes ou coopératives. Par exemple, dans le Collectif 5C, les coopératives interagissent, partagent leurs expériences, apprennent les unes des autres, réfléchissent ensemble. Et finalement ces interactions influencent aussi les régulations qu'elles décideront d'établir.

### 3.4.3. Les formes d'empowerment

Mise à part la possibilité de prendre part aux activités de régulation, les dispositifs d'information et de débats font également partie du processus de participation. Les moments d'information et de débat ne sont pas forcément suivis d'une prise de décision, ils ne peuvent donc pas être assimilés à des activités de régulation. Néanmoins, ce sont des instruments qui **renforcent la capacité des parties prenantes à faire des choix et à les transformer en actions et résultats**. Les informations, apprentissages et débats, qui peuvent être vus comme des dispositifs d'empowerment, sont donc nécessaires à l'élaboration de régulations conjointes.

C'est pourquoi les activités comme les formations, les ateliers, les ciné-débats, les conférences ou les tables de discussion ont un rôle à jouer dans les dynamiques participatives. Ces activités sont propices aux échanges de points de vue et peuvent faire évoluer les représentations.

Par exemple, lors de débats mouvants, l'animateur pose une question et chacun se positionne physiquement, dans l'espace, par rapport à sa réponse. Les participants peuvent alors expliquer leur positionnement, justifier leur point de vue. Après quoi l'animateur propose aux participants qui le

souhaitent de changer de position. Dans un débat “mouvant”, ce sont les points de vue qui se déplacent.

Ces moments d’information et de débats peuvent avoir lieu aussi bien dans les instances d’avis et de décision qu’en-dehors de celles-ci.

### 3.4.4. Conclusion

Cette approche de la gouvernance démocratique et participative nous amène à dépasser les instances classiques de décision pour nous intéresser plus largement aux modalités de participation des différentes parties prenantes. Le tableau suivant récapitule les points d’attention que nous avons soulevés :

Tableau 2 : Les modalités de participation

La démocratie participative : points d’attention		
Parties prenantes	Instances d’avis et de décision	Formes d’empowerment
<p><b>Primaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondateurs, porteurs du projet</li> <li>• Producteurs et fournisseurs</li> <li>• Consom’acteurs (clients)</li> <li>• Salariés</li> <li>• Coopérateurs</li> <li>• Bénévoles</li> <li>• Organismes subsidants</li> </ul> <p><b>Secondaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consommateurs</li> <li>• Organisations partenaires</li> <li>• Entreprises concurrentes</li> <li>• Société civile et citoyens</li> <li>• Pouvoirs publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assemblée générale (AG)</li> <li>• Conseil d’administration (CA)</li> <li>• Groupes de travail, commissions</li> <li>• Réunions avec les parties prenantes, concertation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information, sensibilisation, éducation, apprentissages, partages de savoirs.</li> <li>• Débats, échanges de points de vue et d’arguments, réflexion collective.</li> <li>• Prise de décisions stratégiques, prise de décisions de gestion, accords (activités de régulation).</li> </ul>

Saisir les modalités de participation nécessite de prendre en compte tous ces éléments et la façon dont ils se combinent. Quel acteur pourra participer à quelle(s) instance(s) d’avis et de décision ? Et à quelle forme d’empowerment a-t-il accès ?

Dans l’étude de cas qui suit, nous présenterons notamment les particularités de chaque coopérative en matière de démocratie participative, en abordant les trois colonnes du tableau récapitulatif : les parties prenantes, les instances d’avis et de décision, et les formes d’empowerment que la coopérative génère.

## 4. Étude de cas

Cette étude de cas sera consacrée à l'analyse de quatre coopératives membres du Collectif 5C : Paysans-Artisans (province de Namur), Unis Verts Paysans (Malmedy), Le Chant de la Terre (La Louvière) et Vervicoop (Verviers).

Pour chaque cas, nous commencerons par examiner la carte d'identité de la coopérative, afin d'identifier ses particularités en termes d'âge, de taille, et d'activités. Ensuite nous nous intéresserons à son projet sociétal en commençant par la genèse du projet, et puis nous exposerons sa promesse de différence par rapport au système agroalimentaire conventionnel.

Après quoi nous aborderons les régulations établies par la coopérative pour mettre en œuvre l'un des éléments de son projet : définir des prix justes. Il s'agira de comprendre comment la coopérative fixe ses prix concrètement.

Enfin, puisque notre hypothèse nous amène à vérifier l'existence d'un lien potentiel entre la démocratie participative et la définition des prix justes, nous présenterons les modalités de participation spécifiques à chaque coopérative.

Nous conclurons chaque cas en mettant en évidence ses particularités en matière de régulation et de participation, dans le but de comprendre le lien de ces particularités avec la définition du prix juste.

Après quoi, nous aborderons la façon dont les acteurs rencontrés se représentent le « prix juste », et ce que ces différentes représentations impliquent pour notre recherche.

## 4.1. Paysans–Artisans



### 4.1.1. Le projet de Paysans–Artisans

<http://www.paysans-artisans.be/>

Tableau 3 : Carte d'identité de Paysans-Artisans

<b>Carte d'identité</b>	
<b>Dénomination</b>	Paysans-Artisans
<b>Forme</b>	Société coopérative à responsabilité limitée à finalité sociale
<b>Adresse</b>	Communes d'Anhée, Floreffe, Fosses-la-ville, Jemeppe sur Sambre, Mettet, Namur, Profondeville, Sambreville, Yvoir. Siège social : 5150 Floreffe, rue Elie Delire, 1.
<b>Date de création</b>	2013
<b>Activités</b>	Les activités de Paysans-Artisans se déploient sur trois axes : <b>La commercialisation :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La vente aux particuliers par le biais du site internet et la distribution via les 18 points de R'Aliment (PR), tenus par les bénévoles.</li><li>• Les quatre magasins « Espace circuit court », à Namur, Jambes, Salzinnes et Lustin.</li><li>• La vente aux professionnels via le Petit Grossiste.</li><li>• Les marchés de producteurs (une dizaine par an).</li></ul> <b>L'appui aux producteurs :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Projets par filière de production. Dans la filière du maraîchage : programmation concertée des cultures, légumerie et bocalerie.</li><li>• Groupement d'employeurs pour mutualiser des travailleurs et répondre aux besoins ponctuels ou saisonniers de main d'œuvre.</li><li>• Agence foncière pour mettre à disposition des terrains non utilisés.</li><li>• Espaces de production et équipements partagés.</li></ul> <b>La sensibilisation et la mobilisation via l'Université populaire :</b> formation, ciné-débats, conférences, expo-photos, visites, etc.
<b>Site internet</b>	<a href="http://www.paysans-artisans.be/">http://www.paysans-artisans.be/</a>
<b>Nombre de producteurs</b>	Plus de 100 producteurs
<b>Nombre de coopérateurs</b>	Plus de 700 coopérateurs
<b>Chiffre d'affaire</b>	En novembre 2018, le chiffre d'affaires de Paysans-Artisans était d'environ 100.000€/mois pour la vente en ligne, 30.000€/mois pour le Petit Grossiste et 100.000€/mois pour le magasin.

Au vu de son succès et de son évolution depuis 2013, cette coopérative a acquis une certaine légitimité et sert de modèle à d'autres coopératives, comme nous avons pu le constater lors de la mise au vert du Collectif 5C.

#### - Genèse du projet

La coopérative Paysans-Artisans fut créée en 2013, dans un contexte local caractérisé par l'émergence de nombreux petits producteurs voulant retourner à un modèle d'agriculture paysanne, plus durable (Paysans-Artisans, n.d.). Selon Thérèse-Marie Bouchat, l'une des initiatrices du projet et aujourd'hui co-directrice de la coopérative, tout a commencé lorsque quelques citoyens de Floreffe se sont réunis :

« On s'est demandé comment on allait aider...tout en défendant l'agriculture paysanne et l'installation des jeunes et ce qu'on a trouvé de mieux c'est de commercialiser les produits voilà avec une marge très faible et aussi de faire de l'appui au producteur et de créer un réseau où on puisse mutualiser une série de choses quoi, des projets, de la solidarité, des outils, des espaces, de la main d'œuvre, tout ça » (Entretien avec Thérèse-Marie Bouchat).

Créé par une dynamique citoyenne locale, le projet de P-A a rapidement adopté une **logique territoriale**, au vu du contexte favorable à la commercialisation des produits de l'agriculture paysanne. La coopérative limite son action (vente et approvisionnement) à neuf communes : Anhée, Yvoir, Floreffe, Fosses-la-Ville, Jemeppe-sur-Sambre, Sambreville, Mettet, Profondeville et Namur. La taille de ce territoire couvert permet à P-A de trouver une gamme de produits alimentaire diversifiée, des producteurs à une faible distance, de nombreux consommateurs potentiels (notamment grâce au pôle urbain, Namur) et de rester dans une logique de proximité permettant de recréer du lien social. D'autre part, en limitant son territoire à ces neuf communes, P-A reste une initiative locale.



Figure 3 : Le territoire de Paysans-Artisans  
(<https://paysans-artisans.be/page/les-points-de-r-aliment>)

Malgré son localisme, P-A est marquée par une volonté de transformer le système agroalimentaire. Dans cette optique, P-A se fédère avec d'autres coopératives semblables au sein du Collectif 5C, avec qui elle entretient des liens étroits: la coopérative fait partie des membres fondateurs de 5C et les deux organismes partagent leurs locaux à Floreffe.

#### - Promesse de différence

Le projet de Paysans-Artisans est présenté sur son site internet (sur lequel on peut retrouver sa charte et ses statuts) ainsi que sur son matériel promotionnel comme les flyers ou les publications sur les réseaux sociaux. Il se résume comme suit :

« Paysans-Artisans est une coopérative à finalité sociale. Son activité économique est centrée sur la commercialisation de produits alimentaires artisanaux et locaux. À côté de cette activité économique, Paysans-Artisans se définit comme un mouvement citoyen qui rassemble des agriculteurs, des artisans-transformateurs et des consommateurs autour d'une vision partagée de l'agriculture et de l'alimentation. Cette vision partagée se décline autour de trois thèmes : le déploiement d'une agriculture paysanne et coopérative, le circuit court et solidaire entre producteurs et consommateurs, et la construction d'un mouvement citoyen » (Paysans-Artisans, n.d.).

Du projet de Paysans-Artisans découle son statut de société coopérative à responsabilité limitée et à finalité sociale (SCRLFS). Même si son activité est principalement économique, ce sont les objectifs sociaux qui guident l'action de la coopérative. Le statut de SCRLFS constitue une logique alternative à la logique marchande conventionnelle : plutôt que de rechercher le profit, l'entreprise cherche à remplir ses finalités sociales.

Le premier aspect de la promesse de différence de P-A est de développer **l'agriculture paysanne** en tant qu'alternative à l'agriculture industrielle : face à l'uniformisation du goût, l'industrialisation de l'alimentation, la disparition des petites exploitations et des artisans, et la perte des savoir-faire liés à l'agriculture industrielle, l'agriculture paysanne favorise la biodiversité et prête attention à son impact sur l'environnement ; elle tend vers l'autonomie en matière de semences, d'engrais et d'équipements agricoles ; elle reste à taille humaine et évite le surinvestissement (Paysans-Artisans, n.d.).

Cette promesse de différence se traduira par des principes non négociables en matière d'approvisionnement, comme le souligne Benoît Dave, co-directeur de la coopérative et porteur du projet :

*« La coopérative regroupe des producteurs et des consommateurs, les producteurs sont prioritairement des petits producteurs qui commercialisent principalement dans les circuits courts. Une fois qu'on a dit ça, ça c'est important pour savoir avec quels producteurs on travaille. (...) C'est jamais des grossistes, on n'achète jamais en grossistes ça c'est notre philosophie radicale, donc on achète directement toujours à des petits producteurs, en bio ou en qualité différenciée »* (Entretien avec Benoît Dave).

D'autre part, pour se positionner en alternative au système agroalimentaire conventionnel, P-A met l'accent sur la qualité des produits alimentaires dans sa communication, avec par exemple son slogan « partisans du goût ».

La promesse de différence de P-A ne se limite pas aux modes de production, elle concerne l'évolution de l'ensemble des composantes du système alimentaire: les modes de production, de distribution et de consommation.

*« On a une communication très politique, en disant, en achetant chez Paysans-Artisans vous participez à un changement de modèle de production et de distribution »* (Entretien avec Benoît Dave).

Ce qui amène à une seconde dimension de la promesse de différence qui concerne le **mode de commercialisation** : en circuits courts, solidaire et équitable, ancré dans les relations sociales plutôt que guidé par la recherche du profit. Ce mode de commercialisation alternatif se traduit notamment dans la charte de la coopérative, avec le principe de solidarité sociale détaillé comme tel :

*« Les prix des produits tentent de trouver un équilibre entre les besoins des producteurs, mais aussi des consommateurs aux revenus modestes. Les producteurs doivent recevoir une rémunération correcte pour leur travail et leur créativité. L'alimentation de qualité n'est pas destinée aux seules classes moyennes et supérieures »* (Paysans-Artisans, n.d.).

Ce principe est ambigu et donne lieu à des marges de manœuvre dans sa traduction en action : qu'est-ce qu'une « rémunération correcte » ? Quels sont les « besoins des producteurs » et les « besoins des consommateurs aux revenus modestes » ? Comment ces besoins sont-ils identifiés ? Ces imprécisions sont dues au fait que le projet représente un repère flou, un vague idéal qui guide l'action mais ne la détermine pas strictement (Le Velly, 2017).

Le mode de commercialisation prôné par P-A est également caractérisé par la transparence (plutôt que l'opacité des circuits longs) et la proximité géographique et relationnelle entre les producteurs et consommateurs. C'est d'ailleurs à cet effet que P-A publie la liste de ses producteurs avec leur photo sur son site internet, ses affiches et ses flyers promotionnels. La proximité avec les producteurs fait partie des caractéristiques qui attirent les consommateurs, comme l'explique Caroline Charlier, coopératrice, bénévole et co-présidente du CA :

*« La création du point de R'Aliment ici sur Godinne, c'était une opportunité d'avoir des produits qui venaient de petits producteurs du coin et ainsi de suite donc c'était vraiment une envie de mieux manger, de retrouver des produits où on connaît, on voit d'où ça vient, on voit comment ça a été préparé et ainsi de suite, de renouer vraiment un contact avec le producteur et le savoir-faire » (Entretien avec Caroline Charlier).*

La transparence et la proximité avec les producteurs sont des moyens utilisés par P-A pour **reconnecter les consommateurs aux réalités de l'agriculture**. Ces valeurs font partie des arguments de vente de Paysans-Artisans :

*« C'est la qualité, c'est la traçabilité hein, c'est de dire : vous savez d'où ça vient, vous pouvez aller vérifier comment c'est fait, on organise des rencontres avec les producteurs...et puis l'autre argument c'est que vous défendez une économie à taille humaine où vous pouvez connaître vos producteurs, comprendre comment c'est fait et ne pas mourir idiot » (Entretien avec Benoît Dave).*

Cette reconnexion permet aux consommateurs de devenir beaucoup plus conscients des réalités du monde agricole, ce qui peut faire évoluer leurs attentes, leurs valeurs et leurs motivations. Elle renforce leur capacité à faire des choix de consommation responsables :

*« Même si c'est pas étiqueté bio, ben tu peux parler avec les producteurs et tu...et on a accès à des informations sur leur manière de produire et ainsi de suite, et c'est pas parce qu'on n'a pas leur étiquette bio que forcément c'est mauvais. Il y a plus de transparence (...) autour des produits, autour de ce qu'on consomme » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Enfin, dans le projet de Paysans-Artisans, on retrouve l'envie de créer un mouvement citoyen et de recréer de la cohésion sociale. Cette finalité se traduit notamment par le recours à des équipes de bénévoles, et des moments de rassemblement, des fêtes :

*« L'aspect mouvement citoyen avec la convivialité, la récréation du lien social, ça fait vraiment partie de l'ADN de la coopérative. Et donc l'aspect des bénévoles fait partie aussi intégrante du fonctionnement de la coopérative, dans justement le fait de créer ce mouvement citoyen » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Plus qu'une finalité, c'est aussi un moyen pour la coopérative de maintenir la motivation et l'engagement de ses membres :

*« La motivation aussi elle était là dans le fait de...ça a recréé du lien social au sein du village. Moi je connaissais quelques personnes mais là maintenant je connais vraiment beaucoup de personnes grâce à toute l'équipe de bénévoles, les clients aussi, de semaine en semaine on fait des connaissances, et de voir aussi que c'est vraiment un chouette moment le jeudi quand les gens viennent. Il y en a qui restent pour boire un verre, on papote...ça a vraiment recréé du lien je trouve, et de la convivialité au sein du village » (Entretien avec Caroline Charlier).*

#### 4.1.2. Les régulations qui encadrent la définition des prix

##### - Les régulations coopérative-producteurs

Dans le processus de définition des prix, la première régulation est la façon dont la coopérative va s'accorder sur le prix d'achat au producteur. P-A différencie cette régulation en fonction du type de producteur : les producteurs-coopérateurs, les producteurs-coopérateurs maraîchers et les producteurs « extras ». Lors de ses achats aux producteurs-coopérateurs, P-A accepte les prix fixés :

*« Pour l'ensemble de nos membres, sauf pour les maraîchers, les prix sont fixés par les producteurs »* (Entretien avec Benoît Dave).

Dans la filière du maraîchage, depuis peu, la coopérative mène une activité de régulation particulière : les prix sont issus d'une concertation avec les maraîchers :

*« Les maraîchers, à partir de cette année, on a fait autrement, on a fixé ensemble avec les producteurs un prix unique. Donc tout le monde vend ses carottes au même prix. (...) On a fait ça parce qu'il y avait une concurrence forte entre les producteurs sur les prix, donc on a jugé qu'il était plus correct de fixer un prix unique entre, avec les producteurs. En sachant que les producteurs sont non seulement vendeurs de leurs légumes, mais souvent sont acheteurs aussi, parce qu'ils ont un magasin à la ferme et ils achètent les légumes qui leur manque chez d'autres. Ce qui permet d'avoir, de fixer un prix raisonnable, puisqu'ils sont acheteurs et vendeurs »* (Entretien avec Benoît Dave).

Le fait que les logiques de concurrence perduraient a nécessité la mise en place de cette régulation pour concrétiser la promesse de différence de la coopérative. Cette régulation encadre aujourd'hui la définition des prix, mais son utilisation première était l'élaboration des plans de culture. La concertation permet à la coopérative de faire part de ses besoins, et aux maraîchers de s'organiser de manière équitable pour y répondre :

*« On réunit tous les maraîchers de la coopérative chaque année pour fixer le plan de culture, donc ça on leur dit : ben voilà ce qu'on a vendu l'année en carottes, voilà ce qu'on pense vendre l'année prochaine parce qu'on veut faire une croissance d'autant, et qui peut les produire ? Et là, chacun se spécialise un peu, donc pour qu'il n'y ait pas non plus une grosse concurrence entre eux, et qu'ils ne restent pas avec des légumes sur le champ. Donc ils savent plus ou moins combien on est susceptibles de leur acheter. Et souvent on est assez précis là-dessus »* (Entretien avec Benoît Dave).

Pour que la concertation sur les prix se passe dans une logique de coopération plutôt qu'une logique concurrentielle, Paysans-Artisans a attendu que la confiance mutuelle s'installe au fil des échanges :

*« Ça faisait 4-5 ans qu'on faisait déjà ça, donc où il y avait une pratique vraiment de coopération entre eux, et de discussion entre eux, et donc on pensait que cette année-ci c'était mûr pour le faire, d'une part parce qu'ils se connaissaient et il y avait une confiance qui était installée, et d'autre part parce qu'ils se trouvaient tous dans une position de vendeur et d'acheteur, ce qui permettait d'avoir une discussion assez équilibrée »* (Entretien avec Benoît Dave).

La concertation autour des prix et des plans de culture est une double régulation qui met le projet de P-A en action car elle permet d'assurer des prix rémunérateurs aux producteurs, d'éviter la concurrence entre eux, et de réduire la pression sur les prix. Ce système de concertation alloue un

pouvoir de décision aux maraîchers, il permet la mise en place de relations moins asymétriques, moins hiérarchique.

Enfin, P-A suivra une logique plus conventionnelle lorsqu'il s'agira d'acheter à des producteurs extérieurs au projet :

*« Il y a une 3e façon de fixer les prix, pour les producteurs qu'on dit "extras", donc c'est les producteurs qui vont vendre à la coopérative quand les autres producteurs n'ont plus de produits. Et souvent c'est des producteurs extérieurs à la zone, au territoire sur lequel on travaille » (Entretien avec Benoît Dave).*

Cela donne lieu à une autre régulation : **la négociation**.

*« Avec ces producteurs là on négocie le prix. (...) Mais bon on ne négocie pas beaucoup parce que là généralement on est très demandeurs puisque nos producteurs n'ont plus. Mais souvent ce sont des producteurs qui vont, qui sont un peu plus gros, donc ils fixent leurs prix, si on trouve qu'ils exagèrent on leur dit qu'ils exagèrent donc là on négocie un peu quand même, mais le prix de vente au consommateur va être le même que celui qu'on a fixé pour les autres producteurs. Mais notre marge peut être plus importante » (Entretien avec Benoît Dave).*

- Le calcul de la marge

À côté de l'accord sur le prix d'achat au producteur, la seconde régulation qui encadre la définition des prix dans les coopératives est le calcul de la marge commerciale qu'elles vont prélever sur la vente de leur marchandise. En effet, pour fixer le prix de vente final de leur marchandise, les coopératives se basent sur le prix d'achat de cette marchandise ainsi que sur le calcul de la marge qu'elles ont décidé de prélever. De plus, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) entre aussi dans le calcul du prix de vente final, elle peut être considérée comme une régulation de contrôle émanant de l'État, sur laquelle les acteurs n'ont pas de prise<sup>6</sup>. Le fait que les coopératives aient une finalité sociale plutôt que lucrative les amène à prélever des marges faibles, dans le but de couvrir leurs frais fixes et leurs frais de fonctionnement et non de faire du profit :

*« La coopérative prend des marges fixes, identiques pour tout le monde. Donc en vente en ligne on prend 20% sur le prix consommateur fixé par le producteur, et en grossiste et dans nos magasins on prend 30%, toujours sur le prix consommateur final. (...) Donc ce sont des marges faibles par rapport à la pratique de la distribution habituelle. Et donc une façon d'avoir un prix équitable pour le producteur, et le consommateur, c'est un : de laisser le producteur fixer ses prix, et deux : c'est d'avoir des marges qui sont faibles » (Entretien avec Benoît Dave).*

Prélever une faible marge sur les produits est donc une régulation qui permet à la coopérative de mettre son projet en action. Mais cette régulation ne se fait pas sans effort, elle a des conséquences sur le fonctionnement de la coopératives (autrement dit, elle est liée à d'autres régulations) qui cherchera à réduire ses frais par plusieurs moyens :

*« On est bien gérés, on a des charges qu'on essaie de diminuer au maximum, on a du volume, donc on fait attention à nos dépenses hein, donc on a deux camions, on ne fait jamais de folies quoi, ça c'est un ; deux on n'a pas d'objectif de faire du profit, c'est une coopérative à finalité sociale et donc on ne veut pas faire du fric, trois on a des bénévoles qui travaillent principalement au niveau de la vente en ligne, (...) on a aussi une petite partie (...) du personnel*

---

<sup>6</sup> La TVA est de 6% sur les produits alimentaires.

*en insertion qu'on paie moins cher. (...) et il y a le volume aussi quand même, à un moment donné il y a quand même des économies d'échelles, on agrandit, il y a un certain volume, ça permet aussi d'avoir des prix plus bas quoi, des coûts moins élevés par unité vendue » (Entretien avec Benoît Dave).*

Paradoxalement, la tendance à réduire les frais de fonctionnement est similaire aux entreprises conventionnelles, mais elle n'est pas associée à une volonté de faire du profit : le but est plutôt d'aboutir à des prix de vente qui restent accessibles aux consommateurs.

- La concurrence

Nous avons déjà vu que Paysans-Artisans mettait en place des régulations pour éviter la concurrence entre ses producteurs : la concertation autour des prix et des plans de culture. Néanmoins, les coopératives commercialisent leurs produits sur le même marché que les autres magasins d'alimentation. Il est donc possible qu'elles tiennent compte des prix de leurs concurrents pour définir leurs propres prix de vente, et que des régulations conventionnelles apparaissent. En ce qui concerne Paysans-Artisans, les prix pratiqués par les concurrents n'auront que peu d'influence. Si la coopérative se considère plus chère que la grande distribution, elle justifie ces prix par la qualité qu'ils reflètent :

*« Concrètement, on est quand même un peu plus chers sur toute une série de produits, sur la plupart des produits, que la grande distribution. Et parfois les écarts sont quand même fort importants. Et d'autres fois moins. Ça dépend. En volaille par exemple. Mais c'est pas du tout le même animal, quand t'achètes un poulet en grande surface et il a poussé en 40 jours, le nôtre il a poussé en 80 jours, voire plus, et c'est pas la même viande. Mais il est 3 fois plus cher. (...) Donc ça dépend mais enfin globalement on est quand même plus cher que la grande distribution, il n'y a pas photo. Et on ne fait jamais nous, on ne communique jamais sur le prix. (...) C'est pas l'argument de vente quoi. Mais on est quand même compétitifs sur certains produits hein, parce que de fait, quand on cherche un produit de qualité, soit tu vas dans une épicerie fine et là on est plutôt moins chers, soit tu vas dans la grande distribution et il faut chercher beaucoup pour un produit de qualité mais quand tu en trouves un...ils prennent des marges de fou quoi » (Entretien avec Benoit Dave).*

Les concurrents de P-A seraient plutôt les épiceries fines et autres magasins qui se différencient par la qualité des produits.

*« Evidemment ça dépend ce qu'on achète comme produit au sein de la coopérative. Si on va vers les gâteaux, biscuits, tout ce qui est fort transformé, là c'est cher. C'est cher, maintenant au niveau qualité gustative, et goût et ainsi de suite, c'est souvent incomparable. En fait c'est ça aussi le souci, c'est de pouvoir comparer les choses comparables au niveau qualité » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Par conséquent, P-A tient plutôt compte du rapport qualité-prix, et si la coopérative cherche à réduire ses prix, ce sera plutôt dans le but de rester accessible :

*« On ne se bat pas sur le prix le plus bas, parce qu'on pense que si on veut une production de qualité, produite par les petits producteurs, ce sera plus cher qu'une production industrielle, mais en même temps se pose la question de servir l'ensemble de la population et pas uniquement des milieux plus aisés » (Entretien avec Benoît Dave).*

### 4.1.3. Les modalités de participation

**Facteurs d'influence** : Paysans-Artisans est une coopérative de grande taille, très ramifiée, qui entame sa 7<sup>e</sup> année d'expérience. Ses activités se sont diversifiées au cours du temps et elle a vocation à s'étendre : de nouveaux magasins sont en cours d'ouverture.

- Parties prenantes

La particularité de P-A est la diversité des parties prenantes qu'elle parvient à impliquer dans ses instances d'avis et de décision :

*« Il y a un conseil d'administration avec les représentants des producteurs, des bénévoles, et des élus directs par l'assemblée générale plénière, et les représentants du personnel. Il y a évidemment l'assemblée générale, il y a les réunions des points de R'Aliment quoi, tous nos points de dépôts avec les bénévoles, on fait des réunions régulièrement trois fois par an avec les représentants de chaque point de R'Aliment, c'est toujours des réunions à 50-70 personnes, on fait des réunions avec les producteurs, il y a les réunions par filière de production aussi, comme avec les maraîchers mais avec les traiteurs, avec les fromagers...voilà il y a différents niveaux d'instances » (Entretien avec Benoit Dave).*

P-A se démarque par l'attention portée à la participation de ses bénévoles et des producteurs, en plus de la participation classique des coopérateurs via l'assemblée générale. Les bénévoles ont un rôle important dans la coopérative puisqu'ils sont environ 500 à participer à son fonctionnement. Par conséquent, des sièges leur sont réservés au CA, et la coopérative organise des réunions « Inter points de R'Aliment » avec eux. Caroline Charlier nous explique le déroulement de ces réunions :

*« 2 à 3 fois par an, il y a un moment de rencontre avec des bénévoles des différents points de R'Aliment et des membres de la coopérative pour pouvoir avoir un moment d'information, donc généralement on nous présente un producteur, enfin c'est un producteur qui vient se présenter et discuter avec nous, et puis il y a des moments d'échange sur le fonctionnement, sur ce qui va, ce qui ne va pas, quelles améliorations on peut amener, quelles animations on peut faire dans nos points de R'Aliment aussi pour créer de la vie, de la convivialité, voilà il y a un moment d'échange qui est chouette, et c'est très chouette aussi de se retrouver avec d'autres bénévoles qui partagent les mêmes convictions, les mêmes soucis parfois, les mêmes questionnements et ainsi de suite » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Pour pouvoir vendre à P-A, les producteurs doivent devenir coopérateurs. Ils sont donc tous conviés aux assemblées générales :

*« Les assemblées générales sont ouvertes à tous les producteurs qui sont d'office membres de la coopérative » (Entretien avec Benoît Dave).*

Ce système d'enrôlement est un moyen de les impliquer dans les décisions. Les producteurs sont également représentés au CA et la coopérative organise des réunions « Inter Filières » deux fois par an avec chaque filière de production.

Le fait de garder des sièges au CA pour représenter chaque partie prenante est une spécificité qu'on ne rencontre pas dans toutes les coopératives, qui permet d'équilibrer les rapports de force, d'apporter une diversité de points de vue et de prendre en compte différents intérêts :

*« Il y a des représentants des bénévoles, des représentants de producteurs, des représentants des employés de la coopérative, puis des représentants plus de la société civile, et donc ça fait*

*du débat qui est déjà pas mal intéressant pour voir comment la coopérative se positionne et comment elle se développe » (Entretien avec Caroline Charlier).*

- Instances d'avis et de décision

La structure de gouvernance de P-A peut être qualifiée d'élargie, étant donné l'existence des instances d'avis comme les commissions d'impulsion (groupe de travail par thématique comme l'environnement ou la solidarité) qui rendent des avis « *pour aider les conseils d'administration à prendre leur décision* » (Entretien avec Thérèse-Marie Bouchat). Les instances d'avis peuvent donc influencer les régulations.

Les réunions avec les bénévoles et les producteurs, abordées ci-dessus, contribuent également à la structure de gouvernance élargie.

- Formes d'empowerment

Via son Université populaire, P-A organise de nombreuses activités d'information, de rencontre, de débats et de réflexions collectives qui peuvent toucher un large public, allant même au-delà du territoire sur lequel elle est active. De plus, dans un objectif de transparence, P-A communique via son site internet très fourni, sa page Facebook ou encore sa newsletter hebdomadaire. Par exemple, la marge que prend la coopérative sur la vente des produits est clairement communiquée sur son site internet, de même que l'origine des produits.

L'accès à l'information, aux débats et aux décisions dépend du niveau d'engagement de chaque personne. Par exemple, les bénévoles auront accès à des formes de capacitation qui sont à la fois source d'apprentissage et d'engagement comme des moments de rencontre avec les producteurs ou des visites de fermes :

*« Ça c'est par exemple des choses que j'ai essayé de faire avec les bénévoles, de les emmener dans des visites pour justement qu'ils comprennent aussi un peu mieux...L'implication des bénévoles n'est pas la même pour tout le monde, et les motivations ne sont pas les mêmes pour tout le monde, mais essayer de leur faire voir un peu pourquoi on fait tout ça, c'est important » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Ces apprentissages améliorent la qualité du travail des bénévoles, car ils sont plus à même de donner les informations relatives à la qualité des produits, et participent alors à la justification des prix :

*« Une fois que t'as eu un contact avec un producteur, que t'as eu un plus d'infos sur comment il fonctionne etc., ben tu parles mieux de ses produits, et donc tu as de meilleures interactions avec les clients ou avec ta famille, ton entourage pour expliquer » (Entretien avec Caroline Charlier).*

De plus, les apprentissages génèrent de nouvelles motivations, de nouveaux intérêts, de nouvelles valeurs et renforcent leur engagement :

*« Ce n'était peut-être pas ma motivation première mais maintenant elle en fait vraiment partie, c'est le soutien aux producteurs et de leur permettre de vivre dignement de leur travail quoi.(...) en côtoyant la coopérative et en voyant un petit peu plus comment ça fonctionne, (...) j'ai pu plus comprendre l'importance que ça avait, ici c'est les producteurs qui fixent leurs prix, où il y a une discussion qui est mise en place pour justement essayer de trouver un prix correct » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Ainsi, chez P-A, les bénévoles ont la possibilité de participer aux activités de régulation, et ont accès à des moyens de renforcer leurs capacités de participation.

La figure 4 ci-dessous schématise les modalités de participation établies par Paysans-Artisans. La participation des bénévoles (colonne de gauche) et des producteurs (colonne de droite) est mise en avant. Au centre on retrouve les différentes instances d'avis et de décision, mais aussi l'Université populaire qu'on pourrait considérer comme une « instance d'éducation », avec un rôle d'empowerment des acteurs.

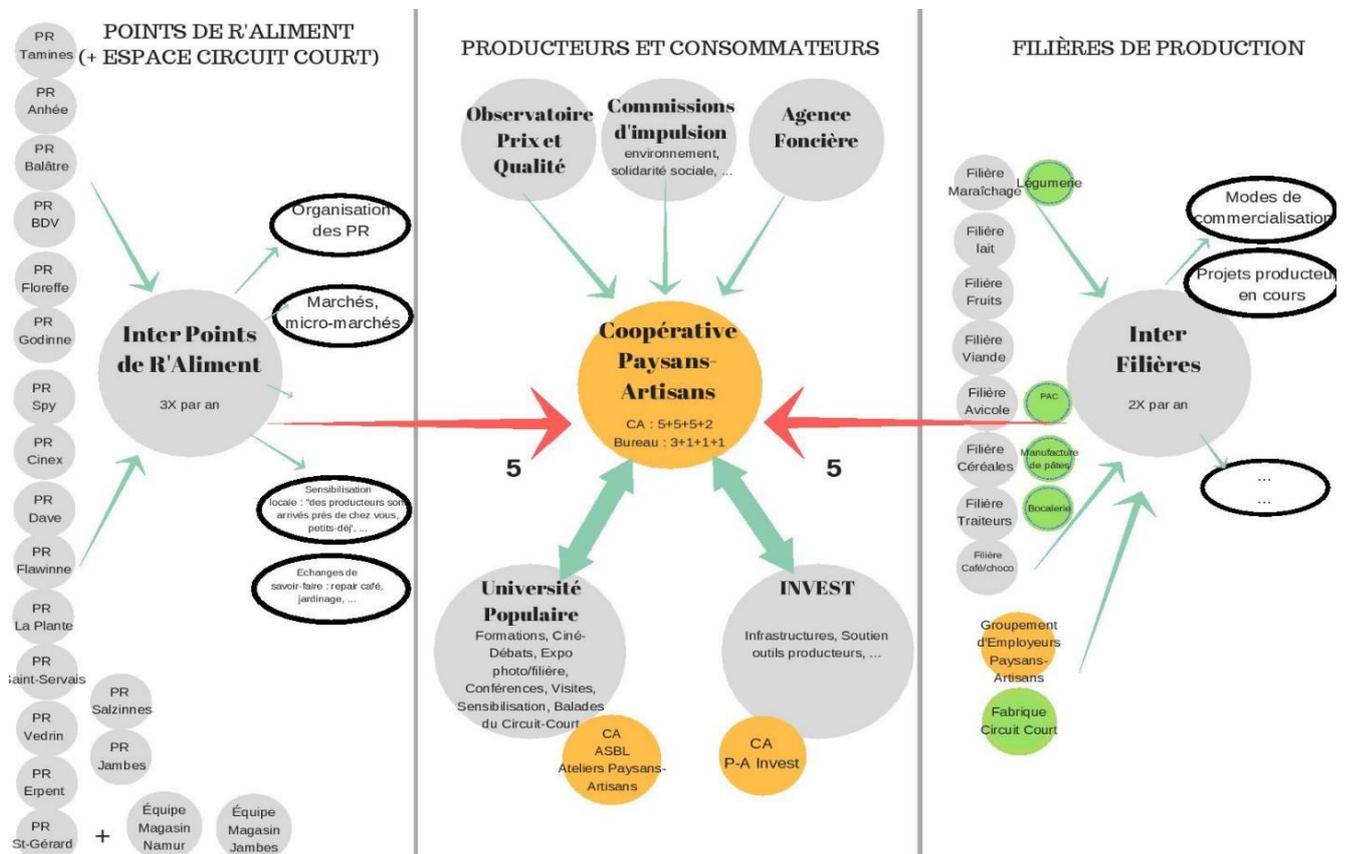


Figure 4: La structure de Paysans-Artisans (source : <http://www.paysans-artisans.be/page/les-4-structures>)

#### 4.1.4. Conclusion

Pour résumer, P-A met en œuvre des régulations alternatives pour définir les prix d'achat aux producteurs-coopérateurs, car les soutenir fait partie de son projet. Ces régulations visent à réduire la pression sur les prix et à instaurer la coopération plutôt que la concurrence entre les producteurs. Néanmoins, la mise en place de la concertation autour des prix a demandé du temps puisque c'est seulement à partir de cette année qu'elle a débuté. D'autre part, on peut identifier une régulation plus conventionnelle lorsque P-A achète (exceptionnellement) aux producteurs « extras » : extérieurs au projet, au territoire et à la coopérative.

Le prélèvement d'une marge faible est un fonctionnement alternatif (car cela montre que la coopérative ne cherche pas le profit) qui peut en apparence être assimilé à une logique conventionnelle de prix réduits mais qui en réalité est une régulation alternative qui met en œuvre le projet, puisqu'elle permet à la coopérative de pratiquer des prix qui resteront accessibles. D'autre part, la logique concurrentielle est contrecarrée par le fait que la coopérative privilégie la qualité plutôt que la recherche de prix réduits. Les dispositifs de qualification (comme l'information, le label bio ou encore la rencontre avec les producteurs) auront donc toute leur importance au sein de P-A, puisqu'ils lui permettront de justifier les prix auprès des consommateurs.

En amont de ces régulations, les modalités de participation permettent d'impliquer les différentes parties prenantes dans les processus de décisions, et de renforcer leurs capacités de participation en véhiculant des apprentissages. Soulignons que le dispositif d'enrôlement des producteurs facilite leur implication dans les instances de décision : pour vendre à la coopérative, ceux-ci doivent en être membres. Pour simplifier, nous pouvons conclure que, même si une certaine hybridation est présente, la coopérative Paysans-Artisans est caractérisée par un haut degré d'alternativité, et un haut degré de participation.

## 4.2. Unis Verts Paysans



<https://unisvertspaysans.be/>

### 4.2.1. Le projet d'Unis Verts Paysans

Tableau 4 : Carte d'identité d'Unis Verts Paysans

<b>Carte d'identité</b>	
<b>Dénomination</b>	Unis Verts Paysans, en abrégé « UVP »
<b>Forme</b>	Société coopérative à responsabilité limitée à finalité sociale
<b>Adresse</b>	Rue Devant l'Étang, 4 à 4960 Malmedy
<b>Date de création</b>	Septembre 2018
<b>Activités</b>	Un magasin de produits responsables, locaux et/ou bio.
<b>Site internet</b>	<a href="https://unisvertspaysans.be/">https://unisvertspaysans.be/</a>
<b>Nombre de producteurs</b>	15
<b>Nombre de coopérateurs</b>	101 coopérateurs (Unis Verts Paysans, n.d.)
<b>Chiffre d'affaire</b>	280 000 € l'année de démarrage mais tendance à augmenter (source : mise au vert 5C).

#### - Genèse

Unis Verts Paysans est une coopérative citoyenne née en 2017 dans la commune de Malmedy, à l'initiative de quelques producteurs et consommateurs, suite au concours de plusieurs événements : une Groupe d'achat en commun (GAC) qui arrive à saturation, de nouveaux producteurs qui s'installent dans la région, l'intérêt de producteurs qui ont déjà une expérience de magasin partagé, et un appel à projet de la commune pour la création d'une coopérative. Finalement, un groupe se forme pour proposer un projet de coopérative, lequel n'obtient pas le soutien escompté de la commune. Malgré tout, le groupe persiste et décide de lancer son projet. Marc de Tender, gérant du magasin et membre du conseil d'administration, nous raconte les débuts de la coopérative :

*« On était une quinzaine on va dire à se voir régulièrement, principalement des producteurs, quelques consommateurs, pour écrire les statuts, pour faire un plan financier, pour réfléchir à ce qu'on veut, comment est-ce qu'on pourrait l'organiser etc. »* (Entretien avec Marc de Tender).

Suite à un cycle de réunions, le projet prend forme et les 40 fondateurs déposent le statut et le capital de départ en juillet 2018. Deux mois plus tard, le point de vente est ouvert.

#### - Promesse de différence

Le projet d'UVP se résume comme suit :

*« Le leitmotiv d'Unis Verts Paysans est de **soutenir l'activité des petits producteurs locaux** tout en encourageant la **souveraineté alimentaire** et l'**accès à une alimentation de qualité, préférentiellement biologique**, au plus grand nombre. Nous souhaitons également créer un **espace citoyen** de rencontres et d'échanges entre les consom'acteurs et les producteurs à des fins de sensibilisation, de mise en commun de ressources, de développement de solidarités et de complémentarités »* (Unis Verts Paysans, 2018a).

La figure 5 présente les objectifs d'Unis Verts Paysans.



Figure 5 : Les objectifs d'Unis Verts Paysans (Unis Verts Paysans, n.d.)

Le premier aspect de la promesse de différence d'UVP est le modèle d'agriculture qu'elle soutient :

*« On défend **une agriculture ultra locale** et un projet où les citoyens et les producteurs sont ensemble, dans le même bateau, et donc sont obligés de se mettre autour de la table et de s'entendre. Et de travailler ensemble »* (Entretien avec Marc de Tender).

C'est pourquoi, en matière d'approvisionnement, la philosophie d'UVP est radicale comme le précise Quentin Goffinet, producteur et coopérateur d'UVP :

*« C'est difficile de faire plus proche hein, tous les producteurs sont pratiquement dans la commune...c'est un peu ça qui nous différencie des autres coopératives »* (Entretien avec Quentin Goffinet).

Un deuxième aspect de la promesse de différence peut être identifié dans le mode de commercialisation qu'UVP souhaite mettre en œuvre, caractérisé par une logique de coopération entre les parties prenantes, la définition de prix justes et la valorisation de l'agriculture locale. On retrouve le projet d'une **économie de proximité** : UVP cherche à sortir des régulations conventionnelles du marché et des intermédiations existantes, pour suivre une logique de co-construction des conditions de l'échange. Grâce à son magasin situé au centre de Malmedy, UVP veut soutenir les producteurs par un prix d'achat juste, mais aussi **faciliter l'accès** à des produits de qualité : locaux, bio, de saison, sains et durables (Unis Verts Paysans, 2018b).

*« Un des objectifs c'est de proposer un point de vente au centre de Malmedy, auquel les producteurs n'ont pas accès »* (Entretien avec Marc de Tender).

De cette manière, le magasin visibilise et valorise l'agriculture locale, comme l'explique Quentin Goffinet, quand il aborde les raisons pour lesquelles il vend ses produits à la coopérative :

*« C'était clairement la valorisation de la production sur le marché local. C'est plus ça, presque plus que pour l'importance commerciale je vais dire du volume que l'on vend sur place »* (Entretien avec Quentin Goffinet).

Ainsi, la vente à la coopérative permet de développer l'une des modalités d'*empowerment*, le « pouvoir intérieur » (Chiffolleau & Prevost, 2012), puisque qu'elle permet de développer la reconnaissance du travail agricole, qui se traduit au niveau des prix par une meilleure valorisation des produits.

Enfin, la coopérative se présente comme un vecteur de **transformation des consommateurs**, qui se reconnecteraient aux réalités du monde agricole, et deviendraient des consom'acteurs. La coopérative conçoit son magasin comme une **plateforme de rencontre** entre les producteurs, consommateurs, transformateurs, artisans, acteurs du monde culturel et associatif (Unis Verts Paysans, 2018a). Ces rencontres seraient vectrices d'apprentissages et permettraient la sensibilisation des citoyens, tout comme elles renforceraient la cohésion et les liens sociaux.

*« Je pense que les coopératives sont une porte d'entrée pour impliquer les gens, (...) ça leur permet de se rendre compte des difficultés des producteurs qui sont juste à côté d'eux. S'ils ont les œufs dans le même panier que les producteurs ils feront un peu plus attention. Et pour les producteurs, ça les sort aussi d'une forme d'isolement parce que dans le secteur agricole on est souvent isolé dans son métier » (Entretien avec Marc de Tender).*

La transformation des consommateurs constitue le troisième aspect de la promesse de différence d'UVP, et elle est liée à son objectif d'encourager la souveraineté alimentaire. Outre le fait de véhiculer des apprentissages, UVP est une coopérative participative et ouverte à tous ceux qui adhèrent à son projet : les coopérateurs sont copropriétaires et codécisionnaires (Unis Verts Paysans, 2018a). UVP souhaite que son projet fédère producteurs et consommateurs autour d'une filière locale plus équitable et solidaire (Unis Verts Paysans, 2018b). Dans le même esprit, la coopérative prône la démocratie, la participation et la transparence au sein de son action collective (Unis Verts Paysans, 2018b).

Par sa promesse de différence, la coopérative peut être perçue comme une réponse aux problèmes qui se posent dans le système agroalimentaire conventionnel, comme le montre le discours de Marc de Tender :

*« Je ne sais pas si c'est la solution mais en tout cas on tient quelque chose qui donne beaucoup plus d'espoir dans le secteur agricole que (...) tout ce que j'ai vu par avant. Sans être résigné, je voyais bien qu'il y avait un avenir dans le secteur agricole qui était très compliqué et qui ne me faisait pas envie » (Entretien avec Marc de Tender).*

#### 4.2.2. Les régulations qui encadrent la définition des prix

##### - Les régulations coopératives-producteurs

Avant même l'ouverture du magasin, la première action d'UVP a été la coordination des plans de culture des maraîchers impliqués dans la coopérative (Unis Verts Paysans, 2018a). Cette coordination est aussi l'occasion pour les maraîchers et la coopérative de se **concerter sur les prix**, afin de garantir une rémunération décente des producteurs et d'éviter la concurrence :

*« Au niveau des maraîchers, qui sont à la fois quand même la vitrine de notre rayon (...), comme ils sont plusieurs à fournir et qu'il ne doit pas y avoir de concurrence entre eux, en tout cas au niveau, surtout au niveau des prix, on organise un conseil des maraîchers, on se voit plusieurs fois l'année, avec plusieurs objectifs. Il y a la création donc on a une feuille de prix pour tous les produits qui sont produits dans la région, avec heu...qui sont définis quoi. Donc tous les maraîchers pratiquent les mêmes prix quoi. (...) Je participe à ces réunions là aussi, ils se sont mis d'accord sur les prix et on est en train de travailler - et il est déjà plus ou moins abouti - à un plan de culture coordonné. Parce que c'est bien beau d'avoir des prix, maintenant il faudrait être sûr de l'approvisionnement du magasin et qu'ils ne se marchent pas les uns sur les autres sur la production. (...) On les revoit plusieurs fois l'année, on va dire*

*deux fois l'année globalement. Ce qui induit : le prix juste, ben c'est ce prix qui est décidé par les maraîchers » (Entretien avec Marc de Tender).*

Quentin Goffinet tient un discours similaire, ce qui nous montre que cette activité de régulation met en œuvre le projet d'UVP, elle met en œuvre la conception du prix juste portée par la coopérative :

*« Il y a eu un nombre de réunions extraordinaire entre la coopérative [et les producteurs] avant que le magasin ne soit ouvert hein. Il y avait des réunions pour ça, il y avait de l'organisation, il y avait l'organisation de l'approvisionnement, il y avait des réunions pour les prix. Donc ici les prix normalement ici sont plus ou moins fixés une fois par an. Donc voilà on en parle, etc., quel prix vous voulez et là vous trouvez un juste prix » (Entretien avec Quentin Goffinet).*

Cette concertation est nécessaire car tous les maraîchers n'ont pas les mêmes moyens de production, ils n'ont donc pas le même prix de revient pour leurs produits et ne les vendent pas au même prix, ce qui peut générer une concurrence entre eux.

*« C'est des fois un peu compliqué. (...) Moi des fois j'ai un peu du mal à donner un prix pour la pomme de terre, quand je vois au prix que je les vends et les prix que les maraîchers demandent, c'est du simple au triple. C'est parce que eux n'ont pas la même méthode de production que moi fatalement(...). Parce que bon, moi je travaille avec du matériel à grande échelle je vais dire alors qu'eux ben voilà, c'est du maraîchage. Donc quand on discute entre nous moi j'essaie que eux partent plutôt sur des cultures à plus forte valeur ajoutée, plutôt que de faire des "bêtes patates de consommation", que moi je sais produire et fournir à un prix défiant toute concurrence quoi » (Entretien avec Quentin Goffinet).*

Les maraîchers ont donc une **marge de manœuvre pour obtenir des prix rémunérateurs : la variabilité de leur plan de culture**. S'ils ne sont pas rentables sur une variété, ils peuvent la remplacer par une autre. Se concerter leur permet de profiter de cette marge de manœuvre et d'adapter leur plan de culture en fonction des autres producteurs.

#### - Le calcul de la marge

La seconde régulation entreprise par la coopérative et qui participe à la définition des prix est la marge qu'elle prélève sur la vente des produits, nécessaire pour couvrir ses frais de fonctionnement :

*« On a des marges en fonction des catégories, ça c'est calculé par un plan financier. Donc on espère faire autant de chiffre d'affaire dans différentes catégories, et ces marges-là doivent nous permettre de payer l'équipe, de payer le matos, et de payer tout ce qui doit être payé, que ce soit loi sociale, etc. » (Entretien avec Marc de Tender).*

Dans la filière du maraîchage, UVP a décidé de fixer la marge qu'ils prenaient sur base du fonctionnement traditionnel des maraîchers dans la région :

*« Alors pourquoi 1.5 ? Dans la région, c'est comme ça que les maraîchers fonctionnent, c'est le même type de marge que j'ai vu ailleurs dans d'autres coopératives, c'est là-dessus qu'on s'est basés, les maraîchers dans la région, quand ils s'échangent des produits, fonctionnent avec cette marge-là. C'est une tradition » (Entretien avec Marc de Tender).*

D'autre part, la marge peut être rediscutée et modifiée afin de mieux répondre aux principes défendus par la coopérative, et donc de mieux mettre en œuvre son projet :

*« Un objectif ce serait peut-être de réduire, à terme réduire les marges pour permettre plus, enfin voilà, pour offrir une nourriture plus accessible » (Entretien avec Marc de Tender).*

- La concurrence

La comparaison aux prix pratiqués par les concurrents n'a pas une influence directe sur les prix d'UVP, mais elle sert de repère global :

*« Au niveau du prix, si j'ai besoin de me rassurer, je vais regarder ce qui se fait en bio, les prix pratiqués en bio dans une grande surface, et je suis souvent assez bon (...). Les producteurs n'en profitent pas non plus et par exemple il y a des trucs où on sera très compétitifs »* (Entretien avec Marc de Tender).

Mais cette comparaison n'aura pas forcément un impact sur les prix puisqu'UVP se différencie par son projet et son fonctionnement : *« On ne propose pas la même chose, et donc à ce niveau-là, il n'y a pas de réelle concurrence »* (Entretien avec Marc de Tender). Que ce soit les grandes surfaces ou les autres magasins de circuit court, UVP les considère plus comme complémentaires à son offre que comme des concurrents. De plus, pour UVP, la qualité n'est pas le seul moyen de se différencier. À Malmedy, un magasin de producteurs propose des produits de qualité similaire à ceux d'UVP : *« Au niveau de la qualité des produits, on se rejoint oui, clairement »* (Entretien avec Marc de Tender). Cependant, UVP et le magasin de producteur se différencient sur d'autres points, dans leur fonctionnement par exemple :

*« Là, les producteurs vendent eux-mêmes, et donc eux proposent aussi quelque chose de très différent aux consommateurs. (...) eux sont eux-mêmes au comptoir, et donc au niveau de la proposition de valeurs, ils proposent quelque chose qui est assez différent à ce niveau-là, en termes de conseils etc. Nous, il y a des personnes qui sont engagées dans le magasin pour répondre aux questions, eux ils sont sur place, et ça, ça propose quelque chose de différent aux gens. Maintenant, ça les empêche de faire des longues heures d'ouverture »* (Entretien avec Marc de Tender).

#### 4.2.3. Les modalités de participation

**Facteurs d'influence** : Unis Verts Paysans est une jeune coopérative, de taille restreinte, et les initiateurs du projet sont majoritairement des producteurs.

- Les parties prenantes

L'une des particularités d'UVP en matière de participation, c'est le fait que les producteurs et les consommateurs soient représentés à parts égales au conseil d'administration, comme l'explique Marc de Tender, qui est lui-même à la fois gérant du magasin et membre du CA :

*« Le conseil d'administration il est composé pour moitié de producteur, pour moitié de consommateurs, donc ça c'était important aussi, c'est un des verrous qu'on a mis au niveau de la gouvernance, parce qu'on peut avoir autant de verrous qu'on veut au sein de l'assemblée générale, celui qui est là le plus quotidiennement, donc si c'est un conseil d'administration nous c'est plus ou moins 1x/mois, c'est au sein de ce CA qu'on peut prendre des décisions et avoir un vrai poids. Et donc c'est important que les producteurs aient un vrai poids au sein du CA. (...) Et puis après il y a beaucoup de décisions, les décisions quotidiennes, c'est au sein de l'équipe »* (Entretien Marc de Tender).

Avec la représentation des producteurs au CA et les concertations avec les maraîchers, il y a un niveau élevé de participation des producteurs dans le projet d'UVP. Cette participation est facilitée par le fait

que les producteurs soient à l'origine du projet. Ils se connaissaient avant la création de la coopérative et interagissent également en dehors de celle-ci, comme l'explique Quentin Goffinet :

*« On se voit régulièrement, on discute avec les autres membres, les autres personnes qui font partie de...on va dire les coopérateurs agriculteurs dans la coopérative à Malmedy on se connaît très bien quoi, on se voit même, on se voit en-dehors de la coopérative, on se voyait déjà avant. Donc c'est pas nouveau, on travaillait déjà comme ça ensemble sans la coopérative »* (Entretien avec Quentin Goffinet).

De cette trajectoire découle la forte implication des producteurs dans les activités de régulation de la coopérative, et la mise en place du conseil des maraîchers avant l'ouverture du magasin.

- Les instances d'avis et de décision

UVP est dans une phase de transition entre la phase de lancement du projet et la phase de consolidation-développement :

*« Pour le CA ici on a des discussions un peu pour voir comment est-ce qu'on repart sur l'année qui vient (...). Parce que c'est sûr, l'énergie qu'on a au début, la manière de fonctionner qu'on a au début, c'est pas la même chose que celle pour maintenir un projet »* (Entretien avec Marc de Tender).

Par conséquent, les modalités de participation sont encore en construction :

*« On a essayé de déléguer des trucs dans des petits groupes de travail, c'est pas encore très effectif, ça demande beaucoup d'énergie donc c'est pas encore le cas. »* (Entretien avec Marc de Tender).

- Les formes d'empowerment

L'éducation à l'alimentation durable et l'organisation de débats citoyens font partie des objectifs d'UVP, mais peu d'activités ont été organisées jusqu'à présent vu son stade de développement et le contexte du confinement. Néanmoins, depuis sa création, UVP a déjà organisé plusieurs conférences et ateliers. Par exemple, la conférence « *Créer son potager, c'est nourrir sa famille* » ou l'atelier « *Découverte de l'extraction du miel* » avec l'un de ses producteurs. La coopérative a également organisé plusieurs moments d'information sur ce qu'implique le fait de devenir coopérateur.

*« Le premier objectif de la coopérative c'est le point de vente mais on a toute une série d'envies et de projets, que ça grandisse et que ce soit aussi d'autres choses. (...) on essaie aussi de créer des ateliers pour les citoyens, etc, sur d'autres problématiques, mais ça a été suspendu pour le moment et c'était un peu récent »* (Entretien avec Marc de Tender).

De plus, UVP communique régulièrement via sa page Facebook, pour promouvoir ses produits, présenter ses producteurs ou relayer des articles de sensibilisation à l'agriculture durable.

#### 4.2.4. Conclusion

Le deuxième aspect de la promesse de différence d'Unis Verts Paysans nous intéresse plus particulièrement, puisqu'il s'agit d'associer une logique de co-construction des conditions de l'échange à la définition des prix justes. Cet aspect du projet d'UVP et le discours des acteurs que nous avons rencontrés nous font comprendre la représentation du « prix juste » que porte la coopérative : un prix « juste » serait décidé, d'un commun accord, par les producteurs et la coopérative.

La coopérative a mis en œuvre sa promesse de différence en instaurant, avant même l'ouverture du magasin, une concertation avec ses 8 maraîchers autour des plans de culture et des prix. Cette logique de coopération précoce peut être expliquée par le fait que les producteurs soient à l'origine du projet, et qu'ils se connaissaient déjà avant : la confiance propice à la logique de coopération était déjà installée. De plus, la jeune coopérative a pris exemple sur d'autres coopératives plus anciennes qui se sont développées avec succès, comme Agricovert et Paysans-Artisans. D'ailleurs, on remarque de nombreuses similarités entre son projet et celui de Paysans-Artisans.

Les modalités de participation des consommateurs sont beaucoup moins visibles que celles des producteurs pour l'instant, ce qui questionne les rapports de force au sein de la coopérative. Cependant, l'*empowerment* et la transformation du consommateur font partie intégrante du projet d'UVP, et la coopérative travaille à leur mise en action.

## 4.3. Le Chant de la Terre



### 4.3.1. Le projet du Chant de la Terre

<https://www.lechantdelaterre.org/>

Tableau 5 : Carte d'identité du Chant de la Terre

<b>Carte d'identité</b>	
<b>Dénomination</b>	Le Chant de la Terre
<b>Forme</b>	Société coopérative à responsabilité limitée à finalité sociale
<b>Adresse</b>	142, rue de Bouvy, 7100 La Louvière.
<b>Date de création</b>	2016
<b>Activités</b>	Un magasin d'alimentation, droguerie et décoration. Un espace rencontre et bien-être : ateliers, conférences-débats, kinésiologie, balades, méditation.
<b>Site internet</b>	<a href="https://www.lechantdelaterre.org/">https://www.lechantdelaterre.org/</a>
<b>Nombre de producteurs</b>	Une dizaine de producteurs locaux (dont 3 maraîchers) et des grossistes.
<b>Nombre de coopérateurs</b>	60 à 70 coopérateurs.
<b>Chiffre d'affaire</b>	200 000 € par an (source : mise au vert 5C)

#### - Genèse

La création de la coopérative ne s'est pas faite sans tensions, comme le raconte Jean-Pierre Favarin, membre du conseil d'administration :

*« Au départ il y avait un groupe de ville en transition ici à la Louvière (...) il n'a pas très bien tourné donc il y avait beaucoup de gens, beaucoup de projets mais bon souvent ces projets-là se cassent la gueule sur la réalité quoi. Finalement, les gens qui restaient dans le groupe sont partis sur un projet de constitution d'une coopérative, donc d'une épicerie coopérative, produits alimentaires et autres quoi. On a travaillé longtemps sur un projet qui était très vaste et puis il y a eu **des conflits dans le groupe** quand il s'est agi de passer dans la phase concrète de construction quoi. Donc il y avait toujours, comme on était tous des gens qui venaient de l'associatif, il y a la difficulté de se confronter aux réalités économiques quand on doit passer d'une culture associative à une culture, je vais dire, économique, de type entrepreneuriale, ce sont des termes qui peuvent donner des boutons à certains (...). Et donc on est restés à 5 et on a ouvert une petite épicerie bio, dans le centre de la Louvière parce qu'il n'y en avait pas quand on a commencé le projet et on a ouvert on était les seuls quoi » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).*

#### - Promesse de différence

Le Chant de la Terre est une coopérative qui vend des produits alimentaires (dont la plupart sont labellisés bio), et des produits non alimentaires, dans une perspective de transition écologique. La coopérative prône la relocalisation de l'agriculture, et le zéro déchet (Le Chant de la Terre, n.d.).

*« C'est clair que le projet, derrière de fait de vendre des produits alimentaires bio, notre projet c'était en fait de participer modestement et de **contribuer à la transition alimentaire** qui est un des enjeux les plus importants avec l'énergie dans la transition écologique et solidaire » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).*

Dans cette perspective de transition, la dimension principale de la promesse de différence de la coopérative est de participer à la transformation du système agroalimentaire conventionnel dont elle dénonce les travers :

*« Il y a intérêt à ce qu'on se connaisse, à ce qu'on soit en synergie car c'est clair que le monde de la grande distribution(...) et de la transformation industrielle c'est eux qui ont le pouvoir dans le secteur de l'alimentation donc ils contraignent les producteurs et ils taxent les consommateurs dans un but d'accumulation capitalistique en faisant partir l'essentiel de leur valeur ajoutée dans les paradis fiscaux, on sait comment ça marche quoi.(...) **C'est contre ce modèle-là que nous on se développe** et donc on est membres de la coopérative 5C (...) on essaie au maximum d'avoir une activité je dirais presque, ce ne sont pas des relations publiques, c'est du lien politique, au-delà de la simple activité de vente de produits alimentaires » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).*

L'un des moyens prôné par la coopérative pour opérer cette transformation du système agroalimentaire est la mise en réseau avec d'autres acteurs collectifs qui s'inscrivent dans le même projet politique de transition agroécologique :

*« On est en lien avec les Incroyables comestibles, on vient de constituer un réseau qui s'appelle le Fil vert sur la Louvière pour essayer de mettre en lien et en synergie toutes les initiatives du bas quoi des jardins partagés, des(...) centres culturels, il y a toute une série d'initiatives qui sont en train de se construire pour l'instant, et on participe avec nos moyens (...) qui sont quand même limités. L'important c'est que, même si nous sommes tous petits, c'est un ensemble de petits grains de sable qui font quand même une belle plage » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).*

La seconde dimension de la promesse de différence du Chant de la Terre est le développement de l'agriculture biologique :

*« On a fait le choix du bio, premièrement parce qu'on est des militants de la transition, (...) moi je n'envisage pas la transition sans un transfert progressif et pas imposé qu'on **aille vers d'autre modes de production niveau agricole** (...). On sait aussi que dans le bio la **rémunération des producteurs est mieux assurée que dans le conventionnel**<sup>7</sup> et donc c'était un peu nous notre façon de combattre les inégalités sociales croissantes et le fait que les agriculteurs devraient nourrir l'humanité mais ils n'arrivent pas à se nourrir eux-mêmes donc on a fait le choix du bio, c'était un peu naturel » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).*

De plus, la coopérative privilégie les producteurs locaux, dans la mesure du possible étant donné le contexte local :

*« Autour de la Louvière il n'y a pas de producteurs bio, c'est un peu paradoxal, (...) c'est un peu la question de l'œuf ou de la poule, il faut bien que quelqu'un commence donc nous on va commencer à vendre des produits bio, pour **favoriser l'émergence de producteurs près de chez nous** » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).*

Ce contexte induit une certaine souplesse concernant l'origine locale des produits, alors que la coopérative est plus radicale en ce qui concerne la labellisation bio. Ainsi, même si le Chant de la Terre cherche à travailler au maximum avec les producteurs de la région, elle n'exclut pas le recours aux

---

<sup>7</sup> Cette affirmation est vraie dans le cas du label belge « Biogarantie » mais le label bio de l'Union européenne n'implique pas de conditions quant à la rémunération des producteurs.

intermédiaires conventionnels (grossistes bio) : « *On a des gros fournisseurs parce qu'on ne peut pas faire autrement* » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

Le soutien à une agriculture biologique et locale est lié à un autre aspect de la promesse de différence, relatif au mode de commercialisation. En effet, le Chant de la Terre revendique des prix rémunérateurs pour les producteurs et accessibles aux consommateurs :

« *On est dans une région où (...) il y a des gens un petit peu de toutes les classes sociales donc des gens qui ont des gros revenus, des revenus moyens, et aussi beaucoup de bas revenus, on a voulu aussi présenter un éventail de produits bio de bonne qualité à des prix accessibles à la très grande majorité des gens du quartier* » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

En outre, la coopérative identifie la concertation entre les parties prenantes comme un moyen de construire des échanges plus justes :

« *La concertation entre partenaires économiques associés (consommateurs, distributeurs, grossistes, transformateurs, producteurs locaux) permettra le juste calcul des besoins de chacun, une plus grande solidarité, une plus grande transparence et bien entendu une plus grande implication des partenaires.* » (Le Chant de la Terre, n.d.).

#### 4.3.2. Les réglementations qui encadrent la définition des prix

##### - Les réglementations coopérative-producteurs

La première réglementation du Chant de la Terre en matière de définition de prix est de laisser les producteurs fixer leurs prix. « *On a décidé de ne pas négocier les prix, de ne pas négocier à la baisse* » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin). Cette réglementation alternative implique d'accepter de payer plus cher un produit qu'ils pourraient obtenir moins cher en ayant recours aux acteurs conventionnels (ex : grossistes). Ce fonctionnement vise à mettre le projet en action :

« *On a trois producteurs qui sont des petits maraîchers, et donc on leur achète, c'est un choix qu'on a fait quoi, on leur achète leurs produits beaucoup plus cher que ce qu'on obtiendrait au prix de notre fournisseur principal* » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

##### - Le calcul de la marge

La seconde réglementation est la fixation du taux de marge, qui nécessite la prise en compte de plusieurs facteurs, comme les frais de fonctionnement de la coopérative et les bénéfices nécessaires pour développer son activité.

« *Quand on a choisi de faire 0,5 c'était presque par souci de facilité, (...) il faut aussi compter la TVA achat et vente, enfin c'est un peu compliqué mais donc c'est moins c'est entre 35 et 40%, mais derrière on a tous les coûts fixes hein. Parce que nous on a...on a 2 salariés maintenant, on a les loyers, on a les charges sociales, on a les assurances, on a l'électricité, tout ce qui fait, donc c'est une entreprise comme toutes les autres, d'ailleurs on va payer des impôts cette année heu...parce qu'on fait quand même des bénéfices quoi mais on accumule aussi parce que le projet c'est de ne pas nous limiter au quartier de Bouvy mais de progressivement d'avoir d'autres implantations même si on est hyper prudents dans tout ce qu'on fait* » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

- La concurrence

Comme pour les 2 coopératives précédentes, les prix pratiqués par les concurrents ne constituent que des repères. Ceux que le Chant de la Terre considère comme ses concurrents sont les autres magasins qui vendent des produits bio :

*« On constate en fait qu'on est relativement, même par rapport à des grosses chaînes, par rapport à Bio-Planet, à d'autres chaînes de produits bio, on est compétitifs par rapport à ça »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

### 4.3.3. Les modalités de participation

**Facteurs d'influence** : Le Chant de la Terre est une coopérative de petite taille, assez récente (2017). Le contexte de la Louvière serait caractérisé par peu de producteurs locaux travaillant en bio. L'une des particularités du Chant de la terre est la période de tensions et d'indécision qu'elle a connue au cours du lancement du projet.

- Les parties prenantes

La majorité des décisions sont prises au sein du conseil d'administration, composé des initiateurs du projet qui s'occupent bénévolement de la gestion de l'entreprise. C'est avant tout un projet citoyen : *« Personne ne vient du secteur de la distribution dans les gens du groupe porteur, on venait tous d'horizons différents, il y avait des profs, fonctionnaires, moi qui suis sidérurgiste »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

La volonté d'aller vers un fonctionnement démocratique est présente dans la coopérative, mais sa mise en application se heurte à certaines difficultés, comme la durée du processus de décision ou la difficulté d'obtenir le consensus :

*« Une des carences, c'est sur la participation des coopérateurs. On avait une idée un peu utopique en disant voilà on a 60-70 coopérateurs aujourd'hui bon. Mais en réalité ça ne se fait pas comme ça quoi il y a une assemblée générale par an, où tout est mis en discussion, tous les chiffres dont nous disposons sont discutés et donc où ils peuvent intervenir, mais en dehors de ça, il n'y a pas d'autre forme de participation. La gouvernance elle s'exerce surtout, on veut qu'elle soit maximum au niveau du **groupe porteur**, donc maintenant on est 7 personnes, donc toutes les discussions qui ne sont pas de l'ordre du quotidien (...), sur tous les choix d'ordre plus politique c'est clair que en général on avait une réunion, presque une réunion semaine. Et ça prenait parfois 2-3 heures... (...) En assemblée générale ça peut durer parfois très longtemps...et parfois on souhaiterait que les décisions soient prises parce qu'on répète les mêmes arguments en espérant qu'ils produisent des effets une deuxième, une troisième ou une quatrième fois (...). Mais en général on tend vers l'unanimité souvent on essaie de **convaincre au maximum ceux qui ne sont pas du même avis** que nous et parfois c'est nous...je suis parfois mis en minorité par exemple. Quand j'étais pour le déménagement, j'ai bien vu que ça créait un problème insurmontable pour certains qui avaient peur qu'on perde l'âme du magasin »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

- Les instances d'avis et de décision

Le Chant de la Terre fonctionne avec les instances de gouvernance classiques : les AG et les CA.

- Les formes d'empowerment

Le Chant de la Terre organise des activités d'information et de sensibilisation, par exemple une conférence-débat au sujet des OGM dans l'alimentation, ou des ateliers zéro déchet.

*« On organise parfois des dégustations, (...) Pour permettre aux clients de rencontrer les producteurs et vice-versa et nous de faire connaître les produits. C'est pas vraiment ça qui fait augmenter les ventes »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

D'un point de vue extérieur, le fonctionnement de la coopérative est assez opaque. Son site internet est peu fourni, ses statuts ne sont pas publiés, et la marge prise sur les produits n'est pas communiquée. La participation des consommateurs est limitée à leurs comportements d'achat : *« on ne leur pose pas trop de questions sur les prix parce que si les gens continuent à venir c'est que bon... »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

#### 4.3.4. Conclusion

Les contraintes liées au contexte local et la tendance de la coopérative à privilégier le critère « bio » plutôt que « local » induit un recours à des acteurs plus conventionnels, comme les grossistes. Cependant le Chant de la Terre évite de mettre en concurrence ses partenaires conventionnels et les petites fermes locales avec qui elle travaille: elle accepte les prix proposés par les petits producteurs, qui sont plus élevés que ceux des grossistes, ce qui constitue une régulation alternative.

D'autre part, la coopérative ne cherche pas forcément à réduire sa marge, étant donné sa volonté d'utiliser les bénéfices pour étendre son activité. Cette stratégie a du sens étant donné son projet de participer à la transformation du système agroalimentaire, cependant elle peut entrer en tension avec un autre de ses objectifs : rendre l'alimentation durable accessible aux consommateurs.

Finalement, même si la coopérative identifie la concertation entre les parties prenantes comme un moyen de construire des échanges plus justes, cette concertation n'est pas mise en pratique. Il y a une faible participation des parties prenantes, que ce soient du côté des consommateurs ou des producteurs, et la coopérative est surtout dirigée par les 7 membres du conseil d'administration (le « groupe porteur ») et les 2 membres du personnel qui gèrent le magasin au quotidien. La volonté de tendre vers un fonctionnement démocratique s'est heurtée à la difficulté de gérer les conflits et d'aboutir à des décisions collectives dans un délai raisonnable.

On constate donc une hybridation entre les régulations conventionnelles et alternatives, et une carence dans la participation des parties prenantes à la gouvernance de la coopérative.

## 4.4. Vervîcoop



### 4.4.1. Le projet de Vervîcoop

Tableau 6 : Carte d'identité de Vervîcoop

<b>Carte d'identité</b>	
<b>Dénomination</b>	Vervîcoop
<b>Forme</b>	Société coopérative à responsabilité limitée à finalité sociale
<b>Adresse</b>	Rue de Heusy 30, 4800 Verviers
<b>Date de création</b>	2018
<b>Activités</b>	Supermarché coopératif
<b>Site internet</b>	<a href="https://vervicoop.be/">https://vervicoop.be/</a>
<b>Nombre de producteurs</b>	Inconnu (mais la coopérative se fournit aussi via d'autres coopératives).
<b>Nombre de coopérateurs</b>	430 coopérateurs (recensés le 15/01/2020).
<b>Chiffre d'affaire</b>	Le plan d'affaire vise un chiffre d'affaire de 190 000 € pour l'année 2020.

#### - Genèse

Vervîcoop est une initiative issue d'une réflexion entre quelques Verviétois autour de la transition, et qui a rapidement fédéré 200 personnes qui se sont ensuite impliquées dans le projet. Anne Wilmot, l'une des fondatrices du projet aujourd'hui membre du conseil d'administration, nous décrit la création de Vervîcoop :

*« En fait à la base on était quelques citoyens de la région de Verviers à **réfléchir à la transition en général**, et est venue l'idée d'une épicerie zéro déchets et puis pourquoi pas plutôt **une épicerie coopérative**, et puis voilà l'idée a fait un petit peu son chemin. On était en 2017 et puis on s'est dit ben tiens on va voir si l'idée pourrait intéresser d'autres verviétois, et en septembre on a proposé une soirée d'information et là on a été un peu surpris, il y a eu plus de **200 personnes à la réunion d'information**, et donc on s'est dit ah ben il y a vraiment un intérêt pour le projet, et donc à partir de ce moment-là on a vraiment été poussés. (...) Il y a une centaine de personnes qui avait envie de se mettre au travail »* (Entretien avec Anne Wilmot).

Cet engouement a permis à la coopérative de rapidement concrétiser son projet collectif : elle dépose ses statuts en mars 2018 et ouvre le supermarché en décembre 2018.

#### - Promesse de différence

La description du projet de Vervîcoop publiée sur son site internet donne une première idée de sa promesse de différence :

*« Vervîcoop est un projet verviétois innovant, proposant un supermarché coopératif à but non lucratif et à finalité sociale. Il est géré par ses membres, pour ses membres : les coopérateurs. La **participation active** de tous les membres-coopérateurs à la gestion de l'épicerie permet **l'accès à des produits de qualité, prioritairement issus de l'agriculture durable et de circuits courts**. Ce mode de fonctionnement favorise l'économie locale et permet de payer les producteurs au **prix juste**. Tout en redonnant du sens à la consommation, Vervîcoop souhaite*

*donner naissance à un lieu d'échanges, de solidarité, de partage et de sensibilisation aux enjeux alimentaires actuels » (Vervicoop, n.d.).*

Par son projet, Vervicoop propose un nouveau mode de commercialisation participatif, qui permet de définir des prix justes pour les producteurs tout en restant accessibles aux consommateurs. En ce sens, Vervicoop se positionne en alternative à la grande distribution classique. Par son activité de commercialisation, la coopérative veut redynamiser l'économie locale, durable et circulaire, notamment en créant des partenariats sur le long terme avec des producteurs de la région et en rémunérant correctement leur travail.

Vervicoop associe la promesse d'un mode de commercialisation alternatif à celle d'un mode de consommation différent, puisque le cœur de son projet est de développer l'accès à des produits de qualité, prioritairement issus de l'agriculture durable et des circuits courts. Pour la coopérative, le passage à une consommation bénéfique pour la santé et l'environnement implique de **lever les freins** économiques, sociaux, culturels et informationnels qui en limitent la diffusion (Vervicoop, 2018) :

*« La **mixité sociale** c'est vraiment une des envies, un des moteurs qu'on avait au début du projet, Et je pense que (...) le frein c'est finalement c'est juste le prix du panier total et l'addition. On ne s'imaginait évidemment pas que les gens allaient passer de "faire toutes les courses au Liddl", à "faire toutes leurs courses chez Vervicoop", on se doutait bien. (...) on se dit qu'on ne saurait pas atteindre directement des gens qui sont très loin du modèle mais que si on arrive par tache d'huile à atteindre des gens qui sont un petit peu plus loin du modèle et puis un peu plus tard encore un peu plus loin etc., ben...c'est comme ça qu'on imagine que ça peut fonctionner parce que voilà, c'est pas possible d'atteindre des gens qui ne sont pas du tout dans cet esprit-là, juste parce qu'ils n'ont pas les moyens de se permettre de faire toutes leurs courses » (Entretien avec Anne Wilmot).*

Pour Vervicoop, le passage à une consommation durable nécessite de porter attention à l'accessibilité des prix, mais elle s'accompagne aussi d'un renforcement des connaissances autour des modes de consommation et de leurs impacts sur l'environnement, la société et la santé (Vervicoop, 2018). C'est pourquoi, au-delà d'un simple point de vente, Vervicoop veut créer un lieu d'échanges, de solidarité, de partage et de sensibilisation autour des enjeux de l'alimentation durable (Vervicoop, n.d.).

#### 4.4.2. Les régulations qui encadrent la définition des prix

##### - Les régulations coopérative-producteurs

Vervicoop a décidé d'accepter les prix proposés par les producteurs locaux. La coopérative n'applique pas cette règle aux acteurs des circuits conventionnels avec qui elle travaille, comme les grossistes :

*« Depuis le départ on s'est dit qu'on acceptait les prix des producteurs. Donc on a quelques grossistes je vais dire pour divers produits qu'on ne trouverait pas chez des petits producteurs proches, et là c'est vrai qu'**avec les grossistes on se permet de demander une réduction** ou différentes choses, mais par contre **avec les petits producteurs on accepte leurs prix** et on essaie pas de...même si c'est difficile parce qu'on a ce travers-là finalement, qui nous vient de l'économie en général mais on essaie de ne pas négocier les prix et de ne pas les mettre en concurrence. Ce qui n'est pas toujours évident quand on voit l'offre de maraîchers et que l'un propose quelque chose moins cher que l'autre, ben voilà, mais on essaie de respecter au maximum leurs prix » (Entretien avec Anne Wilmot).*

La coopérative combine des régulations conventionnelles (lorsqu'elle traite avec des acteurs conventionnels) et des régulations alternatives (lorsqu'elle achète aux producteurs locaux). De plus, sortir de la régulation conventionnelle du marché demande un effort car il s'agit d'aller à l'encontre d'une logique intégrée à la culture occidentale.

- Le calcul de la marge

Le projet de Vervicoop donne lieu à des régulations spécifiques : pour pouvoir y faire ses courses, les consommateurs doivent d'abord devenir coopérateurs, c'est-à-dire prendre au moins une part de la coopérative (d'une valeur de 100€). De plus, les consommateurs-coopérateurs doivent participer au fonctionnement du supermarché en y travaillant 3 heures par mois (Vervicoop, n.d.). Anne Wilmot explique la logique qu'il y a derrière ce fonctionnement :

*« La volonté elle est double. C'est d'abord de, justement d'avoir un prix des produits qui seraient **plus accessibles**, vu qu'on n'a pas de frais de rémunération pour le moment - enfin ça va évoluer - mais donc on applique une marge unique ou presque sur tous les produits donc si vous achetez un produit à 1,25€ TVA comprise, vous savez bien, donc c'est aussi une **transparence**, vous savez bien que le produit nous a coûté 1€, donc tout le monde connaît le prix qu'on va donner au fournisseur, et donc ça permet d'avoir des prix qui sont relativement bas par rapport au même produit de même qualité dans un magasin où il faudrait payer les employés. Et puis ça permet aussi de...on avait aussi une volonté de créer un peu aussi une **cohésion**, un groupe, et que les gens se connaissent, échangent et, voilà que ce ne soit pas uniquement un supermarché mais aussi un lieu de rencontre et de discussion » (Entretien avec Anne Wilmot).*

En fonctionnant sur base du travail bénévole, Vervicoop met en œuvre les différentes ambitions de son projet de façon combinée : à la fois créer du lien social, garantir des prix rémunérateurs pour les producteurs, et fournir des produits à des prix accessibles aux consommateurs. En effet, le travail bénévole et l'autofinancement permettent à la coopérative de prendre une marge très faible sur la vente des produits. Mais la coopérative est récente et prévoit de réévaluer et redéfinir sa marge si nécessaire, sur base des bilans comptables. La fixation de la marge est donc bien une régulation plutôt qu'une règle fixe :

*« C'est une marge de 20% mais (...) c'est en recalcul pour le moment vu qu'on vient d'avoir notre premier bilan comptable on recalcule un petit peu différentes choses. Pour le moment c'est ça mais c'est aussi amené à un peu évoluer, mais toujours avec l'esprit de transparence, que le consommateur quand il vient chercher son produit il sait ce qui est allé au producteur. (...) on sait qu'il faut dégager un peu plus de chiffre aussi. Et donc l'augmentation des marges est une des pistes qu'on aurait, alors il faut trouver le bon ratio et ça commence seulement à être à l'étude » (Entretien avec Anne Wilmot).*

Il y a donc un lien entre deux régulations alternatives : la participation des consommateurs au fonctionnement du magasin, et le prélèvement d'une marge réduite. Ces deux régulations visent à concrétiser la promesse d'un mode de commercialisation différent, impliquant la définition de prix justes. Cependant, ces régulations entrent en tension avec l'un des aspects essentiels du projet - développer la mixité sociale au sein de la coopérative - car l'achat de parts peut devenir un frein financier. Afin d'y remédier, la coopérative a fait évoluer la régulation et permet d'étaler l'achat des parts :

*« Il y a un groupe qui a vraiment beaucoup travaillé sur l'accessibilité, le groupe s'appelle d'ailleurs "mixité sociale", parce que ben voilà on avait mis en place un système, il faut*

*travailler pour devenir, pour consommer, il faut aussi prendre des parts de la coopérative, et donc on demande aux gens de prendre 100€ de parts, donc c'est une fois et puis on ne prend plus, et alors on avait expressément mis les parts à 25€ pour demander à ceux qui pouvaient se le permettre d'en prendre 4, mais de **permettre l'accès, dès 25€, à la coopérative** » (Entretien avec Anne Wilmot).*

#### - La concurrence

Les régulations alternatives de Vervîcoop, qui visent à proposer les produits à des prix accessibles, se combinent bien avec la logique concurrentielle, même si ce n'est pas le but premier :

*« Pour vraiment exactement le même produit, **on a des prix qui sont plus intéressants même que chez Bio-Planet**. Si on prend vraiment les mêmes pots de tartinade qu'ils vendent et que nous on vend, on va avoir des prix plus intéressants **mais vu que notre marge est plus faible**, bien que parfois eux font des prix d'appel et on sait qu'ils perdent de l'argent sur certains produits (...) on ne peut pas être compétitifs sur tout donc on a des retours de coopérateurs qui nous disent que les prix sont vraiment intéressants et puis on a des retours de coopérateurs qui nous disent : ça reste trop cher pour moi » (Entretien avec Anne Wilmot).*

Anne Wilmot souligne le développement d'autres magasins qui différencient leur offre par la qualité des produits, en précisant que Vervîcoop ne les considère pas comme des concurrents :

*« Pour nous on ne l'a jamais vraiment pris comme une concurrence. En fait le calendrier a fait que sur les mêmes deux semaines en décembre 2018, nous on a ouvert, Bio-Planet à Verviers a ouvert, et l'Orchestre à Pots donc une épicerie Zéro Déchet a ouvert à Verviers, vraiment sur deux semaines. Maintenant comme **les concepts sont différents** et qu'il y a quand même pas mal de demande, ben on ne prend pas ça comme une concurrence parce que chacun a sa place » (Entretien avec Anne Wilmot).*

#### 4.4.3. Les modalités de participation

**Facteurs d'influence** : Vervîcoop est une coopérative récente mais de grande taille, elle a rapidement rassemblé beaucoup de citoyens.

#### - Les parties prenantes

Chez Vervîcoop, les consommateurs cumulent les rôles de coopérateurs et bénévoles. Ce système d' enrôlement est un moyen d'impliquer les consommateurs dans le fonctionnement et les décisions de la coopérative. Le fait d'être bénévole donne accès à des informations, des apprentissages, et renforce la capacité des consommateurs à faire des choix responsables.

En ce qui concerne les producteurs, il leur est possible mais pas obligatoire de prendre des parts dans la coopérative. Ce dispositif d' enrôlement est insuffisant pour les impliquer dans les instances de décision, par conséquent les intérêts de cette partie prenante risquent d'être moins pris en compte au cours des activités de régulation. C'est une limite que Vervîcoop a identifiée et qu'elle veut résoudre :

*« On avait prévu dans nos statuts pour les producteurs de prendre des parts et on a laissé une place dans le CA pour les producteurs, c'est quelque chose qu'on n'a pas vraiment encore (...) mis en place, mais c'est vraiment dans nos souhaits quand on a créé la coopérative, on entendait quand même des échos d'autres...enfin des producteurs qui parlaient d'autres supermarchés coopératifs et qui parlaient d'autres coopératives de consommateurs en disant que ben...voilà il y avait toujours la même dérive au final, quand on réunit des*

consommateurs, on peut vouloir quand même faire baisser les prix et avoir quand même finalement une **pression qui revient sur les prix** (...) c'est pour ça que quand on a créé Vervicoop et nos statuts, on a laissé une place pour les producteurs et une place dans le conseil d'administration pour un producteur (...) on sait aussi que les producteurs sont déjà bien occupés et ont pas mal de choses à faire mais voilà c'est un **souhait d'être pas uniquement une coopérative de consommateurs**, mais d'être plutôt une coopérative qui réfléchit un petit peu à l'ensemble des choses. Notamment par rapport à la question des prix » (Entretien avec Anne Wilmot).

Précisons que le conseil d'administration est composé de 5 à 10 membres, et qu'il est prévu qu'il soit composé exclusivement de coopérateurs-consommateurs à l'exception d'un coopérateur-producteur élu par ses semblables (Vervicoop, 2018).

- Les instances de gouvernance

Vervicoop est une coopérative qui, même si elle est récente, a rapidement mobilisé beaucoup de citoyens et elle a dû trouver le moyen de les faire participer à la création et la mise en œuvre de son projet. La coopérative a alors décidé de fonctionner par groupes de travail, ce qui s'apparente à une structure de gouvernance élargie :

« Il y a une centaine de personnes qui avait envie de se mettre au travail et donc on a créé différents groupes de travail sur la recherche de lieux, sur la recherche de produits, sur l'informatique, sur la communication, etc. » (Entretien avec Anne Wilmot).

La figure 6 suivante schématise la structure de gouvernance élargie de Vervicoop, composée des différents groupes de travail et des coordinateurs qui font le lien entre les groupes et le CA. Les groupes de travail n'ont pas simplement un rôle d'avis, ils sont chargés de prendre des décisions opérationnelles.

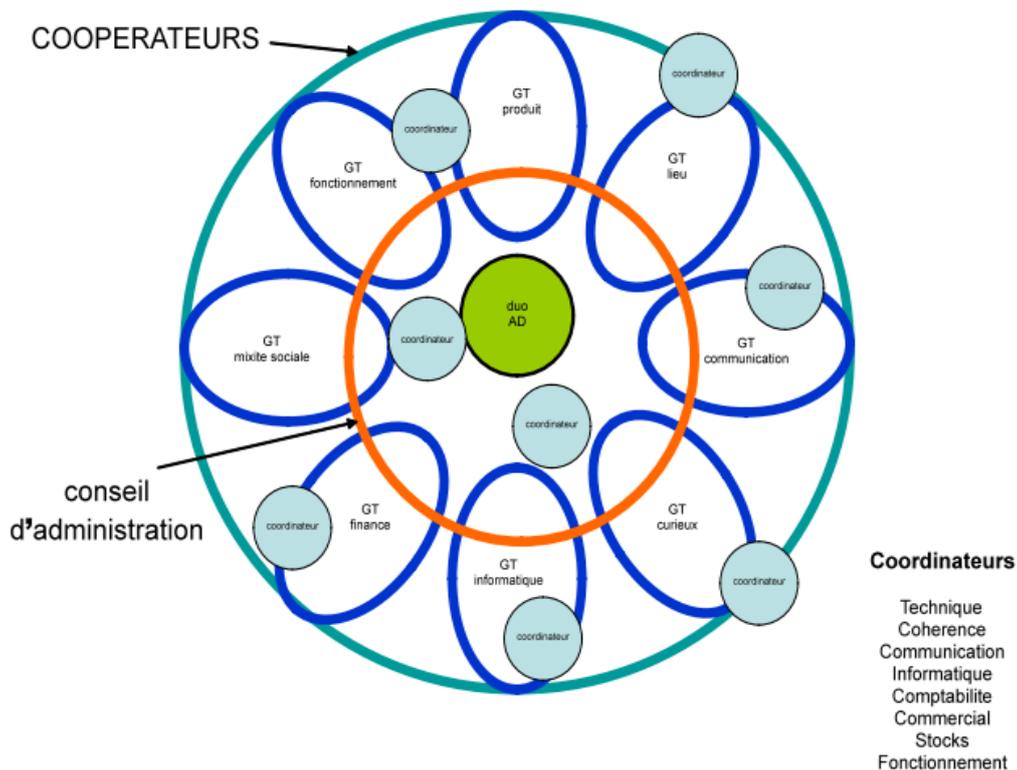


Figure 6 : Schéma de fonctionnement de Vervicoop

(Source : [https://vervicoop.be/wp-content/uploads/2018/06/schema\\_fonctionnement\\_vervicoop.pdf](https://vervicoop.be/wp-content/uploads/2018/06/schema_fonctionnement_vervicoop.pdf))

- Les formes d'empowerment

Vervîcoop est très transparente dans son fonctionnement, on retrouve beaucoup d'informations sur son site internet : ses statuts, son règlement d'ordre intérieur, sa charte produits, son plan financier, et son schéma de fonctionnement. D'autre part, Vervîcoop organise 2 à 3 fois par mois des activités d'information et de sensibilisation autour de son projet mais aussi de thématiques comme le zéro déchet et les pratiques « *do it yourself* ».

Une autre de ses particularités est son utilisation de techniques d'intelligence collective et de méthodes d'organisation sociocratiques : ces techniques aident à améliorer la qualité de la démocratie et de la participation (Servigne, 2011). Il s'agit par exemple du processus d'élection sans candidat et par consentement. De plus, comme nous l'a expliqué Anne Wilmot, Vervîcoop organise des moments de réflexion collective :

*« On a fait plusieurs fois des forums, des discussions en assemblée générale on essaie de faire des assemblées (...) où les coopérateurs peuvent vraiment se mettre en réflexion et se mettre...c'est pas uniquement une présentation de ce qu'on a fait, donc on demande vraiment aux coopérateurs de se mettre en action et donc généralement on fait des petits groupes de travail etc. On a fait donc la dernière fois on avait vraiment fait toute une soirée de forum sur justement le choix des produits parce que c'est quelque chose qui revient souvent et qui est compliqué, c'est des coopérateurs qui, quand on a introduit, je sais pas moi, quand on a mis des avocats en magasin, ils ont dit "mais on avait dit qu'on ne prenait que du local" et puis quand on met des choses qui sont emballées "on avait dit qu'on ne prenait..." Et c'est vrai qu'on a une charte de produits, dans laquelle il y a différents critères...Maintenant **c'est impossible de respecter tous les critères**, si un produit doit être local, bio, zéro déchet, éthique, au bon prix etc., ben alors on n'a que les légumes de saison et on n'a plus grand chose. Donc on avait fait alors toute une soirée avec des débats mouvants où on demandait aux gens de se positionner, s'ils devaient choisir entre heu...un exemple, entre des cerneaux de noix belges bio à 15€ le kg et des cerneaux de noix bio moldaves à 8€ du kilo lesquels ils prendraient, et on avait pris plusieurs exemples comme ça, et on s'est très vite rendus compte, **nous on le savait déjà mais le but c'était que tout le monde se rende compte** que...en faisant ça on avait chaque fois les coopérateurs qui étaient très partagés donc on pouvait partager le pourquoi de ce choix-là et on se rendait compte que **les critères de sélection ne sont pas les mêmes chez les uns ou chez les autres** » (Entretien avec Anne Wilmot).*

Ce débat entre les coopérateurs n'avait pas pour but d'aboutir à une décision. La coopérative avait déjà élaboré une charte qui représentait l'idéal du collectif en matière de choix des produits, mais il était impossible de respecter tous les critères de la charte pour chaque produit. Il fallait arbitrer, ce qui était le rôle d'un groupe de travail et du CA. Le fait qu'il y ait des marges de manœuvre dans le projet, qui demeure un « repère flou » (Le Velly, 2019), a donné lieu à des conflits, des désaccords, car les choix qui étaient faits ne correspondaient pas aux idéaux de chacun.

Le rôle du débat a été de faire sortir les coopérateurs de leur point de vue individuel, de leur faire comprendre que des arbitrages étaient nécessaires et qu'il pouvait y avoir des avis différents en fonction de la situation de chacun, du niveau d'engagement, des convictions, des valeurs, etc. Le débat a donc favorisé l'adhésion par consentement aux régulations mises en place.

La façon dont Vervîcoop a décidé de fonctionner pour traduire son idéal en matière de choix des produits témoigne de sa gestion décentralisée :

*« On fait confiance à un groupe qui est constitué de plusieurs personnes, enfin voilà on leur fait confiance au niveau du choix des produits, et heu...tout en sachant que ça passe toujours quand même par certaines validations. On leur fait confiance pour agrandir la gamme, maintenant si demain ils veulent rajouter quelque chose qui est vraiment tout à fait différent alors ça doit repasser par le conseil d'administration » (Entretien avec Anne Wilmot).*

#### 4.4.4. Conclusion

Chez Vervicoop, il est intéressant d'analyser la façon dont les régulations interagissent. La coopérative combine des régulations conventionnelles (lorsqu'elle traite avec des acteurs conventionnels) et des régulations alternatives (lorsqu'elle achète aux producteurs locaux). D'autre part, certaines de ses régulations sont liées. Par exemple, le prélèvement d'une marge faible dépend du travail bénévole des consommateurs. Ces deux régulations peuvent être considérées comme alternatives puisqu'elles visent à concrétiser plusieurs aspects du projet, comme le fait de vendre à des prix accessibles. Pourtant, elles se combinent bien avec la logique conventionnelle qui consiste à proposer des prix bas pour être concurrentiel.

Enfin, certaines régulations alternatives ne mettent qu'une partie du projet en action, et entrent en tension avec d'autres aspects du projet. Par exemple, accepter les prix des producteurs locaux sans les négocier à la baisse peut être contraire à l'objectif d'accessibilité, et conditionner la consommation à l'achat de parts de la coopérative peut être opposé à l'objectif de mixité sociale.

Cependant, Vervicoop fait preuve de créativité pour résoudre ces tensions en faisant évoluer les régulations ou en créant de nouvelles, afin de concrétiser l'ensemble des aspects de son projet. Cette créativité est probablement favorisée par son fonctionnement par groupes de travail et son recours aux principes d'intelligence collective.

Quoi qu'il en soit, Vervicoop se distingue par l'important degré de participation de ses consommateurs, favorisé par un engouement massif pour le projet dès ses débuts, et une régulation qui les conduit à devenir coopérateurs et bénévoles. En revanche, il y a une faible participation des producteurs au sein de la coopérative. C'est une limite que Vervicoop a identifiée et à laquelle elle veut remédier. Mais réserver un seul siège au CA est-il suffisant ? Si Vervicoop souhaite impliquer cette partie prenante dans ses activités de régulation, il lui faudra repenser le dispositif d'enrôlement des producteurs et les modalités de participation qui les concernent.

## 4.5. Le concept de prix juste vu par les acteurs des coopératives

L'objectif de définir des prix « justes » revient dans les projets de toutes les coopératives. Mais qu'est-ce que cela implique concrètement ? Le concept de « prix juste » reste flou et donne lieu à des marges de manœuvre dans sa mise en pratique. Pourtant, quelques représentations communes ressortent.

### 4.5.1. Le prix juste et la juste rémunération

L'un des aspects du prix juste qui semble faire l'unanimité chez les parties prenantes des coopératives, c'est l'idée de rémunérer correctement les producteurs :

*« On est pour la juste rémunération, plus que pour le juste prix on est pour la juste rémunération des producteurs, et on est pour dépasser le modèle du libre marché où les producteurs font la guerre aux consommateurs et vice-versa (...) c'est plus en alliant les deux. »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

Un prix juste permettrait aux producteurs de couvrir leurs coûts de production, ce qui inclut un salaire correct pour leurs heures de travail.

*« Le prix juste, c'est un peu ce que je vous expliquais tout à l'heure, il y a le calcul de rentabilité nous qu'on fait chaque année, donc c'est une fois qu'on a pu payer tous nos fournisseurs, qu'on a pu heu... voilà on a les amortissements pour le matériel, etc., une fois qu'on a fini tout ça nous c'est d'abord **d'avoir un revenu correct pour les heures qu'on a prestées durant la saison**, et pouvoir payer aussi correctement les gens qui viennent travailler, les saisonniers qui viennent travailler chez nous durant une saison »* (Entretien avec Quentin Goffinet).

Un prix juste permettrait donc une juste rémunération. Mais là encore, le concept reste flou : qu'est-ce qu'une juste rémunération ?

*« Il n'y a pas un maraîcher qui vient, ou un petit producteur qui dit "je vais vendre le triple parce que demain je vais m'acheter une Porsche", non. Les gens ils veulent **un revenu décent**, il y a malheureusement beaucoup de petits maraîchers qui ont arrêté, parce qu'ils n'arrivaient pas à se dégager 1000€ le mois quoi. (...) Pour une heure prestée, il y a des gens qui estiment que leur travail vaut 10€, il y a des gens qui disent 15, il y a des gens qui disent 20, **c'est assez personnel** mais alors bon... malheureusement en agriculture on n'est pas toujours très très bien payés. De mémoire la dernière étude en... il y a 3 ans d'ici sur le lait par exemple, par heure de travail prestée, on gagnait 7€. C'était pas immense [rire]. Pour être honnête. Maintenant **c'est parce que c'est énormément d'heures que... on arrive à avoir un revenu** mais c'est pas non plus des grosses sommes »* (Entretien avec Quentin Goffinet).

*« Pour moi un prix juste ce serait un prix dans lequel le producteur ou l'artisan n'est pas (...) lésé par rapport au travail qu'il fournit, et est correctement payé pour pouvoir en vivre »* (Entretien avec Caroline Charlier).

*« Un prix juste c'est un prix qui rémunère le producteur, mais (...) notre but c'est pas que tous nos maraîchers puissent acheter une Mercedes tous les 2 ans quoi, on fait confiance au producteur pour que lui aussi ait **une vue équilibrée** de ce qu'il entend par "juste rémunération de son travail", (...) pour moi **il n'y a pas de prix justes quoi il y a des prix qui sont en cohérence avec des valeurs** »* (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

Un prix rémunérateur serait donc un prix réfléchi par le producteur, fondé sur un calcul des coûts, une évaluation des besoins. Ce serait un prix qui lui apporterait un revenu décent, témoignant de la reconnaissance de la société envers son travail et qui lui permettrait de vivre - sans tomber dans

l'excès. Plusieurs acteurs interviewés associent l'idée d'une rémunération excessive à l'achat d'une voiture de luxe, cela montre aussi l'ancrage culturel du concept de juste rémunération. Comme Jean-Pierre Favarin le souligne, il y a une part de subjectivité dans le concept de juste rémunération, qui diffère selon le point de vue et les valeurs de chaque personne.

#### 4.5.2. Un prix juste est un prix justifié

##### - Le prix et la qualité

La formation d'un prix juste suppose la prise en compte de différents critères à partir desquels la qualité des biens est évaluée (Chiffolleau & Prevost, 2012). Ces critères peuvent varier en fonction des acteurs et se rapporter aux caractéristiques des produits (ex : le goût, les nutriments, la texture, l'apparence, etc.), aux modes de production (ex : usage de pesticides, d'OGM, agriculture biologique, etc.) ou encore aux modes de commercialisation (ex : label équitable).

Un prix juste est donc un prix justifié, qui reflète la qualité du produit. Le prix juste doit donc être associé à une qualification des produits, qui peut s'effectuer de différentes manières. Outre la labellisation, la qualification peut passer par la rencontre directe avec le producteur, dans le cas des circuits courts :

*« Ici on travaille avec la nature, encore plus en bio qu'en conventionnel donc n'ayant pas de technique pesticide etc. (...) Donc il y a des années voilà, il y a un petit peu des petits trous de vers dans les pommes de terre, voilà **il y a des gens qui rouspètent, il faut bien leur expliquer que c'est comme ça, qu'on ne sait pas faire autrement et que c'est ça ou bien sinon on gave nos pommes de terre de pesticides et là...ça c'est là philosophie bio il y a des gens qui viennent pour ça et des gens qui viennent parce que c'est local** » (Entretien avec Quentin Goffinet).*

Mais la rencontre directe entre consommateurs et producteurs n'est pas toujours possible. Parfois, ce sont les bénévoles ou le personnel qui gère le magasin qui se chargent de donner les explications relatives à la qualité des produits. Ils se positionnent alors en porte-paroles des producteurs. D'autre part, les produits alimentaires sont des biens d'expérience, leur qualité peut être vérifiée après achat (Chiffolleau & Laporte, 2004) :

*« Ici c'est des petites boules de céleri. Vraiment, elles sont petites comparativement à celles qu'on voit en grande surface. Vous prenez une de grande surface, vous la coupez en deux, c'est du vide à l'intérieur, c'est...vous prenez une petite du potager où ils vont chercher leurs trucs, c'est nickel quoi. On a autant avec une petite boule qu'avec un grosse ou la moitié » (Entretien avec Collette Bathau, consommatrice de Vervicoop).*

La construction collective et individuelle des critères de qualité des produits passe par une **reconnexion** aux moyens de production, favorisée par la **transparence** tout au long de la filière.

*« Je pense que finalement on est quand même fort **déconnectés de ce que c'est un prix juste** et quand on achète un kilo de pommes à 1€, de se rendre compte de...ben qu'est-ce qui arrive vraiment dans la poche de celui qui a cueilli les pommes c'est...fin voilà on est un petit peu déconnectés à force de voir les prix qui diminuent qui diminuent, ou de voir des promotions en grand affichées "1 poulet pour 6€" ben c'est de se dire, mais qu'est-ce qu'il a pu manger ce poulet ? Et qu'est-ce que le gars qui l'a élevé peut mettre dans sa poche quoi ? » (Entretien avec Anne Wilmot).*

La reconnexion aux réalités de l'agriculture demande un travail d'information et d'éducation qui peut aussi passer par la **rencontre** entre producteurs et consommateurs :

*« Quand tu vas dans une grande surface, tu vas acheter ton produit, et à la limite t'achètes une barquette, t'achètes un produit qui est emballé, tu ne vois pas du tout d'où ça vient etc. Ici franchement on peut mettre un visage derrière...je sais que telle ferme c'est untel, je sais que tel morceau de viande qu'on va prendre ça vient de tel boucher ou tel producteur de viande...(...) Une anecdote, à une fête on était avec nos enfants et on rencontre Luc Lefevre qui est un producteur de porcs de la coopérative, et on le présente à nos enfants (...) et les enfants étaient subjugués de voir "c'est Luc, il élève les cochons et nous après on mange la viande !" et ils lui ont posé plein de questions, fin c'était...voilà c'est un lien que je n'avais pas avant lorsque j'allais chercher mon morceau de viande chez Colruyt, emballé dans une barquette » (Entretien avec Caroline Charlier).*

De plus, cette proximité relationnelle permet de développer une logique de réciprocité, dans laquelle le prix n'est plus uniquement lié au bien acheté mais aussi au contexte social. Les relations marchandes deviennent alors des relations sociales de solidarité (Garbarczyk & Vanwelde, 2018). L'encastrement relationnel des échanges marchands influence la perception du prix et son acceptabilité.

#### - Le prix et les externalités

D'autre part, pour les acteurs des circuits courts, la qualité comprend aussi les conditions de production et leur impact sur l'environnement, la santé, etc. Les prix des produits peuvent donc être justifiés en fonction des externalités générées au cours de leur production. Sensibiliser aux enjeux sociaux et environnementaux liés à l'agriculture durable participe donc à la qualification : *« La sensibilisation ça permet aussi de "justifier" mieux le prix, si on veut »* (Entretien avec Marc de Tender). En prenant en compte les externalités positives de l'agriculture durable, les coopératives constituent une alternative à la logique de marché, et soutiennent une agriculture durable, bénéfique pour la société, que le marché condamnerait en raison de ses failles (Chiffolleau & Prevost, 2012).

*« C'est vrai que nous on a une alimentation qui est plus chère, mais elle garde en meilleure santé, donc c'est un **coût caché** qu'il n'y a pas....elle est moins dépendante des subsides donc c'est un coût caché qu'il n'y a pas, et elle n'enrichit pas des actionnaires, c'est un coût caché qu'il n'y a pas. **Notre proposition de prix juste, elle comprend aussi ça.** Même si tout le monde ne s'en rend pas compte. Et que c'est quelque chose qu'on aimerait bien mettre en avant et plus présenter, mais je pense qu'il y a aussi...la question du prix juste c'est qu'on sait ce qu'on paie. (...) Je ne suis pas certain que la course au prix le plus bas soit le meilleur moyen de travailler. Parce que les subsides, ça devient des coûts et des rémunérations cachés. Et donc, pour les petits maraîchers par exemple, ils ont droit à assez peu de subsides. Par contre, les gros producteurs de lait, les subsides c'est ce qui va payer réellement leur salaire. Donc, voilà, est-ce que les gens préfèrent payer leur alimentation un peu plus chère ou payer plus d'impôts et que ça rentre dans une machine étatique qui va utiliser des ressources pour gérer ces ressources. Alors, je ne suis pas contre l'Etat, loin de là, mais moi je pense que la relation directe, c'est encore ce qu'il y a de mieux. Et il y a un risque avec les subsides, c'est qu'il y a une personne qui tient la vanne. »* (Entretien avec Marc de Tender).

Les subsides donnent l'illusion que les prix sont bas et ceux-ci ne représentent plus du tout le travail qu'il y a derrière les produits, ce qui contribue à la déconnexion des consommateurs avec les réalités de la production :

*« L'idéal ce serait qu'on puisse fixer des prix qui **représentent vraiment ce qu'on achète en termes de travail, de qualité, de matières premières, et pas des prix camouflés par des***

*subsidés qui viennent par derrière et qui permettent aux producteurs, ou à la grande distribution de fixer des prix bas, et qui ne sont pas représentatifs en fait de ce qu'on a vraiment dans notre assiette.(...) Je pense que c'est un gros problème de notre société de manière générale, pas uniquement au niveau de ce qu'on mange mais aussi par exemple au niveau des vêtements, des...voilà on brade tout le temps les prix, on fait croire que c'est toujours le moins cher...c'est un peu le leitmotiv quoi c'est d'avoir chaque fois le moins cher, le moins cher, mais derrière il y a quand même un savoir-faire, il y a des matières premières, il y a des gens qui travaillent » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Néanmoins, il y a des divergences d'opinion au sujet du rôle potentiel des subsides dans la définition des prix justes. D'une part les subsides peuvent constituer des coûts et des rémunérations cachées, générer de l'opacité, déconnecter des réalités et fausser les prix. D'autre part, les subsides pourraient aider les producteurs à gagner un salaire décent, et les taxes pourraient pénaliser les exploitations polluantes :

*« C'est une question qui est quand même compliquée, c'est de pouvoir offrir un salaire décent aux personnes qui nous nourrissent, c'est une question qui est compliquée alors après est-ce que ça doit être quelque chose qui doit être subsidiée ? Est-ce qu'on doit considérer ça comme quelque chose de public ? Et que les instances devraient subsidier pour permettre aux producteurs d'avoir des salaires décents ? (...) Ça c'est vraiment mon avis personnel. Oui, je pense que ça devrait faire partie en tout cas du...des choses publiques, soit aider les producteurs, soit pénaliser les fournisseurs qui ne respectent pas, qui polluent » (Entretien avec Anne Wilmot).*

Les subsides et les taxes sont les outils qu'utilisent les pouvoirs publics pour réguler les marchés, pour résoudre leurs failles. Idéalement, avec les subsides et les taxes, les prix des produits issus de l'agriculture durable devraient être réduits au vu des externalités positives générées, et les prix des produits issus de l'agriculture conventionnelle devraient être augmentés, afin de remédier aux externalités négatives générées. Seulement, les subsides et les taxes sont aussi des outils politiques, utilisés pour faire évoluer la société dans le sens voulu par les personnes au pouvoir. Intégrer les externalités positives au prix des produits remet donc le pouvoir aux mains des consommateurs, mais implique qu'ils prennent à leur charge la rémunération de ces externalités. Finalement, les différents avis concernant le rôle des taxes et des subsides dépendent des rapports qu'entretiennent les acteurs vis-à-vis de l'économie de marché, qui est remise en question de façon plus ou moins radicale.

Pour résumer, la manière dont la qualité influencera le prix dépend des solutions mises en œuvre pour lever l'incertitude sur la qualité des produits (Chiffolleau & Laporte, 2004).

### 4.5.3. Le critère d'accessibilité

Outre le fait d'être rémunérateur et justifié en regard de la qualité multidimensionnelle du produit, le prix juste est souvent associé au critère d'accessibilité pour le consommateur, mais ce critère fait débat. D'un côté, il fait émerger la problématique du manque de mixité sociale dans les initiatives liées à l'alimentation durable et met en lumière l'enjeu du droit à une alimentation de qualité. D'un autre côté, ce critère est à relativiser avec une tendance dans les modes de consommation : la part du budget dédiée à l'alimentation diminue au fil du temps. Différents éléments de ce débat sont ressortis au cours des entretiens avec les acteurs des coopératives.

De manière générale, les coopératives attirent des consommateurs qui sont prêts à payer plus cher pour des produits de qualité et pour un mode de commercialisation qui a du sens pour eux. Ils se basent sur le critère du rapport qualité-prix plutôt que sur le prix seul pour faire leurs achats. Cependant, faire le choix de payer plus cher pour une alimentation de qualité est un luxe que tout le monde ne peut pas se permettre, ce qui pose la question de la mixité sociale au sein des coopératives :

*« J'ai le sentiment que quand j'achète mes produits je les achète à un prix juste, qui permet de rémunérer le producteur correctement, **et on est d'accord de mettre une grosse partie de notre budget là-dedans**. Tu vois ? Maintenant il y a des personnes qui n'ont pas cette opportunité-là ; qui ne font pas ce choix-là non plus parce qu'elles **n'ont peut-être pas juste la possibilité de faire ce choix**, parce que voilà, la vie...on a beaucoup de choses à côté du budget alimentation (...) si je regarde un peu les clients de Godinne, (...) on est plutôt "aisés" quoi, entre guillemets. (...) et je pense que c'est un point qui tient à cœur à la coopérative d'être plus accessible, et justement permettre une certaine mixité sociale, et c'est pas toujours le cas... »* (Entretien avec Caroline Charlier).

*« Nous on a assez peu de plaintes sur le prix. Les gens connaissent le principe du magasin, et donc voilà, ils sont **prêts à mettre le prix**. Maintenant, il y a une réalité, c'est que ça mériterait de se poser la question de la **diversité sociale** qu'on a dans le magasin. Mais ça c'est un peu partout. »* (Entretien avec Marc de Tender).

*« Tout le monde n'a pas le même panier à pouvoir investir chaque mois...les mêmes finances à pouvoir investir chaque mois pour remplir son panier »* (Entretien avec Anne Wilmot).

Les coopératives sont nées de la volonté de la classe ouvrière d'améliorer ses conditions de vie, mais aujourd'hui la situation a changé et les coopératives sont surtout le fait de classes plus bourgeoises (Dohet, 2018). Cela soulève la question du droit à une alimentation de qualité :

*« La question du prix au niveau des consommateurs, il faudra se poser la question de **la diversité sociale** mais ce n'est pas que notre rôle à nous, et alors ça c'est un rôle plus global des coopératives, c'est de se poser la question de la **justice sociale devant l'alimentation**. (...) Et donc là on est aussi sur des indicateurs plus macro, qui ne sont pas dans notre maîtrise, et j'espère qu'un jour tout le monde pourra se nourrir d'une manière correcte, mais ça passera aussi par une **revalorisation du budget alimentation des ménages** qui a dégringolé en un demi-siècle »* (Entretien avec Marc de Tender).

En effet, l'enjeu de l'accès à l'alimentation durable est à mettre en balance avec une tendance liée aux modes de consommation : la part du budget des ménages consacrée à l'alimentation a diminué drastiquement depuis les années 60 : elle est passée de **29%** en 1960 à **17%** en 2017 (Institut pour l'Education Financière du Public, 2019).

« On n'a plus la mesure de ce que coûtent réellement les choses. Et la part que les gens sont prêts à mettre pour leur aspect nourriture dans leur budget, s'amenuise au fur et à mesure des années qui passent » (Entretien avec Caroline Charlier).

« Il y a des gens qui maintenant aussi **qui accordent une grande partie de leurs revenus à l'alimentation** (...) on ne sait pas forcer les gens à acheter chez nous de bons produits si ils veulent consacrer un minimum de leur budget » (Entretien avec Quentin Goffinet).

De plus, ce manque d'accessibilité n'est parfois qu'un **a priori** :

« Si tu prends les produits par exemple les légumes, en saison, on est à prix équivalents voire parfois moins chers que la grande distribution ou que dans des magasins type "BiOk", enfin des magasins bio...Donc je crois qu'il y a deux choses, il y a des a priori négatifs, et il y a le fait qu'on ne veuille pas consacrer une partie de son budget forcément plus importante à l'alimentation, alors que voilà, si on veut quand même avoir des produits de qualité dans son assiette, il faut aussi reconnaître le travail qu'il y a derrière » (Entretien avec Caroline Charlier).

« Moi J'accepte de payer...on me dit des fois, je discutais avec une connaissance qui est tout à fait opposée à ça, qui achète...et puis qui me dit "oui mais t'as les moyens", et ben je lui dis "comparons notre ticket de caisse", et elle était scotchée parce qu'elle elle achète...enfin plein de trucs transformés » (Entretien avec Collette Bathau).

Le **frein financier** n'est donc pas le seul à considérer, il peut y avoir des **freins dus au manque de savoirs ou de savoir-faire**. Cela peut revenir moins cher d'acheter des légumes locaux de saison et de les cuisiner plutôt que d'acheter des plats préparés dans la grande distribution par exemple, mais cela suppose de savoir les cuisiner et les valoriser :

« Moi je pars du principe que c'est pas parce qu'on produit bio et local qu'on doit vendre cher. (...) Il y a moyen de se nourrir quand même plus ou moins intelligemment et revenir à des repas à maximum 2 euros ou 3 euros maximum par jour, en tout. Maintenant, il y a le problème aussi qu'il faut apprendre à certaines personnes à cuisiner, il y a des gens qui ne savent plus valoriser complètement ce qu'ils achètent, (...) il y a encore moyen de manger pas trop cher normalement, en achetant en direct et c'est faux de dire que parce que c'est une petite coopérative que c'est juste pour les bobos qui gagnent bien leur vie » (Entretien avec Quentin Goffinet).

Par ailleurs, il peut y avoir des **freins culturels, ou liés aux habitudes** :

« Maintenant on est sur une problématique qui est de dire donc on sait qu'on ne se bat pas sur le prix le plus bas, parce qu'on pense que si on veut une production de qualité, produite par les petits producteurs, ce sera plus cher qu'une production industrielle, mais en même temps se pose la question de **servir l'ensemble de la population et pas uniquement des milieux plus aisés**. Et donc là maintenant on est en train de réfléchir à implanter des magasins dans des quartiers populaires, des logements sociaux...et donc la question du prix va se poser. (...) La problématique de pouvoir servir des milieux plus populaires est une...vraiment en gestation....mais maintenant **c'est pas uniquement une question de prix...c'est aussi une question anthropologique ou culturelle**...en milieu populaire parfois on va aller acheter des choses à un prix élevé dans un petit magasin turc du quartier ou un magasin...voilà, mais là où ils vont aussi se retrouver culturellement. Et donc c'est autant une question culturelle qu'une question financière. Mais il ne faut pas balayer quand même la question » (Entretien avec Benoît Dave).

Pour les coopératives, l'existence des multiples freins socio-culturels n'exclut pas la nécessité de mener une réelle réflexion sur l'accessibilité financière, mais cette réflexion aurait intérêt à englober les autres aspects de l'accessibilité à l'alimentation durable.

Finalement, les pratiques alimentaires ont une dimension sociale : elles dépendent du lieu de vie, du revenu, de l'éducation, du milieu, de la classe sociale, des habitudes, de la culture de chaque personne, etc. (Griser et al., 2020). L'alimentation s'inscrit dans un ordre social. C'est pourquoi les critères associés au concept de « prix juste » varient en fonction de facteurs socio-culturels et évoluent au fil des apprentissages, des débats et des réflexions qui sont menées. Par conséquent, un prix ne peut pas être intrinsèquement juste, le prix juste est un construit socio-culturel. Même si des représentations communes du prix juste peuvent exister – par exemple au sein de collectifs comme les coopératives – chacun perçoit le prix juste différemment, en fonction de ses propres valeurs, de ses connaissances, et de sa situation personnelle, etc. Comme le disait Jean-Pierre Favarin : « *Il n'y a pas de prix justes quoi, il y a des prix qui sont en cohérence avec des valeurs* » (Entretien avec Jean-Pierre Favarin).

Dès lors, plutôt que de s'intéresser aux caractéristiques du prix juste, il est plus pertinent de réfléchir aux processus qui permettent la définition de prix considérés comme justes par les différentes parties prenantes.

## 5. Analyse et interprétation

L'objectif de cette recherche est de comprendre quels sont les processus de définition des prix justes dans les coopératives de circuits courts et comment ils traduisent les projets collectifs en matière de système alimentaire. Pour y parvenir, nous avons identifié la promesse de différence intrinsèque aux projets des coopératives, avant d'analyser les régulations qui mettent en action le principe du prix juste. Nous avons ensuite présenté les modalités de participation spécifiques à chaque coopérative, afin d'examiner leur rôle dans les processus de définition des prix justes. L'analyse qui suit vise à montrer la manière dont ces éléments se combinent pour mettre en action l'idéal du prix juste.

### 5.1. Les régulations qui encadrent la définition des prix

La théorie de la régulation sociale nous amène au constat que, dans les coopératives, les prix sont établis au croisement d'activités de régulations dont certaines peuvent être qualifiées d'alternatives et d'autres de conventionnelles. Les régulations alternatives sont spécifiquement opérées pour générer de la différence et mettre le projet de la coopérative en action, tandis que les régulations conventionnelles sont préexistantes, associées aux logiques de concurrence et de profit qui caractérisent l'économie de marché (Bréchet, 2013).

#### 5.1.1. L'accord sur le prix d'achat au producteur

Paysans-Artisans et Unis Verts Paysans, se concertent régulièrement avec leurs maraîchers pour définir les plans de culture et les prix, afin que ceux-ci soient harmonisés et d'éviter la concurrence entre les producteurs. La définition des plans de culture et des prix sont donc deux régulations particulièrement liées dans le cas des maraîchers. Chez P-A et UVP, ce sont des régulations conjointes puisqu'elles sont issues d'une concertation entre la coopérative et les maraîchers. Ce sont aussi des régulations alternatives, qui mettent le projet des coopératives en action : elles réduisent la pression sur les prix et assurent des prix rémunérateurs aux maraîchers. Ce système de concertation met en place des relations moins asymétriques, moins hiérarchiques que dans le système conventionnel : les producteurs sont moins soumis à la domination des intermédiaires, ils ont leur mot à dire. De plus, la concertation renforce le pouvoir des maraîchers d'agir avec les autres, il les place dans une logique de coopération plutôt que de concurrence. Il leur donne également l'opportunité de profiter d'une marge de manœuvre propre à la filière du maraîchage, qui permet de réduire la pression liée à la concurrence : la variabilité des plans de culture. Mais cet empowerment peut s'accompagner d'un phénomène de disempowerment selon les rapports de force qui prennent place au cours du processus de concertation. De plus, les maraîchers deviennent dépendants d'une décision collective pour définir leurs prix et élaborer leurs plans de culture. Enfin, ce processus de concertation n'est pas mis en place dans toutes les coopératives, ni même pour toutes les filières. Il est spécifique à certaines coopératives qui le mettent en œuvre dans la filière du maraîchage, où les prix sont plus variables.

En ce qui concerne les autres filières, les coopératives acceptent les prix proposés par les producteurs qu'elles souhaitent soutenir, ce qui constitue également une régulation alternative puisque cela concrétise leur projet de soutien à l'agriculture durable. Néanmoins, cette régulation comporte une certaine asymétrie de pouvoir : les producteurs ont plus de pouvoir que les consommateurs pour définir les prix. Cette asymétrie est contrebalancée par le fait que les producteurs ont tout intérêt à ce

que leurs prix restent abordables, voire concurrentiels. Cette régulation est donc liée de façon diffuse à une régulation conventionnelle : la logique concurrentielle.

Enfin, les coopératives auront tendance à appliquer des régulations plus conventionnelles, comme la négociation des prix, avec les producteurs et fournisseurs qui sortent de leur projet mais avec qui elles traitent par défaut.

### 5.1.2. Le calcul de la marge

La seconde régulation majeure est le calcul de la marge que la coopérative décide de prendre sur la vente des produits. Cette régulation prend en compte plusieurs facteurs : les principes liés au projet, les besoins de la coopérative pour fonctionner, la tradition, la cohérence<sup>8</sup>, les prix pratiqués par les concurrents, l'avis et les pratiques des consommateurs. Régulation plutôt que règle, le taux de marge peut évoluer : les prix sont réévalués chaque année, particulièrement dans les coopératives les plus récentes qui n'ont pas encore trouvé leur vitesse de croisière et qui doivent faire quelques ajustements.

#### - Les principes liés au projet

La fixation du taux de marge influence directement le prix de vente final et donc le critère d'**accessibilité aux consommateurs**. Pour mettre ce critère en application, les coopératives cherchent à réduire leur marge, ce qui constitue une régulation alternative car ce faisant, elles suivent une logique de projet, plutôt qu'une logique de profit. D'autre part, réduire la marge et le prix final des produits se combine bien avec l'objectif conventionnel de **rester concurrentiel**. Ces différentes logiques se rencontrent et se combinent dans une même régulation : la fixation d'un faible taux de marge.

En communiquant la marge qu'elles prennent sur la vente des produits, les coopératives permettent aux consommateurs de savoir quelle part du prix des produits revient au producteur. Cette transparence autour du mode de commercialisation participe à justifier les prix.

#### - Les besoins de la coopérative pour fonctionner

Même si son but premier n'est pas le profit, la coopérative a besoin d'être assez rentable pour pouvoir financer son activité et couvrir ses frais, voire pour développer son activité.

Le fait de réduire la marge prise sur les produits n'est possible qu'à condition de **réduire ses frais de fonctionnement**. Cela peut se faire, par exemple, grâce à une gestion efficiente, au recours au travail bénévole, au recours au personnel en insertion socio-professionnelle, ou en augmentant les quantités vendues pour faire des économies d'échelles.

Parmi ces éléments, nous nous sommes intéressés au **travail bénévole**, parfois essentiel au bon fonctionnement des coopératives. Dans le cas de Vervicoop, le magasin repose en grande partie sur le travail bénévole : chaque coopérateur-consommateur s'engage à venir travailler au moins 3 heures par mois au magasin. On retrouve cette même approche chez Paysans-Artisans, dont le projet inclut l'envie de **créer un mouvement citoyen**. Le travail bénévole répond à cet objectif tout en permettant de réduire la marge dont la coopérative a besoin pour fonctionner. Ainsi, le travail bénévole va

---

<sup>8</sup> Par exemple, les coopératives peuvent faire varier la marge pour que le prix final d'un même produit qui vient de producteurs différents soit le même.

permettre aux coopératives de répondre à plusieurs ambitions : définir des prix plus justes mais également créer du lien social, une cohésion, un esprit de groupe jusqu'à « faire mouvement ».

Le travail bénévole ne suit pas une logique marchande conventionnelle, mais plutôt une logique de projet. Car ce qu'attendent les bénévoles en échange de leurs services, c'est la réalisation du projet collectif :

*« On demande 3 heures par mois mais il y a beaucoup beaucoup de gens qui donnent beaucoup plus que ça, notamment dans le conseil d'administration mais aussi sur place hein évidemment, donc heureusement qu'on a une grande énergie bénévole donnée par certaines personnes parce que sinon ça ne fonctionnerait pas. (...) **ça fonctionne parce qu'il y a des gens qui donnent plus que 3h et qui croient au projet** mais sinon ça ne pourrait pas tourner uniquement avec des bénévoles qui feraient 3 heures »* (Entretien avec Anne Wilmot).

D'un autre côté, le recours au travail bénévole peut être considéré comme une marge de manœuvre, permettant aux les coopératives de définir des prix juste tout en « faisant avec » les conditions du marché. Au final, même si le prix permet de mieux rémunérer le producteur tout en restant accessible pour le consommateur, il reste aussi concurrentiel grâce à cette faible marge.

### 5.1.3. La concurrence

La détermination des prix dans les circuits courts ne fait pas totalement abstraction des prix pratiqués dans les autres circuits de commercialisation (Le Velly & Dubuisson-Quellier, 2008). Les producteurs et les coopératives tiennent compte des prix pratiqués par d'autres magasins ou producteurs qui constituent des concurrents potentiels. D'après les différents entretiens, les coopératives comparent leurs prix à ceux pratiqués dans les magasins bios, les épiceries fines, c'est-à-dire les magasins qui, comme elles, se différencient par la qualité particulière de leurs produits.

Les prix des concurrents constituent des repères dont les coopératives se servent pour vérifier que leurs prix restent réalistes, ce n'est donc pas une régulation clairement établie, elle est plutôt diffuse. Pour les coopératives, être compétitives au niveau des prix est un objectif suivant une logique conventionnelle, qui se combine bien avec l'objectif de rester accessibles aux consommateurs.

Cependant la logique concurrentielle est limitée. Les coopératives acceptent que certains de leurs produits soient plus chers, car elles prennent en compte la qualité lorsqu'elles se comparent aux autres commerces. En effet, les acteurs impliqués dans les coopératives comparent plutôt le **rapport qualité-prix** que simplement les prix. Par ailleurs, les coopératives se différencient des autres magasins par leur projet et leur fonctionnement. En se différenciant, les coopératives sont moins soumises aux contraintes de la concurrence et aux pressions sur les prix.

Dès lors, pour être moins soumises à la logique conventionnelle et se protéger de la concurrence, les coopératives ont tout intérêt à mettre en avant leurs différences par rapport aux autres formes de commercialisation, et à porter attention aux dispositifs de qualification de leurs produits (les systèmes d'information et de certification autour de la qualité gustative et nutritionnelle, des conditions de production et de leur impact sur la santé, l'environnement, etc.). Leurs produits ne répondent pas uniquement au besoin de se nourrir, ils ont également une fonction sociale, sanitaire et environnementale. Miser sur une **communication efficace autour de leur projet** est donc primordial.

#### 5.1.4. Conclusion

Nous avons donc constaté l'existence de régulations conventionnelles et alternatives dans les quatre coopératives. Mais plus que cela, ce sont les interactions entre les différentes régulations (qu'elles soient conventionnelles ou alternatives) qui permettent de rendre compte du phénomène d'hybridation. Le tableau 7 présenté ci-dessous illustre ce phénomène, en mettant en avant les différents degrés d'alternativité des régulations qui encadrent la définition des prix, et leurs interactions avec les autres régulations.

Tableau 7 : Récapitulatif des régulations et de leurs interactions

Type de régulation	Degré d'alternativité			Régulations associées
Prix d'achat au producteur	Concertation entre la coopérative et les producteurs	Acceptation du prix proposé par le producteur	Négociation, pression pour réduire le prix	Choix des produits et des producteurs/fournisseurs Coordination des plans de culture Concurrence Modalités de participation des producteurs
Marge prélevée	Réduite	Moyenne	Elevée	Gestion des ressources Modalités de participation des consommateurs (ex : bénévolat)
Influence de la concurrence	Pas/peu d'influence	Influence modérée	Influence élevée	Qualification du produit, différenciation par la qualité, le projet, le fonctionnement.

Les régulations qui encadrent la définition des prix sont notamment liées aux régulations qui encadrent l'approvisionnement (ex : le choix des producteurs, des types de produits, les plans de culture, etc.) et aux régulations qui encadrent la participation des parties prenantes (ex : l'obligation ou la possibilité de devenir coopérateur, d'être bénévole...). Par exemple, les coopératives différencient leurs régulations en fonction du type de producteur ou de fournisseur avec qui elle traite. Elles ont recours à des régulations conventionnelles lorsqu'elles traitent avec des acteurs extérieurs à leur projet comme les grossistes ou les producteurs extérieurs à leur territoire : elles négocient les prix, elles cherchent à obtenir des réductions.

Avec les petits producteurs en revanche, les coopératives ont tendance à appliquer des **régulations alternatives, car les soutenir fait partie de leur projet**. En effet, les quatre coopératives étudiées ont décidé d'accepter les prix proposés par les producteurs locaux, sans les négocier à la baisse. Cette régulation est une manière de soutenir les producteurs mais tient peu compte de consommateurs, bien qu'il soit dans l'intérêt des producteurs de pratiquer des prix qui restent réalistes. Ainsi, cette régulation est influencée de façon diffuse par la concurrence, la comparaison aux prix du marché.

Les deux coopératives où la participation des producteurs est particulièrement élevée (Paysans-Artisans et Unis Verts Paysans) ont instauré une concertation avec les maraîchers. Plus que

l'ancienneté de la coopérative, c'est le niveau d'implication des producteurs dans les décisions qui semble lié à cette régulation, étant donné qu'UVP a mis en place cette régulation dès le début de son activité. La concertation peut être considérée comme une régulation conjointe puisqu'il s'agit d'une négociation entre les parties prenantes (les consommateurs sont alors représentés par la coopérative) qui conduit à l'élaboration de règles les concernant, en tenant compte des préoccupations et des intérêts de chacun. Cette régulation peut être considérée comme « plus alternative » que l'acceptation des prix proposés par les producteurs car elle favorise le partage du pouvoir entre les producteurs et les consommateurs et met en place une stratégie d'évitement de la concurrence. Elle va donc plus loin dans la mise en œuvre de la promesse de différence des coopératives.

D'autre part, les deux coopératives qui font particulièrement participer leurs consommateurs (Paysans-Artisans et Vervicoop) peuvent compter sur un travail bénévole important, ce qui constitue un atout pour réduire la marge prise sur les produits, et aboutir à des prix finaux plus accessibles. Par conséquent, les modalités de participation des producteurs et des consommateurs font partie des régulations associées aux régulations qui encadrent la définition des prix.

Une forte implication des producteurs et des consommateurs dans le fonctionnement et la gouvernance des coopératives permet à ces deux acteurs de faire en sorte que leurs intérêts soient pris en compte au cours des activités de régulation. Leur participation apporte donc de la justice au processus de définition des prix. Autrement dit, le processus a plus de chances d'aboutir à des prix considérés comme justes par les acteurs si ceux-ci y ont participé et ont défendu leurs intérêts.

Pour donner un exemple des intérêts en présence : si les producteurs souhaitent obtenir une juste rémunération, les consommateurs défendent des prix accessibles et justifiés, et la coopérative a besoin de couvrir ses frais de fonctionnement pour maintenir – voire développer – son activité. Il s'agit d'un exemple simplifié car en réalité, les intérêts de ces trois types d'acteurs sont interdépendants. La coopérative, au vu de son projet, considère également les intérêts des producteurs et des consommateurs. Les producteurs prêtent attention aux attentes des consommateurs, qui constituent leur clientèle, et les consommateurs engagés défendent également les intérêts des producteurs, qu'ils veulent soutenir. Ces trois types d'acteurs interviennent directement dans les échanges économiques, c'est pourquoi leur participation au processus de définition des prix est à mettre au premier plan. Cette participation est d'ailleurs déjà mise en place dans certaines coopératives, de façon plus ou moins développée. Les coopératives qui incluent des consommateurs et des producteurs parmi leurs membres ont un avantage dans le développement de la participation de ces acteurs et sont donc plus à même de générer des prix justes.

Enfin, les interactions entre les régulations ne sont pas le seul facteur à influencer le degré d'alternativité des coopératives. De façon plus globale, la trajectoire de la coopérative depuis sa genèse (ex : acteurs à l'origine du projet, nombre de personnes ayant adhéré), le type de coopérative (de consommateurs et/ou de producteurs), son expérience (P-A a plus d'expérience et donc des modalités de participation plus développées), mais aussi des facteurs externes comme le contexte local (nombre de petits producteurs, revenu de la clientèle potentielle, etc.) ont un impact sur la participation, les régulations, et sur le degré d'hybridation. C'est pourquoi, les espaces où les coopératives peuvent partager leurs expériences, comme la mise au vert du Collectif 5C, sont essentiels au développement des coopératives : ils véhiculent des apprentissages propices à la concrétisation de leur promesse de différence.

## 5.2. La transformation des consommateurs

L'analyse des différentes conceptions du prix juste et des critères qui lui sont associés confirment que c'est un construit socio-culturel. Un prix n'est juste que lorsqu'il est considéré comme tel par les acteurs de l'échange (il n'est pas intrinsèquement juste). Chacun a sa propre définition de ce qui est juste. Par conséquent, le prix juste ne peut pas être réduit à une simple liste de critères à respecter : d'une part car ces critères varieraient en fonction du point de vue et des intérêts de la personne qui les définirait, d'autre part car appliquer un ensemble de critères dont certains sont contradictoires est impossible. Lorsqu'on s'intéresse à la question du prix juste, il est donc plus pertinent de réfléchir aux processus qui permettent la définition de prix considérés comme justes par les différents acteurs de l'échange. Outre la participation des parties prenantes aux activités de régulation, les dispositifs qui influencent **l'idée que se font les acteurs du prix juste et la façon dont ils perçoivent les prix pratiqués** par la coopérative contribuent à ces processus. Cette approche du concept de prix juste nous amène à considérer les différentes formes d'empowerment des acteurs comme partie intégrante du processus de définition des prix justes.

Dans les chapitres précédents<sup>9</sup>, nous avons souligné le lien entre le prix et la qualité des produits. Dans un souci de **transparence**, les coopératives communiquent autour de leur mode de commercialisation (ex : la marge qu'elles prélèvent) et autour des modes de production (ex : labels, présentation des producteurs et autres dispositifs de qualification ; communication au sujet des contraintes comme les aléas climatiques, la saisonnalité, etc.). Ces opérations de communication renforcent l'acceptabilité des prix, elles les justifient en fonction de ce qu'ils reflètent : une certaine qualité, un certain travail, un mode de commercialisation équitable, etc. Mais elles vont plus loin que ça : elles contribuent à la **reconnexion** des consommateurs aux réalités de l'agriculture, à ses contraintes, aux limites imposées par la nature. Cette reconnexion fait partie de la promesse de différence des coopératives par rapport au système agroalimentaire conventionnel où les consommateurs sont complètement déconnectés des conditions de production de leurs aliments. La reconnexion est à la base de la transformation des consommateurs en consom'acteurs, elle leur donne le pouvoir de faire des choix conscients.

Ainsi, les coopératives véhiculent des **apprentissages**, qui sont à l'origine d'un **empowerment** des consommateurs : ceux-ci ont alors plus de cartes en main pour effectuer leurs choix en matière d'alimentation, et les transformer en actions et résultats. Le bénévolat accentue ce phénomène :

*« Je pense que c'est complémentaire (...) de connaître un peu plus les dessous et le fonctionnement de la coopérative, je comprends mieux aussi tous les enjeux et ça donne encore plus de sens à mon engagement en tant que bénévole » (Entretien avec Caroline Charlier).*

Mieux connaître les réalités du système agroalimentaire et les enjeux liés à sa relocalisation met les consommateurs en capacité d'exercer leur « citoyenneté alimentaire » (Hassanein, 2003) de plusieurs façons : par une consommation « engagée », « responsable », « critique » - ils deviennent alors des consom'acteurs – ou en agissant de façon collective par le biais de la coopérative, en s'y impliquant comme coopérateurs ou bénévoles. En participant à la coopérative, les consommateurs peuvent avoir un réel impact sur le système agroalimentaire local.

---

<sup>9</sup> Notamment le chapitre 4.5

D'autre part, les coopératives dans lesquelles la participation des parties prenantes est très développée sont des espaces propices aux discussions autour des critères associés au concept de prix juste. Le fait de débattre autour du concept de prix juste permet d'éclaircir les enjeux sociaux sous-jacents et d'améliorer la connaissance entre les partenaires de l'échange. De plus, les débats jouent un rôle dans l'acceptabilité des prix, puisqu'ils permettent aux acteurs de se rendre compte que le prix juste est un idéal que chacun se représente différemment et que chacun mettra en action différemment.

Finalement, la participation des parties prenantes aux activités de régulation n'est pas la seule forme d'empowerment concourant au processus de définition des prix justes. En effet, les coopératives éduquent et sensibilisent leurs consommateurs, elles véhiculent des informations et des connaissances, elles génèrent le débat et la réflexion. Ces dispositifs d'empowerment, repris dans le tableau 8 ci-dessous, ont plusieurs rôles à jouer. D'un côté, ils contribuent à la qualification des produits et à la justification des prix. D'un autre côté, ils mettent les individus en réflexion sur leurs valeurs et les font évoluer. Enfin, les dispositifs d'empowerment transforment les consommateurs en citoyens alimentaires, capables de faire des choix responsables et d'agir pour des systèmes agroalimentaires durables.

Pour résumer, **les différentes dimensions de l'empowerment** – le pouvoir et le processus d'apprentissage pour y accéder (Bacqué & Biewener, 2013) - **font partie du processus de définition des prix considérés comme justes par les acteurs de l'échange.**

Tableau 8 : Les différentes formes d'empowerment et leur rôle dans la définition des prix justes

Formes d'empowerment	Exemples	Rôle dans le processus de définition des prix justes
<b>Information, sensibilisation, éducation, apprentissages, partages de savoirs.</b>	Communications autour des produits (newsletter, étiquetage, site internet, etc.), visites de fermes, conférences autour des enjeux de l'alimentation durable, etc.	L'information quant à la qualité des produits, aux conditions de production et de commercialisation est un dispositif de qualification et participe à la justification des prix. De plus, cette forme d'empowerment reconnecte les consommateurs aux réalités de l'agriculture.
<b>Débats, échanges de points de vue et d'arguments, réflexion collective.</b>	Débat mouvant, ciné-débat, forum de discussion, etc.	Echanger des points de vue et les justifier peut faire évoluer les représentations qu'ont les acteurs du prix juste, et leur faire comprendre que le prix juste est surtout un idéal dont les représentations varient selon des facteurs socio-culturels.
<b>Prise de décisions stratégiques, prise de décisions de gestion, accords.</b>	Conseil d'administration Assemblée générale Groupes de travail Décisions quotidiennes (personnel et bénévoles) Participation aux réunions, etc.	La participation des différentes parties prenantes aux activités de régulation est nécessaire pour assurer la prise en compte de leurs intérêts et de leurs attentes.

De façon transversale à ces différentes formes d'empowerment, la rencontre entre les différents acteurs améliore leur connaissance réciproque, crée la confiance nécessaire à l'échange et génère des comportements solidaires (ex : acceptation d'un prix plus élevé pour soutenir un producteur). Ainsi,

les interactions sociales influencent les valeurs poursuivies par les individus et la représentation qu'ils se font du prix juste (Garbarczyk & Vanwelde, 2018).

## 6. Discussion

Finalement, étudier la définition du prix juste a été un prisme pour analyser comment les coopératives concrétisent leur promesse de différence tout en se déployant sur le même marché que le système agroalimentaire conventionnel. Cette promesse de différence comprend l'ambition de définir des prix justes, et ce faisant, elle questionne notre système économique en profondeur, elle en fait ressortir les dysfonctionnements.

Suite à un état de l'art, j'ai adopté une approche par processus, et j'ai émis l'hypothèse que les prix justes étaient construits par des processus démocratiques qui rassembleraient les différents acteurs et qui permettraient la formation des attentes collectives, et leur traduction dans des prix considérés comme justes par l'ensemble du collectif.

L'approche par processus s'est rapidement révélée pertinente en regard de la diversité des représentations associées au prix juste. En effet, le prix juste s'est avéré être un concept variable, un idéal dont les critères varient en fonction de facteurs socio-culturels. Plutôt que de chercher à savoir ce que sont les prix justes, il est donc préférable de comprendre comment y arriver (DuPuis & Ball, 2013), par quel processus les coopératives peuvent-elles arriver à des prix considérés comme juste par les différents acteurs de l'échange ?

Je me suis alors intéressée à la gouvernance des coopératives, dite « démocratique », car les instances de gouvernance sont des lieux où se déploient les activités de régulation. Néanmoins, en explorant la notion de gouvernance, j'ai réalisé qu'une approche par la démocratie et les instances classiques de gouvernance avait un intérêt limité : elle occultait la participation des acteurs qui n'étaient pas membres de la coopérative.

J'ai alors préféré explorer les modalités de participation des différentes parties prenantes au sein de chaque coopérative. Le fait d'analyser quatre cas différents m'a donné des points de comparaison pour en identifier les particularités. Cela m'a amenée à faire le lien entre les différentes modalités de participation et les régulations qui encadrent la définition des prix. C'est surtout l'impact de la participation des principaux acteurs de l'échange qui est ressorti : les consommateurs et les producteurs sont les plus directement concernés par la question du prix juste, et les coopératives qui parviennent à impliquer ces deux types d'acteurs dans les activités de régulation ont le pouvoir de définir des prix justes. Les coopératives dites « multi-stakeholders » ont donc un avantage pour définir des prix justes. Néanmoins, je n'ai pu apprécier les modalités de participation qu'à distance, par le biais des entretiens et des informations diffusées par les coopératives. Je n'ai donc pas pu évaluer la qualité démocratique des débats, des discussions, des décisions, etc., ni identifier les asymétries de pouvoir qui peuvent exister aux cours des activités de régulation, notamment en fonction des personnalités, de la facilitation mise en place, etc. Ainsi, confirmer le rôle de la participation des parties prenantes dans les processus de définition des prix justes nécessiterait de récolter plus de données, par exemple via une observation directe des activités de régulation.

Après m'être intéressée aux différentes régulations mises en place par les coopératives et la façon dont elles interagissaient, j'ai poursuivi mon analyse car celle-ci me semblait encore insuffisante pour

expliquer les processus de définition des prix justes. En effet, elle ne reprenait pas certains éléments étaient ressortis lors de mes recherches : le rôle des apprentissages, de l'empowerment, des dialogues, des rencontres et de la qualification des produits par exemple. De plus, étudier la participation au sein des coopératives amenait à considérer les différentes dimensions de l'empowerment, et pas uniquement le pouvoir de décision.

Pour expliquer ce raisonnement avec les mots de la « nouvelle sociologie économique » : la théorie de la régulation sociale me semblait insuffisante pour expliquer les processus de définition des prix justes car elle n'abordait que l'encastrement institutionnel (les régulations) et omettait de considérer l'encastrement culturel (les représentations communes) et l'encastrement relationnel des échanges marchands (Le Velly, 2002).

Outre la participation aux activités de régulation, il fallait donc souligner le rôle des dispositifs qui développent la capacité des acteurs à exercer leur pouvoir (d'agir, de décider, de faire des choix), comme les informations, les apprentissages, les débats, les discussions, etc. Ces dispositifs ont en fait plusieurs rôles : ils participent à la justification du prix sur base de la qualification multidimensionnelle des produits, et ils font évoluer les représentations du prix juste. Ils contribuent également à l'acceptation des prix puisqu'ils permettent aux acteurs de prendre du recul sur leurs propres représentations. Enfin, ils développent la capacité des consommateurs à exercer leur citoyenneté, par exemple en devenant consomm'acteur ou en s'impliquant dans la coopérative comme bénévole, coopérateur ou membre du CA. Ainsi, les comportements d'achat ne sont plus le seul moyen pour les consommateurs d'agir sur les systèmes agroalimentaires. Les consommateurs qui s'impliquent dans la coopérative gagnent le droit et le pouvoir de défendre leur avis, leurs préoccupations et leurs intérêts, et ils ont la possibilité d'interagir et de réfléchir avec les autres parties prenantes.

Enfin, si le lien entre les prix justes et l'empowerment des producteurs est clairement établi dans la littérature que nous avons analysée lors de l'état de l'art (Chiffolleau & Prevost, 2012), il n'en est pas de même pour le lien entre les prix justes et les différentes formes d'empowerment des consommateurs.

## Conclusion : les forces des coopératives pour créer de la différence

Le concept de prix juste recouvre différents enjeux. De nombreux acteurs des circuits courts alimentaires associent le prix juste à un prix rémunérateur : le prix juste permettrait aux producteurs de vivre décemment, d'être reconnus pour leur travail. Cela implique qu'ils retrouvent un pouvoir de décision au cours du processus de définition des prix.

D'autre part, le prix juste renvoie à des enjeux d'accessibilité, de mixité sociale et de pauvreté, qui nous rappellent que l'accès à une alimentation saine et de qualité devrait être un droit fondamental pour tous, mais qu'il existe de grandes inégalités à ce sujet. Dès lors, le concept de prix juste nous amène à nous questionner au sujet de l'impact que peuvent avoir les petites initiatives locales comme les coopératives, et de leur capacité à sortir de la niche pour transformer le système agroalimentaire. Pour qu'on puisse changer de modèle, il faut que ce modèle soit accessible à tous et qu'il serve l'ensemble de la société. Néanmoins la question de l'accessibilité fait débat dans les coopératives qui considèrent qu'il existe, au-delà du frein financier, des freins socio-culturels. Pour dépasser ces freins, les coopératives cherchent à rester réalistes dans les prix qu'elles pratiquent (ce qui se combine bien avec les régulations conventionnelles du marché), et elles s'efforcent de sensibiliser autour de l'alimentation durable.

D'autre part, le prix juste peut être considéré comme un prix justifié en regard de la qualité multidimensionnelle du produit (ses propriétés mais aussi la façon dont il a été produit et commercialisé). C'est pourquoi communiquer autour de la qualité des produits et des modes de production, notamment en favorisant la rencontre entre producteurs et consommateurs, est crucial pour justifier les prix. Cela permet aussi aux coopératives de se différencier des autres commerces et de se soustraire à la pression de la concurrence.

Un prix juste serait donc rémunérateur, accessible et justifié, mais ces critères et leur perception varient en fonction de facteurs socio-culturels. De plus, ils évoluent au fil des apprentissages, des débats et des réflexions qui sont menées. Dès lors, plutôt que de s'intéresser aux caractéristiques du prix juste, il est plus pertinent d'analyser les processus qui permettent la définition de prix considérés comme justes par les différents acteurs de l'échange. Cette approche conduit à considérer que les différentes formes d'empowerment des acteurs font partie des processus de définition des prix justes.

Les circuits courts ne se limitent pas à la vente directe et ajouter un intermédiaire comme les coopératives pour la distribution des produits locaux signifie créer de nouvelles menaces et opportunités pour les prix justes.

Les coopératives se positionnent en alternative mais dans la pratique, elles coexistent avec les acteurs et les régulations du système conventionnel. Les coopératives sont toutes hybrides, bien que leur degré d'hybridation (ou d'alternativité selon le point de vue) varie en fonction des modalités de mise en œuvre de leur projet, de leur histoire, de leur expérience et du contexte local. En effet, elles ont recours à des régulations alternatives et conventionnelles, qui interagissent de plusieurs manières (en se combinant, se renforçant, ou en s'opposant par exemple). Ces interactions influencent le degré d'alternativité des coopératives. La question est : jusqu'où les coopératives peuvent-elles s'hybrider sans perdre leur âme (Le Velly et al., 2016) ? Au niveau des prix par exemple, comment peuvent-elles rester compétitives tout en garantissant des prix rémunérateurs aux producteurs?

L'analyse de quatre coopératives a mis en évidence le fait que, même si elles composent avec les régulations conventionnelles, l'action des coopératives reste orientée par leur projet. En effet, les coopératives sont portées par un idéal et même si leur activité est économique, elles n'ont pas pour but de générer le plus de profit possible. Elles ne sont pas dans une logique capitaliste mais plutôt dans une logique de projet sociétal qui donne du sens à leur action. C'est d'abord ce projet sous-jacent qui constitue leur force pour définir des prix justes, puisqu'il amène les coopératives à établir des régulations alternatives, par exemple prendre des marges faibles, recourir au travail bénévole, ou mettre en place une concertation avec les maraîchers.

Mais cette logique de projet n'est pas le seul levier pour définir des prix justes. Au sein des coopératives, et plus particulièrement dans les coopératives « *multi-stakeholders* », les producteurs et les consommateurs se rencontrent, discutent de leurs attentes et contraintes respectives, et s'entendent sur l'organisation de leurs échanges. De ce fait, les coopératives ne font pas que relier l'offre et la demande, elles constituent et transforment ces deux ensembles dans un même mouvement. Ces liens sociaux favorisent la reconnaissance réciproque et créent de la confiance, ils rendent possible la mise en œuvre des logiques alternatives basées sur la coopération et la solidarité. Cette position de médiateur entre les parties prenantes constitue l'une des forces des coopératives pour créer de la différence, et notamment pour proposer des prix plus justes.

Enfin, cette recherche a exposé les différentes formes d'empowerment que génèrent les coopératives. Par l'éducation, la mise en réflexion et la participation des parties prenantes aux activités de régulation, les coopératives entraînent une reprise du pouvoir de ces parties prenantes et leur donnent l'occasion de défendre leurs intérêts. Les producteurs et les consommateurs retrouvent un pouvoir d'action et une forme de souveraineté, que ce soit par leurs actions individuelles ou collectives.

Pour conclure, précisons qu'au-delà des forces des coopératives pour définir des prix justes, étudier ces quatre cas a montré les différences qui pouvaient exister entre elles, et donc l'importance du réseau pour partager leurs expériences et leurs savoirs. Le fait que deux des coopératives étudiées soient particulièrement jeunes et que leurs mécanismes de gouvernance ainsi que leurs régulations soient encore en évolution constitue l'une des limites de ce travail. C'est pourquoi il serait pertinent de suivre l'évolution des régulations et des modalités de participation dans ces jeunes coopératives.

De plus, les quatre coopératives étudiées comportaient plusieurs similarités puisqu'elles incluaient toutes des consommateurs parmi leurs coopérateurs, elles possédaient toutes au moins un magasin, et elles vendaient toutes notamment des fruits et légumes. Ces caractéristiques communes ont entraîné des spécificités dans les régulations mises en place et dans les modalités de participation des acteurs. C'est pourquoi il serait imprudent d'élargir nos conclusions aux coopératives qui regroupent exclusivement des producteurs : cela nécessiterait une nouvelle recherche.

Enfin, si cette recherche devait être poursuivie, il serait intéressant d'étudier le fonctionnement d'autres types de coopératives, mais aussi de rassembler plus de données sur les modalités de participation qu'elles mettent en place, afin d'approfondir la compréhension du rôle de la participation des différents acteurs dans la concrétisation de la promesse de différence des coopératives.

## Bibliographie

- Ajates Gonzalez, R. (2017). Going back to go forwards ? From multi-stakeholder cooperatives to open cooperatives in food and farming. *Journal of Rural Studies*, 53, 278–290. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.02.018>
- Alliance coopérative internationale. (2018). Identité, valeurs et principes coopératifs. Retrieved July 12, 2020, from <https://www.ica.coop/fr/coopératives/identite-cooperative>
- Avelino, F., Wittmayer, J. M., Pel, B., Weaver, P., Dumitru, A., Haxeltine, A., ... O’Riordan, T. (2019). Transformative social innovation and (dis)empowerment. *Technological Forecasting & Social Change*, 145, 195–206. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.002>
- Bacqué, M.-H., & Biewener, C. (2013). L’empowerment, un nouveau vocabulaire pour parler de participation ? *Idées Économiques et Sociales*, 173(3), 25–32. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-idees-economiques-et-sociales-2013-3-page-25.htm>
- Becuwe, A., Chebbi, H., & Pasquet, P. (2014). La SCIC est-elle une solution à l’inégalité des parties prenantes ? *La Revue des Sciences de Gestion*, 269–270(5), 35–43. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2014-5-page-35.htm>
- Bréchet, J. (2008). Le regard de la théorie de la régulation sociale de Jean-Daniel Reynaud. *Revue Française de Gestion*, 184(4), 13–34. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2008-4-page-13.htm>
- Bréchet, J. (2013). Organiser le marché : une lecture par la théorie de la régulation sociale. *Revue Française de Socio-Économie*, 12(2), 191–208. <https://doi.org/10.3917/rfse.012.0191>
- Callon, M. (2013). Qu’est-ce qu’un agencement marchand ? In M. Callon, M. Akrich, V. Rabeharisoa, C. Grandclément, C. Méadel, A. Mallard, ... S. Dubuisson-Quellier (Eds.), *Sociologie des agencements marchands : Textes choisis* (pp. 325-440). Paris : Presses des Mines. <https://doi.org/10.4000/books.pressesmines.2019>
- Carroll, A. B. (1989). *Business and society : Ethics and stakeholder management*. Cincinnati: South-Western Publishing.
- Chiffolleau, Y., & Laporte, C. (2004). La formation des prix : le marché des vins de Bourgogne. *Revue Française de Sociologie*, 45(4), 653–680. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2004-4-page-653.htm>
- Chiffolleau, Y., & Prevost, B. (2012). Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires. *Norois*, 224, 7–20. <https://doi.org/10.4000/norois.4245>
- Ciccia, L. (2011). Co-propriété et démocratie : la coopérative comme réponse à la crise. In M.-C. Collard (Ed.), *Coopératives : un modèle tout terrien* (pp. 16–22). Monceau-sur-Sambre : SAW-B. Retrieved from [http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/sawb\\_etude-cooperatives-2011.pdf%0A](http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/sawb_etude-cooperatives-2011.pdf%0A)
- Cochoy, F., & Dubuisson-Quellier, S. (2000). Introduction. Les professionnels du marché : vers une sociologie du travail marchand. *Sociologie Du Travail*, 42(3), 359–368. Retrieved from <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02166687>
- Dartiguyeprou, C. (2013). Où en sommes-nous de notre conscience écologique ? *Vraiment Durable*, 4(2), 15–28. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-vraiment-durable-2013-2-page-15.htm>

- Decamp, C., Rassart, J., Lebon, L., & Adam Fabrice. (2013). *Les circuits courts solidaires et durables en Wallonie*. Louvain-la-Neuve : Credal Conseil. Retrieved from [https://www.credal.be/medias/files/publication/documents/credal/les\\_circuits\\_courts\\_solidaires\\_et\\_durable\\_de\\_wallonie.pdf](https://www.credal.be/medias/files/publication/documents/credal/les_circuits_courts_solidaires_et_durable_de_wallonie.pdf)
- Defourny, J., Simon, M., & Adam, S. (2002). *Les coopératives en Belgique : un mouvement d'avenir ?* Bruxelles: Editions Luc Pire.
- Deverre, C., & Lamine, C. (2010). Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Economie Rurale*, 317, 57–73. <https://doi.org/10.4000/economierurale.2676>
- Dohet, J. (2018). Le mouvement coopératif : histoire, questions et renouveau. *Courrier Hebdomadaire Du CRISP*, 2370–2371(5), 5–58. <https://doi.org/10.3917/cris.2370.0005>
- Dubuisson-Quellier, S. (2009). *La consommation engagée*. Paris: Sciences Po, les Presses.
- DuPuis, E. M., & Ball, T. (2013). How not what : teaching sustainability as process. *Sustainability : Science, Practice, & Policy*, 9(1), 64–75.
- Feyereisen, M. (2019). *Initiatives locales : entre territorialisation et administration des enjeux alimentaires* (Doctoral dissertation). Université de Liège, Liège.
- Garbarczyk, B., & Vanwelde, M. (2018). *Le prix juste : et si on prenait le problème à la racine ?* Monceau-sur-Sambre : SAW-B. Retrieved from [http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/etude\\_sawb\\_2018\\_web.pdf](http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/etude_sawb_2018_web.pdf)
- Gould, C. (2011). La dimension internationale des coopératives au XXIe siècle. In M.-C. Collard (Ed.), *Coopératives : un modèle tout terrien* (pp. 7–15). Monceau-sur-Sambre : SAW-B. Retrieved from [http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/sawb\\_etude-cooperatives-2011.pdf%0A](http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/sawb_etude-cooperatives-2011.pdf%0A)
- Griser, B., Serré, A., Kennes, S., Morival, Y., Huybroechts, F., Balkan, P., ... Chinot, L. (2020, 18 février). *La good food au-delà des sentiers BoBos ? Préjugés & accessibilité du bien manger en milieu populaire* [Conférence]. Université populaire d'Anderlecht. Retrieved from <http://universitepopulairedanderlecht.be/journee-thematique-good-food/conference-participative>
- Hassanein, N. (2003). Practicing food democracy : a pragmatic politics of transformation. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 77–86. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00041-4](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00041-4)
- Holzemer, L., Maréchal, K., Marcq, P., & Plateau, L. (2015). *Projet « CADACC » - Caractérisation de la demande alimentaire en circuits courts : rapport final juin 2015*. Bruxelles: Centre d'Économie Sociale (ULg) - Centre d'Études Économiques et Sociales de l'Environnement (ULB).
- Institut pour l'Education Financière du Public. (2019). Evolution de la consommation des ménages. Retrieved from [https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-perso/revenus/consommation/evolution-consommation\\_menages/](https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-perso/revenus/consommation/evolution-consommation_menages/)
- Ker, C. (2019). *Réforme du code des sociétés : quels impacts pour les coopératives ?* Liège: Febecoop.
- Kloppenborg, J. J., Hendrickson, J., & Stevenson, G. W. (1996). Coming in to the foodshed. *Agriculture and Human Values*, 13(3), 33–42. <https://doi.org/10.1007/BF01538225>
- Laville, J.-L. (2010). Histoire et actualité de l'associationnisme : l'apport de Marcel Mauss. *Revue Du MAUSS*, 36(2), 295–307. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-du-mauss-2010-2-page-295.htm>
- Le Chant de la Terre. (n.d.). Vente de produits alimentaires bio. Retrieved June 8, 2020, from

<https://www.lechantdelaterre.org/magasin/alimentation/>

- Le Velly, R. (2002). La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands. *Sociologie Du Travail*, 44(1), 37–53. [https://doi.org/10.1016/S0038-0296\(01\)01199-2](https://doi.org/10.1016/S0038-0296(01)01199-2)
- Le Velly, R. (2011). Si loin, si proches : la difficile association entre circuits courts et commerce équitable. *Revue Tiers Monde*, 207(3), 122–149. Retrieved from <https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2011-3-page-133.htm>
- Le Velly, R. (2017). *Sociologie des systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence*. Paris: Mines ParisTech.
- Le Velly, R. (2019). Allowing for the projective dimension of agency in analysing alternative food. *Sociologia Ruralis*, 59(1), 2–22. <https://doi.org/10.1111/soru.12217>
- Le Velly, R., & Bréchet, J. (2011). Le marché comme rencontre d'activités de régulation. Initiatives et innovations dans l'approvisionnement bio et local de la restauration collective. *Sociologie Du Travail*, 53(4), 478–492. Retrieved from <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00661219v2>
- Le Velly, R., & Dubuisson-Quellier, S. (2008). Les circuits courts entre alternative et hybridation. In G. Maréchal (Ed.), *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (pp. 105–112). Retrieved from <https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-00972710>
- Le Velly, R., Dufeu, I., & Le Grel, L. (2016). Les systèmes alimentaires alternatifs peuvent-ils se développer commercialement sans perdre leur âme ? Analyse de trois agencements marchands. *Économie Rurale*, 356(6), 31–45. <https://doi.org/10.4000/economierurale.5046>
- Maignan, M. (2014). Innovation sociale et formation du prix juste au sein d'une filière courte alimentaire. Le cas de la SCIC Alter-Conso. *15ème colloque annuel des étudiants de cycles supérieurs du Crises*, Centre de recherche sur les innovations sociales. Retrieved from <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01468435>
- Mortier, Q. (2018). *Pour en finir avec la "(bonne) gouvernance"*. SAW-B, analyse. Retrieved from [http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/a1809\\_gouvernance.pdf](http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/a1809_gouvernance.pdf)
- Olivier de Sardan, J.-P. (1995). La politique du terrain : sur la production des données en anthropologie. *Enquête*, 1, 71–109. <https://doi.org/10.4000/enquete.263>
- Oxfam-Magasins du monde. (2020). Souveraineté alimentaire. Retrieved from <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/s-informer/souverainete-alimentaire/#.XxCUPG0zbct>
- Paysans-Artisans. (n.d.). Paysans-Artisans : partisans du goût. Retrieved July 13, 2020, from <https://paysans-artisans.be/>
- Reynaud, J. D. (1991). Pour une sociologie de la régulation sociale. *Sociologie et Sociétés*, 23(2), 13–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/001632ar>
- Rijpens, J., Jonet, C., & Mertens, S. (2015). Coopératives et démocratie : un état des lieux de la question pour encourager la vitalité démocratique des coopératives. In G. Van Gyes & S. De Spiegelaere, *L'entreprise de nous tous. Innover la participation des travailleurs en Belgique* (pp. 179–192). Liège : Acco. Retrieved from [http://www.barricade.be/sites/default/files/publications/pdf/2015\\_-\\_cooperatives\\_et\\_democratie.pdf](http://www.barricade.be/sites/default/files/publications/pdf/2015_-_cooperatives_et_democratie.pdf)
- Rijpens, J., & Mertens, S. (2016). Gouvernance et coopératives : l'idéal coopératif à l'épreuve de la pratique. In Smart (Ed), *Smart in progress*. Retrieved from <https://smartbe.be/wp-content/uploads/2016/03/03-2016-Gouvernance-et-coop-ratives-l---id--al-coop--ratif----l-----preuve-de-la-pratique..pdf>

- Servigne, P. (2011). Au-delà du vote “démocratique” : les nouveaux modes de gouvernance. *Barricade*, 1–9. Retrieved from [http://www.barricade.be/sites/default/files/publications/pdf/pablo\\_-\\_audeladuvotedemocratique.pdf](http://www.barricade.be/sites/default/files/publications/pdf/pablo_-_audeladuvotedemocratique.pdf)
- Unis Verts Paysans. (n.d.). Unis Verts Paysans : un magasin de produits responsables, locaux et/ou bio à Malmedy. Retrieved June 8, 2020, from <https://unisvertspaysans.be/>
- Unis Verts Paysans. (2018a). Appel à épargne. Retrieved June 8, 2020, from <https://unisvertspaysans.be/wp-content/uploads/2019/09/Appel-à-léparnge-UVP.pdf>
- Unis Verts Paysans. (2018b). Statuts coordonnés. Retrieved July 24, 2020, from <https://unisvertspaysans.be/wp-content/uploads/2019/09/STATUTS-COORDONNES-au-12-07-2018.pdf>
- Van der Ploeg, J. D., Brunori, G., Renting, H., Knickel, K., Joe, M., Marsden, T., ... Ventura, F. (2000). Rural development : From practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 49(4), 391–408. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00156>
- Vanhove, M. (2011). Les coopératives en Belgique. In M.-C. Collard (Ed.), *Coopératives : un modèle tout terrien* (pp. 24–43). Monceau-sur-Sambre : SAW-B. Retrieved from [df/sawb\\_etude-cooperatives-2011.pdf%0A](df/sawb_etude-cooperatives-2011.pdf%0A)
- Vervîcoop. (n.d.). Vervîcoop : un supermarché coopératif et participatif à Verviers. Retrieved June 8, 2020, from <https://vervicoop.be/wp-content/uploads/2018/03/vervicoop-dossier-presse-v5.pdf>
- Vervîcoop. (2018). Statuts Vervîcoop. Retrieved July 24, 2020, from <https://vervicoop.be/wp-content/uploads/2018/05/statut-vervicoop.pdf>

## Annexes

### Annexe 1 : exemple de guide d'entretien

#### Guide d'entretien porteur de projet

##### **Introduction, rappeler le contexte de ma recherche.**

⇒ Pour commencer, pouvez-vous vous présenter ainsi que votre rôle dans la coopérative ?

##### **Formation du projet, des attentes collectives, projet collectif, promesse de différence**

- Genèse de la coopérative, contexte, accueil, acteurs impliqués
- Composition de la coopérative (nombre de coopérateurs, consommateurs, producteurs)
- Motivations à vous impliquer dans la coopérative

##### **Concept de « prix juste », activités de régulation, hybridation**

- Qu'est-ce qu'un prix juste ? Que doit-il refléter ?
- Moyens mis en œuvre pour définir des prix justes, comment les prix sont fixés dans la coopérative (surtout fruits/légumes), qui intervient...
  - Quelle marge, pourquoi cette marge-là ?
  - Avez-vous des difficultés à fixer des prix qui correspondent aux valeurs/aux principes de la coopérative (càd des prix "justes") mais aussi à ses besoins ?
  - Exemple de produit pour lequel vous estimez que le prix est juste/injuste et comment il a été fixé ?
  - Le bénévolat : impact sur les prix ?
- Situation en termes de mixité sociale
- Retours (feedbacks) des clients sur leurs prix
- Gestion de la concurrence, comparaison de leurs prix avec les autres coopératives, les autres initiatives de CC, ou même avec la grande distribution. Comment ils se différencient.
- Y a-t-il une concurrence entre vos producteurs/fournisseurs ?

##### **Concertation, démocratie**

- Gouvernance : fonctionnement, difficultés rencontrée, améliorations à faire.
- Mise en place d'espaces de concertations entre consommateurs, producteur et autres acteurs de la coopérative (notamment en vue d'échanger sur la question des prix) ?
- Si ateliers de réflexion/débat : à quoi aboutissent les réflexions ?

**Pour conclure**, selon vous, quel pourrait être le rôle des coopératives dans la définition de prix plus justes ?

Clôture