

Question de départ : Comment intégrer les consommateurs au sein de la CATL, Comment exprimer leurs engagements, comment leur donner une place

1. Clarification et tour de la question

Pourquoi est-ce une question importante? Qui est concerné par cette question et pourquoi? Quels sont les problèmes identifiés ? Quelles en sont les causes ? Quelles sont les autres questions en lien avec la question de départ que nous pourrions nous poser ?

Dans les AMAP : engagement de consommateurs mais devient plus compliqué si échelle plus vaste
 Comment faire cette intégration d'un point de vue concrète et pratique de manières avantageuses pour tous -conso et productrices.
 Acheter local sans faire 36 magasins est plus réaliste
 Comment s'engager en tant que consommateur, créer ensemble des engagements collectifs et montrer que ça fonctionne

Problèmes

Situation des fermes à proximité ou pas d'axes routiers
 Impliquer les consommateurs et leur faire comprendre les enjeux

Causes

Consommateurs à éduquer (cf. ?)

Autres questions

Quelles sont les attentes de consommateurs ? Sont-ils intéressés dans les circuits courts et sous quelle forme, quelle distribution ?
 Où sont les consommateurs ?
 Comment généraliser et structurer un « espace de rencontre » producteurs - consommateurs ?
 Bonne taille pour une coopérative ? **Ou pour un réseau ?**
 Comment conscientiser et associer un public plus précarisé ?
 Comment créer non pas simplement un nouveau marché mais une nouvelle dynamique et une nouvelle culture ?

4. Suite à la discussion, comment pourrions-nous reformuler cette question ?

« Intégration » est trop abstrait
 CATL est une dynamique => Comment arriver à la mettre en place, comment créer une culture commune entre producteurs et consommateurs, **ainsi que tous les chaînons de la filière, pour répondre à leurs besoins respectifs.**

2. Pistes d'actions - Tout est permis !

Quelles sont les pistes à explorer, les opportunités à saisir, les activités à mettre en oeuvre?

Même les plus folles !

Offrir autre chose aux consommateurs : détente, plaisir de rencontrer le producteur, prend plus de temps, aspect local est important, les pers. se connaissent, synergies autour de l'aliment - lieu de vente sur le lieu de production (à la ferme)
 Espace de rencontre entre consommateurs autour de l'aliment => marché // attention aux horaires pour une accessibilité à la majorité des personnes
 Regroupement de différents producteurs (viande, produits laitiers, légumes) dans un endroit central.
Livrer où se trouvent les consommateurs (ex : entreprises, cantines,...)
 Vente en ligne et livraison dans les entreprises (pour la cantine et le personnel), commande avant 12 h et livraison avant 17h (cf. Coopérative « cobelviande ») 4000 porcs abattus/sem. / engagement de départ=100 euros (préfinancement, préachat)
 => plus facile d'obtenir un prêt ou une garantie auprès des banques
 Bonne communication du producteur sur ces activités
 Créer du lien en proposant des activités (récolter, chercher son panier, etc.), invitation des consommateurs à une dégustation et discussion autour des améliorations possibles
 Réinvestissement des bénéfices dans la coopérative pour financer d'autres projets, proposer aux coopérateurs, pour développer l'activité et la chaîne courte
 Créer des événements où des consommateurs non sensibilisés rencontrent les sensibilisés, Sensibilisation par l'action; Faire des choses qui interpellent.
Inviter les consommateurs à la découverte de projets réussis, des réalisations concrètes.
 Souhait du tout public pour le petit marché
 Dans un GAC : Education permanente - réflexion, visite de producteur, re-acquisition de savoir (faire du pain au levain, de la choucroute, etc.)
 Dans un GAC : dynamique de discussion avec le maraîcher pour comprendre ses difficultés et les besoins des conso
 Demande d'aides par les producteurs mises sur un site WWW.
Affecter du personnel scolaire à l'éducation alimentaire.
Privilégier les pistes de pré-financement d'achats par les consommateurs.

3. Arguments et points d'attention

Quels sont les critères et les conditions à réunir pour que ça se réalise ? Quels sont les leviers ? Les alliances ? Les parties prenantes ?

Re-humaniser la consommation
 Solidarité entre producteurs (un producteur vend les produits d'autres producteurs)
 Etre attentif aux besoins spécifiques des consommateurs
 Limites du producteur
 Mettre en avant la qualité du produit
 Fausses idées sur le prix plus élevé dans les boucheries (étude prix Colruyt vs prix boucheries) => à déconstruire donc
 Intégrer le public précarisé (Comment)
 Sensibiliser les enfants à l'école, cf. projets fruits et légumes dans l'école (européen)
 Volonté politique nécessaire

Un coopérateur n'est pas nécessairement un consom'acteur → attention à ne pas confondre les deux concepts.

Idée(s) surprenante(s), verbatim(s) :

Lieu de livraison novateur dans l'entreprise, commande le matin, livraison l'après-midi, achats pre-payés.....
“Par l'éducation des enfants, même un public plus précarisé peut décider de s'associer à une filière en tant que consom'acteur”.....

3 verbes clés

Rencontrer au-delà de l'acte d'achat Se regrouper	Eduquer les petits	S'entraider réhumaniser
--	---------------------------	--------------------------------