



# COMPTE RENDU : COMITÉ CITOYEN DE L'ALIMENTATION #10

SAMEDI 22 AVRIL 2023

## Thème de la séance :

>> Conventonnement et liens avec les producteurs.rices

## OBJECTIF(S) DE LA SÉANCE

- VISITE DE LA FERME URBAINE COLLECTIVE DE LA CONDAMINE
- FAIRE LE POINT SUR LES ACTUALITÉS DE L'EXPÉRIMENTATION (POINT TIRAGE AU SORT + OUVERTURE DU COMITÉ CITOYEN).
- ÉCHANGES AVEC LES PRODUCTEUR.RICE.S ET APPRÉHENDER LES ENJEUX DE LEUR MÉTIER
- DÉFINIR UNE GRILLE DE CRITÈRES POUR LES LIEUX DE CONVENTIONNEMENT + RETOURS SUR LES VISITES DE POINTS DE VENTE.

## 1) TEMPS D'ÉCHANGE AVEC LES PRODUCTEUR.RICES

LA DISCUSSION S'EST DÉROULÉE SOUS LA FORME D'UN CERCLE SAMOAN.

LE CERCLE SAMOAN C'EST QUOI ? UN GRAND CERCLE (OÙ L'ON ÉCOUTE) PUIS UN PETIT CERCLE (OÙ L'ON PARLE) À L'INTÉRIEUR DE CE DERNIER. ON Y MET 5 CHAISES (2 POUR LES PRODUCTEUR·ICE·S + 2 POUR LES MEMBRES DU COMITÉ OU INVITÉS). UNE CHAISE DOIT TOUJOURS RESTER LIBRE POUR PERMETTRE À UNE PERSONNE D'INTÉGRER LE CERCLE ET LA DISCUSSION QUAND ELLE LE SOUHAITE. QUAND UNE PERSONNE S'ASSOIT, UNE AUTRE SE LÈVE POUR LAISSER SA PLACE À UNE AUTRE.

MOMENT D'ÉCHANGE AUTOUR DE LA QUESTION : *COMMENT LA CAISSE ALIMENTAIRE COMMUNE, PAR LE BIAIS DU CONVENTIONNEMENT POURRAIT RÉPONDRE AUX ENJEUX AUXQUELS FONT FACE LES AGRICULTEUR.RICE.S ?*

LES PRODUCTEUR·RICE·S PRÉSENT·E·S ÉTAIENT GIULIA, LÉA, DOMINIQUE, MARTIN, THOMAS, DAVID, JÉRÉMY.

### LES BESOINS, RETOURS ET RECOMMANDATIONS DES PRODUCTEUR·RICE·S :

- BESOIN D'ENGAGEMENT DE LA PART DES CONSOMMATEUR·RICE·S POUR PLUS DE VISIBILITÉ SUR LEUR VENTE ET DONC LEUR REVENU (CAR LA SITUATION DES PRODUCTEUR·RICE·S EST ASSEZ PRÉCAIRE ET TEND À LE DEVENIR DE PLUS EN PLUS EN RAISON DU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE). OPÉRATIONS D'ACHAT-REVENTE INDISPENSABLES POUR COMPLÉTER LES PANIERS QUAND LA PRODUCTION EST INSUFFISANTE.
- IMPORTANT SELON DAVID DE DEMANDER AUX PRODUCTEUR·RICE·S QU'ON CONVENTIONNE LEUR GESTION DE L'EAU, C'EST NÉCESSAIRE POUR EUX·ELLES DE POSER CES QUESTIONS.
- LE DOMAINE DE MIRABEAU EST INTÉRESSÉ POUR ÊTRE CONVENTIONNÉ PAR LA CAISSE ET SOUHAITE ÊTRE ASSURÉ DE BIEN VENDRE LEUR PANIER. LE DOMAINE SOUHAITE VENDRE SES PANIER AU SECOURS CATHOLIQUE ET PAS EN VENTE DIRECTE À LA FERME (C'EST PAS INTÉRESSANT POUR EUX·ELLES.)
- LES PRODUCTEUR·RICE·S NE SOUHAITENT PAS NÉCESSAIREMENT DE "COUPS DE MAIN" OU ALORS DE MANIÈRE PONCTUELLE EN CAS DE GROS BESOIN. DE PLUS CELA POSE PROBLÈME AU NIVEAU DE LA LOI, C'EST CONSIDÉRÉ COMME DU TRAVAIL DISSIMULÉ DE FAIRE TRAVAILLER BÉNÉVOLEMENT DES PERSONNES SANS LES RÉMUNÉRER.
- PLUTÔT LEUR APPORTER DU SOUTIEN SUR LE PLAN MORAL POUR ÉVITER LEUR ISOLEMENT (ÇA PEUT SE FAIRE PAR EXEMPLE EN ALLANT LES VOIR ET PASSER 1H OU 2H AVEC EUX·ELLES ET DISCUTER).

- LES CRITÈRES DE CONVENTIONNEMENT DOIVENT METTRE LE RESPECT AU PREMIER PLAN, À TOUS LES NIVEAUX: SOCIAL, ENVIRONNEMENTAL, ÉCONOMIQUE, AGROÉCOLOGIQUE... NE PAS FAIRE RÉFÉRENCE AUX LABELS. PRIVILÉGIER L'HUMAIN, LA TOLÉRANCE, PRENDRE EN CONSIDÉRATION LE TEMPS NÉCESSAIRE POUR AMÉLIORER LES PRATIQUES. BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT.
- MARTIN EST INTÉRESSÉ PAR LE PROJET SURTOUT SUR LE PLAN « POLITIQUE »; IL PRODUIT EN BIO MAIS EST GÊNÉ DE VOIR QUE LA MAJEUR PARTIE DES ACHATS DE SES PRODUITS SONT EFFECTUÉ PAR DES PERSONNES PLUTÔT AISÉES.
- LA MEILLEURE FAÇON POUR LES CONSOMMATEUR·RICE·S D'AVOIR CONFIANCE EN CE QU'ILS·ELLES MANGENT C'EST DE S'INTÉRESSER AUX PRODUCTEUR·RICE·S, À CE QU'ILS·ELLES FONT ET PRENDRE LA DIMENSION HUMAINE EN COMPTE.
- S'INTÉRESSER AUX PRODUCTEUR·RICE·S QUI AGISSENT DÉJÀ SUR LA VILLE AVANT D'ESSAYER D'EN "FAIRE VENIR" D'AUTRES.
- LES CONSOMMATEUR·RICE·S DOIVENT ÊTRE CONSCIENT·E·S DE LA PRODUCTION PARFOIS IRRÉGULIÈRE PRODUCTEUR·RICE·S
- "MÊME S'ILS SONT BRICOLEURS, LES PAYSAN·NE·S ONT AUSSI BESOIN D'AIDE DE COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES: TECHNICIEN·NE·S, MÉCANOS, PLOMBIERS... ATTENTION AUX BOUTIQUES SOI-DISANT « ÉTHIQUES »; CERTAINES FONCTIONNENT SUR LE DOS DES PRODUCTEUR·RICE·S."

## INTERVENTION NICOLAS BRICAS- CHERCHEUR AU CIRAD

### RECHERCHE SUR LES QUESTIONS DE SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, ALIMENTATION DURABLE :

L'ÉVOLUTION RÉCENTE A CRÉÉ DE LA DISTANCIATION PAR RAPPORT À L'ALIMENTATION. GÉOGRAPHIE, INTERMÉDIAIRES, CONNAISSANCES, POLITIQUE (PERTE DE POUVOIR SUR LE SYSTÈME)...L'OBJECTIF EST DE RETROUVER DES PROXIMITÉS ET REPENDRE LE POUVOIR SUR LE SYSTÈME.

ON NE PEUT NOURRIR MONTPELLIER AVEC LA SURFACE AGRICOLE DE L'HÉRAULT. LES PEUPELEMENTS NE SE FONT PLUS LÀ OÙ IL Y A CAPACITÉ À PRODUIRE. DONC NOUS SOMMES OBLIGÉS DE CONSTRUIRE DE LA CONFIANCE DANS LA DISTANCE. IL Y A AU SEIN DU CC ET CHEZ LES PRODUCTEUR·RICE·S UNE TENTATION DE SE PASSER DES LABELS, MAIS SURTOUT UNE ENVIE DE CONFIANCE INTERPERSONNELLE. NICOLAS CONSEILLE DE CONSTRUIRE, COMME POUR LES COTISATIONS À LA MONA, DES REPÈRES MAIS SURTOUT PAS DES GRILLES DE CRITÈRES. LE COMITÉ CITOYEN POURRAIT DÉFINIR DES REPÈRES ET LES FAIRE ADOPTER PAR UNE VILLE COMME MONTPELLIER... ?

IL Y A LES PRODUCTEUR·RICE·S MAIS AUSSI LES TRANSFORMATEURS ET LES MAGASINS...NE PAS LES OUBLIER DANS LA RÉFLEXION CAR L'OBJECTIF DE L'EXPÉRIMENTATION EST D'INVENTER UNE AUTRE FAÇON DE CONSTRUIRE UN SYSTÈME ALIMENTAIRE.

CITATION DE BRUNO LATOUR : « LE TERRITOIRE N'EST PAS L'ESPACE OÙ L'ON VIT MAIS L'ESPACE DONT ON VIT ».

## 2) TRAVAIL SUR LE CONVENTIONNEMENT

RESTITUTION DE LA SÉANCE DE TRAVAIL INTERMÉDIAIRE QUI S'EST DÉROULÉE ENTRE LE COMITÉ CITOYEN DU 25 MARS ET CELUI DU 22 AVRIL. LORS DE CETTE SÉANCE DE TRAVAIL, LES MEMBRES DU COMITÉ CITOYEN ONT PU ÉLABORER DEUX GRILLES DE 4 GRANDS CRITÈRES À CHAQUE FOIS.

- LA PREMIÈRE GILLE CONCERNE LA PRATICITÉ DU LIEU, ELLE COMPREND L'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE, L'ACCESSIBILITÉ ÉCONOMIQUE, LA DIVERSITÉ DES PRODUITS ET L'INTÉRÊT DE LA STRUCTURE POUR LE PROJET.
- LA DEUXIÈME GRILLE CONCERNE L'ALIMENTATION DURABLE ET COMPREND LE LOCAL ET LA SAISONNALITÉ, LES INTERMÉDIAIRES, LA QUALITÉ ET LA GOUVERNANCE.

*CES GRILLES SONT DES ÉBAUCHES ET NE SONT DONC PAS DÉFINITIVES. IL S'AGIT PLUTÔT D'UNE FEUILLE DE ROUTE.*

CRITERES « ALIMENTATION DURABLE »			
LOCAL			
Métropole de Montpellier/ au plus près de ce qui existe	Produit dans un rayon de 150km	Origine France	Provenance inconnue / provenance absurde (ex : tomates d'Espagne, du Pérou, de Bretagne...)
INTERMEDIARES			
Vente directe /connaissance-confiance avec le-la producteurice	Circuit court (1 intermédiaire)	Nombre d'intermédiaires connu	Intraçable
QUALITE			
Labellisé Nature&Progrès / AB/ Démeter (s'appuyer sur des acteurs relais pour s'informer sur les conditions de production des producteurs locaux)	Autres démarches de qualité. Transparence sur les conditions (élaboration d'un petit questionnaire sur les pratiques agroécologiques ?)		Aucune attention à la qualité des produits
GOUVERNANCE			
Structure coopérative (dirigée par les producteurices et consommateurices) > ex : marché paysan ; boutique paysanne ...	Producteurices, travailleur-ses et/ou consommateurices associé.es à la gouvernance. Producteurices fixent leurs prix	Transparence sur les marges et bénéfiques	Opacité de la gouvernance et de la construction des prix. Déséquilibre des pouvoirs et des revenus
CRITERES « PRATICITE »			
ACCESSIBILITE PHYSIQUE			
Lieu accessible pour différents publics (transport en public, vélo, tram) ; accessibilité mobilité réduite; lieu situé dans une zone où il n'y a pas encore d'offre conventionnée ; possibilité de livraison	Lieu accessible en transport en public, ou en vélo, ou en voiture		Accessibilité très compliquée
ACCESSIBILITE ECONOMIQUE			
Démarche pour rendre accessibles les produits aux consommateurices	Prix incluant des marges raisonnables		Prix trop éloignés du prix du marché
DIVERSITE DES PRODUITS			
Faire l'ensemble de ses courses dans un endroit. Possibilité de s'approvisionner en vrac		Un seul produit à la vente	
INTERET DE LA STRUCTURE POUR LE PROJET			
Intérêt marqué	Intérêt modéré (réserves)		Pas intéressé

--> À PARTIR DE CETTE GRILLE, DES MEMBRES DU COMITÉ CITOYENS VOLONTAIRES SE SONT DÉPLACÉS DANS 7 POINTS DE VENTE ET ONT PU EN SE FIAN À CETTE GRILLE DÉTERMINER SI OUI OU NON CES POINTS DE VENTE RESPECTAIENT LES CRITÈRES ÉLABORÉS PAR LE COMITÉ.

### LES 7 POINTS DE VENTE SONT :

**BIOCOOP**  
**FOLLE-AVOINE**  
**COMPAGNONS DE MAGUELONE**  
**TERRA COPA**  
**CRÉMERIE MAGUELONE**  
**LOCAVORIUM**  
**PIMP-UP**

À PARTIR DE CETTE GRILLE, DES MEMBRES DU COMITÉ CITOYENS VOLONTAIRES SE SONT DÉPLACÉS DANS 7 POINTS DE VENTE ET ONT PU EN SE FIAN À CETTE GRILLE DÉTERMINER SI OUI OU NON CES POINTS DE VENTE RESPECTAIENT LES CRITÈRES ÉLABORÉS PAR LE COMITÉ.

ILS ET ELLES ONT LORS DU COMITÉ DU 22 AVRIL PRÉSENTÉ EN PLÉNIÈRE CE QUI RESSORTAIT DE CES VISITES ET SI OUI OU NON IL ÉTAIT SOUHAITABLE DE LE/LES CONVENTIONNER TOUT EN ÉNONÇANT LES ARGUMENTS EN FAVEUR OU LES ASPECTS PLUS NÉGATIFS DE CES POINTS DE VENTE. C'EST CE QUI RESSORT DU **TABLEAU CI-DESSOUS**. PLUS LES POINTS DE VENTE SELON LES CRITÈRES ÉLABORÉES (LOCAL, INTERMÉDIAIRE, QUALITÉ, GOUVERNANCE, ACCÈS PHYSIQUE, ACCÈS ÉCONOMIQUE, DIVERSITÉ, INTÉRESSÉ) SE SITUENT SUR LA DROITE MOINS LES CRITÈRES SONT RESPECTÉS.

LOCAL ?

INTERMÉDIAIRES ?

QUALITÉ ?

GOUVERNANCE

ACCÈS PHYSIQUE ?

ACCÈS € ?

DIVERSITÉ ?

INTÉRESSÉ ?

