

Pierre Ozer  
Département des Sciences et Gestion de  
l'Environnement, ULiège

# Pourquoi et comment sortir de la grande distribution ?

Dans cette analyse Pierre Ozer articule une critique de la responsabilité environnementale de la grande distribution avec une proposition d'autres chaînes d'approvisionnement alimentaire alternative qui associent, à l'échelon local, la production paysanne et d'autres formes, plus directes de distribution alimentaire. Son nom : la ceinture Aliment-Terre.

## Pourquoi et comment sortir de la grande distribution ?

Pierre Ozer, ULiège

« Le commerce connaît une révolution qui n'est pas seulement liée à des mutations technologiques (augmentation du drive, développement d'Internet, vente en ligne...), mais qui est également due à des changements en profondeur du mode de consommation et des consommateurs eux-mêmes. L'époque de la consommation de masse des années 1960 a cédé progressivement le pas à une consommation d'abord plus orientée vers le plaisir dans les années 1980 ; plus pragmatique dans les années 1990, avec un consommateur cherchant des produits plus performants qui valorisent son image ; une consommation éthique dans les années 2000, puis la découverte par les consommateurs, dans les années 2010, de leur pouvoir sur les entreprises et la multiplication des boycotts. [...] Nous assistons actuellement à l'émergence d'un consommateur plus responsable, souhaitant être maître de ses choix et qui arbitre entre des produits, mais aussi entre des distributeurs. [...] Les enjeux pour la grande distribution sont considérables car elle doit s'adapter à ces nouvelles attentes tout en conservant sa vocation première : vendre tous les produits sous le même toit. »<sup>1</sup>

Cela fait donc maintenant des années que – pour être en phase avec les préoccupations sociétales d'un nombre croissant de consommateurs – la grande distribution se clame ouvertement vertueuse et respectueuse de l'environnement. Ainsi, pour reprendre les slogans des trois principaux distributeurs qui se partagent 78% des parts du marché belge<sup>2</sup>, « Colruyt Group s'engage pour l'environnement <sup>3</sup> », « chaque jour, Delhaize s'engage de manière durable pour ses clients, mais aussi pour ses collaborateurs et l'environnement<sup>4</sup> », alors que Carrefour indique que « chaque jour, nous agissons en faveur de la qualité alimentaire. Pour une alimentation saine, goûteuse, variée, responsable. Pour des produits accessibles à tous et respectueux de la planète<sup>5</sup> » en ajoutant « Nous avons pour ambition de devenir le leader mondial de la transition alimentaire pour tous <sup>6</sup> ». Pour y parvenir, Carrefour a lancé en septembre 2018 un programme mondial

1. Lavorata, L. « Les enjeux sociétaux et environnementaux de la grande distribution ». L'Économie politique, 2019/1 N° 81, 2019. p.60-67.

2. « Les supermarchés néerlandais envahissent la Belgique : quel impact pour le consommateur ? », RTBF, 27 janvier 2020. [En ligne].

3. Les initiatives concernant l'environnement, Colruyt Group. [En ligne].

4. « Notre politique de développement durable », Delhaize. [En ligne].

5. Act for food, « Des actions concrètes pour mieux manger », Carrefour. [En ligne].

6. *Ibid.*

au service du mieux manger : Act for food<sup>1</sup>. Signe des temps, tous s'accordent à inciter les clients à faire des choix plus sains et plus réfléchis tout en améliorant la transparence de leurs produits.

Par ailleurs, les produits sont toujours plus locaux et/ou « pauvres en carbone », voire « neutres en carbone » à l'image des bananes « Be-climate »<sup>2</sup> proposées par Delhaize depuis janvier 2020. L'enseigne déclare en effet que pour compenser les émissions de CO<sub>2</sub> induites par le seul transport maritime des bananes, à savoir pas moins de 7.110 tonnes de CO<sub>2</sub>, elle « offre de l'eau potable au Cambodge » car, constate-t-elle, « un quart des 16 millions de Cambodgiens ne dispose pas d'eau potable. Ils doivent d'abord la faire bouillir au-dessus d'un feu de bois ou de charbon, ce qui non seulement dégage du CO<sub>2</sub> mais contribue aussi à la déforestation car ils abattent des arbres pour se procurer le bois nécessaire pour faire du feu. Delhaize subsidie l'approvisionnement de systèmes de filtration en céramique permettant ainsi à 1,7 million de Cambodgiens de ne plus devoir faire bouillir de l'eau et de dégager de grandes quantités de CO<sub>2</sub> pour avoir de l'eau potable. » Cela ne s'arrête pas là. Après les bananes, c'est le poisson frais et le homard qui sont neutres en carbone depuis fin 2021<sup>3</sup> grâce à la distribution de plus de 200.000 cookstoves (appareil de cuisson composé de céramique qui absorbe et retient mieux la chaleur) au Nigéria où « on cuisine encore beaucoup de façon traditionnelle, au feu de bois », ce qui a des « conséquences écologiques catastrophiques » sur la forêt primaire. Toujours plus performant, en juin 2023, dans son Initiative #65<sup>4</sup> pour réduire ses émissions de CO<sub>2</sub>,

« Delhaize aide le Burkina Faso à cuisiner plus sainement » grâce, là aussi, à l'octroi de cookstoves à 94.000 foyers. Une magnifique action de l'enseigne au Lion en partenariat avec Unilever (quatrième plus grande multinationale mondiale de l'industrie agroalimentaire). Pour compléter le panorama des actions de l'ex-distributeur belge pour aider les pays du Sud dans leurs bonnes pratiques et ainsi – comme Delhaize – protéger l'environnement qui nous est vital, une collaboration avec Côte d'Or (propriété du groupe Mondelez) vise une production de cacao durable en Amérique latine, plus précisément au Panama, où les deux multinationales vont toujours plus loin et « s'engagent auprès des communautés en apprenant aux planteurs à mettre en place des projets agricoles respectueux de l'environnement »<sup>5</sup> (Initiative #55). Dans ce projet, Delhaize déclare – au contraire de ce qui est réalisé en Belgique ces derniers mois – avoir ainsi créé (ou soutenu) 150 emplois.

Et c'est donc ainsi que le narratif est devenu « Faire ses courses chez Delhaize, c'est prendre soin de la terre »<sup>6</sup> car (et sans changer un seul mot) : « Grâce à tous ces efforts, nous sommes (très !) fiers de pouvoir vous annoncer qu'en Belgique, nos 763 magasins (supermarchés Delhaize, AD Delhaize, Proxy et Shop&Go) deviennent aujourd'hui, tous, CO<sub>2</sub> neutres. [...] Et sachez que nos efforts ne s'arrêtent pas à nos magasins : nos bureaux ainsi que tous nos entrepôts suivent le même mouvement et deviennent, eux aussi, neutres en carbone. Finalement, nous pouvons confirmer que l'impact écologique du transport généré par nos camions depuis nos centres de distribution jusqu'à nos

1. Carrefour, « Le transition alimentaire pour tous », Rapport d'activités 2018. [En ligne].

2. « Première européenne : Delhaize est le premier distributeur belge à proposer des bananes neutres en CO<sub>2</sub> », Delhaize, 16 janvier 2020. [En ligne].

3. « De la mer à votre assiette, notre assortiment de poisson frais est neutre en CO<sub>2</sub> », Delhaize, 25 janvier 2021. [En ligne].

4. « Une méthode de cuisson plus efficace au Burkina Faso », Delhaize, 21 juin 2023. [En ligne].

5. « Delhaize et Côte d'Or, ensemble pour une production de cacao durable », Delhaize, 21 juin 2023. [En ligne].

6. « Première chaîne de supermarchés neutres en CO<sub>2</sub> de Belgique », Delhaize, 15 avril 2021. [En ligne].

magasins deviendra, lui aussi, bientôt neutre en carbone. Motivés du mieux ? Oh que oui ! Et nous aimerions vous impliquer un maximum dans ce trajet parce que nous sommes convaincus, qu'ensemble, pas à pas, nous pouvons faire la différence pour notre planète ! ».

### La grande distribution s'évertue à la vertu

Nous voici rassurés. Notons au passage qu'un Belge émet autant de gaz à effet de serre que cinq Panaméens, sept Cambodgiens ou encore près de soixante Burkinabès<sup>1</sup>. Ainsi, Delhaize œuvre à la réduction de la pauvreté dans le monde tout en annulant ses (nos) émissions de gaz à effet de serre. Ce dispositif ne tient la route que grâce aux disparités abyssales qui existent dans le monde entre des humains qui par centaines de millions n'ont pas même accès à de l'eau potable (un droit humain fondamental), qui n'ont pas d'alternative au bois comme source d'énergie, et survivent dans une extrême pauvreté (les « sans »), et une minorité d'autres humains, ailleurs, participant d'un système dominant qui perdure artificiellement et profite des extrêmes inégalités pour se maintenir, promet d'être totalement neutre en carbone à très brève échéance, et explique aux « sans » comment préserver leurs écosystèmes qui – soudainement – se révèlent être communs, patrimoine de l'Humanité.

Si Delhaize prend soin de la planète, les autres acteurs de la grande distribution en Belgique (qui sont moins de dix<sup>2</sup> et représentent plus de 95% de notre alimentation) rivalisent d'imagination pour être toujours plus vertueux dans le respect du climat, de l'environnement, des producteurs, du local, de

la santé, du bien-être animal, et du portefeuille des consommateurs.

Ainsi, alors que Carrefour déclarait<sup>3</sup> en 2019 que « 95% des fruits et légumes de saison sont produits en Belgique », il apparaît que le réel est tout autre : 12% des fruits et 32% des légumes proposés à la vente étaient d'origine belge en 2020 et 2021<sup>4</sup>. Simultanément, des drapeaux belges pullulaient dans les rayons fruits et légumes pour indiquer au consommateur la quantité incroyable de produits nationaux proposée par l'enseigne. Un peu trop de drapeaux « noir-jaune-rouge » d'ailleurs puisque – aux quatre coins du royaume – on retrouvait des oignons égyptiens, des concombres espagnols, du maïs sénégalais ou encore des pâtisseries « avec ingrédients d'origines différentes » sous pavillon belge. L'apposition de drapeaux belges un peu partout pour promouvoir des produits en provenance des quatre coins du monde ayant été reconnue comme étant de nature à tromper le consommateur et passible de poursuites en cas de récidive, plus grand-chose n'est belge dans le folder Carrefour de Noël 2023 : 4 articles du rayon boucherie sur les 16 proposés en promotion sont estampillés « Made in Belgium » ; plus aucun produit de la mer n'est belge ; plus aucun légume n'est belge ; plus aucun fruit n'est belge ; et plus aucun fromage n'est belge. En réalité, sur les 66 pages du folder intitulé « Des fêtes extraordinaires à prix extraordinaires », le drapeau belge n'apparaît plus que sept fois. Une prouesse pour une enseigne qui prétend que 95% de ses viandes, fruits et légumes sont belges et qui clame haut et fort dans sa stratégie Act for food « privilégier l'origine belge de nos produits<sup>5</sup> » et « offrir un soutien privilégié aux petits

producteurs locaux<sup>1</sup> ». Voici donc – parmi tant d'autres exemples – la preuve que le distributeur Carrefour ne respecte pas plus ses engagements que ses clients.

En résumé, la grande distribution – dans son entièreté<sup>2</sup> – ne semble avoir aucun égard pour les citoyens que nous sommes. Où que l'on regarde, ce système est responsable d'écocide, de non-respect des travailleurs (directs et en amont), de légèreté quant aux conséquences de ses produits sur la santé des consommateurs dont on sait qu'ils sont de plus en plus nombreux à être victimes de la pandémie de surpoids et d'obésité déclarée par l'OMS<sup>3</sup>. Pour y répondre, les multinationales de la distribution – en bonne intelligence avec celles de l'agro-alimentaire – rivalisent d'ingéniosité pour retarder, influencer et devancer les politiques publiques en proposant notamment une jungle d'éco-scores, de nutri-scores et autres labels.

### Un écosystème alternatif

De ce système captif et nocif ici et ailleurs, que je nomme le « système glyphosate » (du nom de cet herbicide systémique, non sélectif, reconnu cancérigène, mais dont on ne peut/veut pas se passer), de plus en plus de citoyens n'en veulent plus. Ledit système étant tellement puissant, il ne s'agit plus de le combattre frontalement, mais bien de créer un écosystème alternatif, réellement local, respectueux de la Nature, des travailleurs et des biens communs (eau, air, sol, biodiversité).

Ainsi, partout dans le monde, des entrepreneurs, des citoyens et des pouvoirs publics proposent ensemble autre chose, réinventent les pratiques agricoles, le rapport à l'alimentation et les paradigmes économiques. Ils entendent faire en sorte que l'alimentation de qualité ne soit pas réservée à une classe sociale de nantis, que les producteurs ne soient pas écrasés sous le dictat du grand capital et puissent vivre de leur labeur, que les communs de demain ne soient pas vecteurs de maladies et d'inégalités croissantes. Ils entendent ne pas coloniser le futur des jeunes générations et de celles à venir. Ils reconnaissent que la disparition des forêts primaires remplacées par des plantations de cacao, de palmier à huile, ou de soja. n'est pas causée par des communautés locales qui doivent apprendre « à mettre en place des projets agricoles respectueux de l'environnement<sup>4</sup> », mais bien par le « système glyphosate » qui est imposé à toutes et à tous, aux quatre points cardinaux.

Parmi ce nombre incalculable de projets alternatifs concrets, il existe la Ceinture Aliment-Terre Liégeoise<sup>5</sup> (CATL) créée en 2013 en Wallonie. Elle fédère les acteurs de la filière alimentaire, accompagne les porteurs de projets alimentaires, assure la promotion des initiatives locales, et structure les circuits courts de manière à ce que la communauté puisse nourrir la communauté. C'est ainsi qu'est née l'ASBL maraîchère Les Pousses Poussent<sup>6</sup> sur les hauteurs de la Cité ardente dont une partie des récoltes est vendue en direct à des habitants du quartier qui viennent récolter eux-mêmes en auto-cueillette, et une autre est écoulee dans un des trois magasins coopératifs accompagnés par la CATL,

1. Ces données ont été obtenues auprès du Global Carbon Project, « The critical annual update revealing the latest trends in global carbon emissions », 2023. [En ligne].

2. Ozer, P., « La vérité sur le "Made in Belgium" de l'e-commerce alimentaire », ULiège. [En ligne].

3. Kirry, A-C., « En rayon, des légumes "belges" qui sont en réalité importés », *Le Soir*, 20 mars 2019. [En ligne].

4. Ozer, P. *op. cit.*

5. « Privilégier l'origine belge de nos produits », *Carrefour*. [En ligne].

1. « Offrir un soutien privilégié aux petits producteurs locaux », *Carrefour*. [En ligne].

2. Ozer, P. « Le coût CO<sub>2</sub> du réveillon de Noël : au Carrefour des choix », *Marianne Édition Belge*, 14 décembre 2013. [En ligne]. ; Ozer, P. « Joyeux Noël et bonne année (local et de saison) ! », *Tchak !*, 24 décembre 2021. [En ligne]. ; Ozer, P. « De Lavazza à E. Leclerc, le même bla-bla », *Tchak !*, 25 janvier 2022. [En ligne].

3. OMS, *Une alimentation plus saine pour notre planète : un nouvel outil de l'OMS/Europe présente des données visant à susciter des politiques novatrices dans les pays* – Communiqué de presse, 6 novembre 2023. [En ligne].

4. « Delhaize et Côte d'Or, ensemble pour une production de cacao durable », *op. cit.*

5. *catl.be*. [En ligne].

6. Les Pousses Poussent - Maraîchers · non traité, Les petits producteurs. [En ligne].

Les Petits Producteurs<sup>1</sup>, qui offrent aux citoyens des produits locaux, de saison et le plus généralement bio à des prix qui sont similaires, voire inférieurs, à ceux pratiqués dans la grande distribution pour des produits équivalents. Le prix est transparent et juste, car fixé par le producteur lui-même ; et tous les mangeurs savent que 70% du prix final au consommateur revient au producteur. Des projets comme celui-là, il y en a des dizaines en région liégeoise et ils se multiplient ailleurs dans le monde.

Bien sûr, ils souffrent à chaque choc économique, mais ils sont le seul refuge à chaque scandale sanitaire ou, par exemple, en temps de pandémie. Bien sûr, ces alternatives ne bénéficient pas des moyens de propagande du système dominant, à savoir les publicités organisées par d'autres multinationales, mais nous lui opposons des festivals sur la transition alimentaire dans lesquels les citoyens sont sujets et non plus uniquement objets. C'est ainsi que le festival Nourrir Liège<sup>2</sup> a vu le jour en 2017. Il braque depuis les projecteurs sur les différentes alternatives au « système glyphosate » et s'est étendu en 2023 à plus de cent communes en Wallonie, mais aussi à Bruxelles, dans certaines municipalités françaises et jusqu'à Montréal !

Les alternatives existent, elles sont là. De différentes tailles, ces initiatives vont du rucher villageois au poulailler communautaire géré par une vingtaine de familles en passant par la création de forêts nourricières ou l'émergence de potagers collectifs. Des balades à la découverte des plantes sauvages comestibles sont organisées puis suivies d'ateliers cuisine pour toutes et tous. D'autres ateliers se créent autour du pain et des fruits et légumes de saison. Des personnes de toutes les générations et de tous les milieux (re)découvrent le

plaisir de manger sainement à prix abordable, se rencontrent, échangent, partagent leurs savoir-faire et créent à leur tour d'autres initiatives qui sont les leurs. Des grainothèques poussent dans de nombreuses bibliothèques. Le monde de la culture s'en mêle et propose des spectacles d'art vivant, des projections de films, des débats et rencontres en lien avec la nécessaire transition alimentaire. Cela crée du lien et renforce la cohésion sociale. Les gens se parlent. Ils soutiennent le monde paysan de leur région qu'ils connaissent ou ont appris à connaître, et en qui ils ont confiance. Et quand cela s'avère nécessaire, ils sont alors nombreux à s'organiser pour aller à l'encontre de projets d'artificialisation des terres et rejoignent par exemple le réseau Occupons le Terrain<sup>3</sup>.

Maintenant que tous les ingrédients sont de plus en plus réunis pour répondre aux enjeux liés au changement climatique, à l'effondrement de la biodiversité, aux inégalités sociales, et aux autres, il va falloir changer de paradigme : ne plus baser notre système alimentaire sur des besoins créés par l'agrobusiness, sur l'offre, mais bien sur la demande des citoyens. C'est ainsi que – déjà – l'agriculture de proximité rentre dans les cuisines de collectivité au travers des cantines durables<sup>4</sup> dont bénéficient 5.000 enfants dans l'arrondissement de Liège. C'est ainsi aussi que de nombreuses structures échangent, construisent et portent un projet de société à la hauteur des enjeux agricoles et alimentaires actuels et à venir : la sécurité sociale de l'alimentation<sup>5</sup> dans l'objectif de lutter contre la pauvreté et la faim tout en favorisant la transition écologique du système alimentaire. L'avenir est dans notre assiette, pas dans les promotions de vivres provenant de pays lointains ni dans les plats préparés imposés par le « système glyphosate ».

1. [lespetitsproducteurs.be](http://lespetitsproducteurs.be). [En ligne].

2. *Nourrir Liège 2024*, Nourrir l'humanité. [En ligne].

3. [occuponsleterrain.be](http://occuponsleterrain.be). [En ligne].

4. « Cantine et cuisines de Collectivités durables », *Ceinture Aliment – Terre Liégeoise*. [En ligne].

5. Collectif de réflexion et d'action sur une Sécurité Sociale de l'Alimentation (CréaSSA). [En ligne].