

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 ?

- La consommation de produits locaux est actuellement marginale. Pour **toucher un public plus nombreux et plus diversifié** (pas uniquement les militants), il faut donc notamment trouver de nouvelles formes de distribution.
- **La plupart des producteurs veulent se concentrer sur leur production.** « On ne peut pas être à la fois au champ et sur le marché » d’après un des participants. Ils voient donc la commercialisation de leurs produits surtout comme une charge. Et ils sont donc en demande de solutions innovantes pour avoir le confort de voir leurs produits vendus sans qu’ils aient à se préoccuper de cette question.
- Si on veut faire ses courses avec des produits uniquement locaux, on est obligé de faire au moins 200 km par semaine parce que les produits ne sont pas distribués au même endroit. C’est un problème parce qu’il faut avoir un véhicule et parce que ça pollue évidemment. **Avoir accès à l’ensemble des produits locaux en un seul lieu** serait donc appréciable.

À priori intéressant pour les producteurs (écoulements) et pour toucher un plus large public, mais...est-ce un piège ? En qu'en est-il moralement ?

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

Comment vendre les produits locaux en touchant le grand public mais sans rémunérer les actionnaires des grandes surfaces capitalistes ?

Comment la distribution de la production garantissant la souveraineté alimentaire peut-elle garantir la souveraineté économique ?

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 !

- **La première possibilité est de distribuer les produits locaux dans les grandes surfaces classiques actuelles** (voir l’initiative de la Province de Liège au Carrefour d’Herstal). Ça permet de toucher le grand public mais ça pose deux problèmes. D’une part, la création de richesse locale servirait alors à rémunérer les actionnaires de grands groupes capitalistes. C’est un peu en contradiction avec la philosophie des circuits courts. D’autre part, lorsque la grande surface devient le seul débouché d’un producteur, celle-ci acquière alors un pouvoir de négociation trop important qui lui permet de faire pression sur les prix.

- Une autre option est de **créer des « grandes surfaces alternatives »**. Ces grandes surfaces pourraient s’inspirer des grandes surfaces coopératives italiennes ou suisses. Elles permettraient de toucher le grand public (parce qu’elles proposent une gamme complète de produits comme les grandes surfaces classiques) tout en remédiant aux problèmes de la rémunération d’actionnaires (vu la structure coopérative) et au pouvoir de négociation de la grande surface (vu que les producteurs seraient partenaires de la coopérative).

Exemples : Aveve ? Coop. Italie ?

Intermédiaires possibles : distributeurs ôtrement bon, coopérative de consommateurs, coopérative ardente,...

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 ?

- Il faut que la CATL vive longtemps et qu’un **groupe de porteurs de projet** se lance.
- Il ne faut pas lancer le projet à la légère, et notamment que le **plan financier** soit solide et tienne la route.
- Il faut voir quel sera le **soutien des pouvoirs publics**. Ce soutien peut s’exprimer sous forme de subsides ou de mise à disposition d’endroits (exemple de Seraing, Mercantino ?).

La stratégie de passer transitoirement par les grandes surfaces est-elle valable ou non ?
-> Attention au piège de ne jamais en sortir, de rester « calé » pieds et poings liés.

Idée(s) surprenante(s), verbatim(s) : :-).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3 verbes clés

--	--	--