



Vers un autre modèle de production et de distribution?

Mardi 24 mai 22, 8h, journal

- 1/3 des fruits et légumes avec des résidus de pesticides
- Les grandes entreprises des biens essentiels ont enregistré des profits records
- Huile de Tournesol commercialisée en circuit court en Gaume

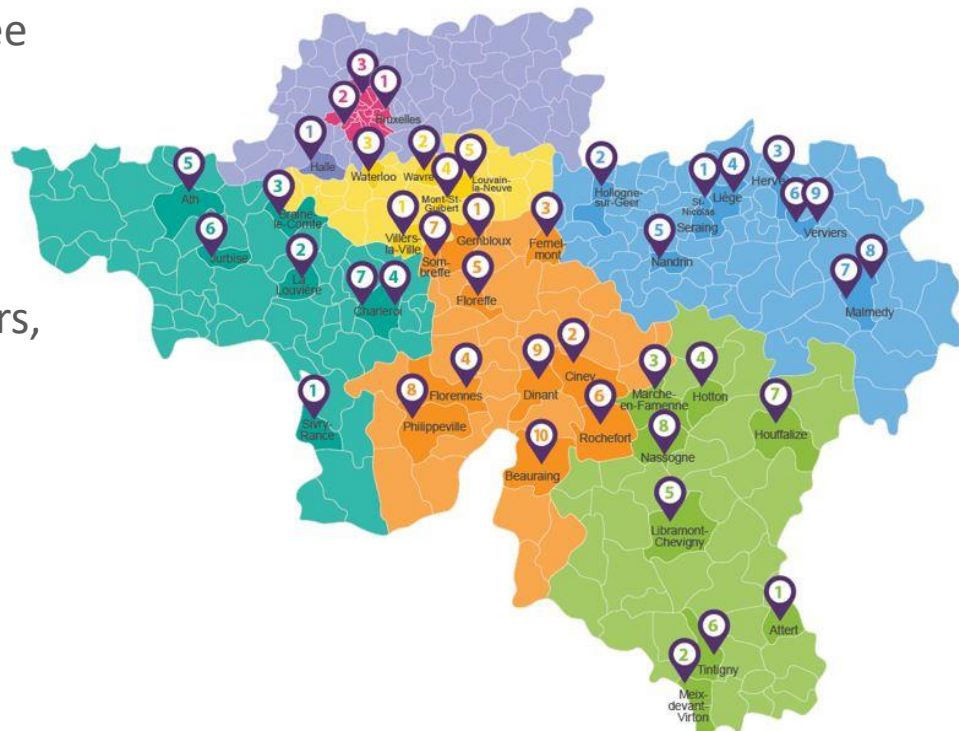


CC selon 5C:

Agriculture paysanne, qualité différenciée,
agroécologie, économie sociale et relocalisée
(épicerie de village)

5C aujourd'hui:

- 43 membres (34 coopératives, 9 asbl)
- Producteurs, consommateurs, distributeurs, mixtes
- 157 ETP, 11.623 coopérateurs, 1.190 producteurs
- B2C (30 coop) et B2B (12 coop)
- C.A.: 31,4 M€
- 13% de la consommation des ménages



Impacts des crises sur le CC

Crise COVID-19:

- ▶ Engouement pour le CC
- ▶ + 30 à 50%
- ▶ Multiplication d'initiatives CC

Sortie de crise COVID-19

- ▶ De l'ordre de -20 à -40%
- ▶ Plusieurs coopératives en crise
- ▶ Report de projets ou investissements

Crise ukrainienne/de l'énergie :

- ▶ Inflation
- ▶ Marchés mondiaux perturbés
- ▶ Résilience des CC

a Circuit court: «Notre clientèle a triplé en deux semaines»

En pleine crise du coronavirus, la population se tourne davantage vers les petits producteurs. De bon augure pour «l'après»?

Antoine VIDUA

Publié le 01-04-2020 à 06h00



ON N'EST PAS DES PIGEONS Le circuit court résiste-t-il au déconfinement ?



Circuit court et produits bio, les commerçants locaux constatent une nette baisse des ventes



23 mai 2022 à 14:00 - mise à jour 23 mai 2022 à 14:00 4 min

Par Arno Coles avec RTBF, Matelé, Bxl, TV Lux et Vedia

Facteurs déterminants sur les comportements des consommateurs

- ▶ **Habitudes des consommateurs** (rythme, facilité, télétravail,...)
- ▶ **Pouvoir du marketing et message brouillé** par les GMS sur le CC
- ▶ Perception sur **les prix**
- ▶ **Nivellement par le bas** sur la qualité (alimentation = variable d'ajustement)

a Circuit court: "On doit lutter contre le greenwashing des grandes enseignes"

Et si, face à l'inflation, le circuit court représentait le dernier rempart? Et si le secteur ripostait en termes de com', face aux grandes enseignes?

Interview : Pascale Serret, P.S.

Publié le 19-02-2022 à 07h00



- ▶ **Diversification** des canaux de commercialisation (magasins, e-shop, B2B)
- ▶ **Multiplier les atouts:** augmenter les gammes (local, bio, vrac,...), CC, coopératif,...
- ▶ **Communication:** Se démarquer, montrer la valeur ajoutée (création d'une marque CC/ES)
- ▶ **Plaidoyer:** Quel modèle soutenir pour assurer des systèmes alimentaires plus durables et résilients? Responsabilités des pouvoirs publics...



- ▶ **Rééquilibrer les conditions et soutiens** en faveur des circuits courts (AFSCA, Coup de pouce, communication...)
- ▶ **Stimuler les échanges de bonnes pratiques** et la mutualisation de certains services (IT, transport,...)
- ▶ **Reconnecter** la production avec une logistique de proximité
- ▶ **Lever le blocage du foncier agricole** pour un essaimage des initiatives



Opportunités pour le secteur

- ▶ **Plan de relance** (fiches 198, 199, 200)
- ▶ **Les collectivités** (coup de pouce, exception alimentaire,...)
- ▶ **Résilience du modèle** face aux crises

Un écart de prix qui se réduit avec la grande distribution ?



Récolte de chicons à la coopérative des jardins d'Arthey. Tous droits réservés

Accessibilité à une alimentation durable pour tous

Quelques exemples:

- ▶ **BEES coop – CPAS de Schaerbeek:** 20 parts de coopérateurs pour personnes âgées et précarisées (SSA)
- ▶ **Agricovert:** système de l'euro solidaire, collaboration avec 4 épiceries solidaires, fonds d'appui pour les producteurs en difficulté, soupe avec les équipes solidaires, pain suspendu.
- ▶ **Paysans-Artisans pour tous:** bons solidaires, collaboration avec l'épicerie sociale de la Croix Rouge de Floreffe

