

Société | Ouverture de la Coop Paysanne à Lormont : Pour le respect du producteur... et du client



Dans les cartons depuis novembre 2011, la Coop Paysanne de Lormont va enfin voir le jour. Ouvert place Magendie à partir du 10 août, le commerce, à mi-chemin entre épicerie et supermarché proposera une sélection de produits frais, traditionnels et de saison, commercialisés au sein d'un système de vente directe et de circuit court. Un mix inventif de modernité, d'attachement au terroir et d'économie sociale et solidaire.

A deux pas du tram, un nouveau commerce de proximité

A la Coop, les clients pourront trouver une bonne partie des denrées "classiques" vendues par la grande distribution. Vins, bières et conserves, thés, cafés, miel ou confitures garniront les étagères. Des fontaines à jus de fruits permettront aux clients de se servir sur un principe de bag-in-box – une première à Bordeaux. Le rayon boucherie exposera lui une vaste sélection de produits, et notamment de viande bazadaise, le produit-phare de l'établissement).

Ouvert 6 jours sur 7, le commerce sera associé tous les jeudis matins à un marché de producteurs. « L'intérêt pour nous, c'est de proposer là-bas ce qu'on ne peut pas vendre à l'intérieur » Fleurs, pâtisseries, poissons et fruits de mer seront au rendez-vous. « On envisage même d'ouvrir l'espace à des producteurs de la France entière, alors qu'à l'intérieur on se concentre exclusivement sur le local. »

Un mode de distribution alternatif

La Coop paysanne ramène un peu d'éthique dans les choix de consommation. Labellisée Economie Sociale et Solidaire, l'entreprise redistribue ses profits et bannit les hauts salaires. Elle fait aussi le choix d'employer des salariés issus en grande partie de Lormont, et de réfléchir aux problématiques de l'insertion. « On cherche à être très attentifs aux moins de 26 ans, et aux plus de 50 ans. On privilégie les CDI sur les CDD. On donne leur chance

aux stagiaires et aux apprentis, par exemple en développant nos relations avec les écoles agricoles pour tout ce qui concerne la boucherie »

Le versant social est très présent. « On continue aussi notre intégration dans la commune » poursuit Cédric Crance. Les fruits et légumes cultivés par le centre social de Lormont auront leur stand à l'intérieur du magasin, afin d'écouler leur production, mais aussi de simplement promouvoir leur action.

Si le bio n'est pas la priorité des créateurs de la Coop, son cahier des charges s'en rapproche. Beaucoup des exploitations avec lesquelles ils travaillent fonctionnent sur le mode de l'agriculture raisonnée. Le circuit-court est toujours privilégié. « Même si nous ne sommes pas dans une notion de km comme dans le bio, 80 à 90% de nos producteurs sont girondins » explique Yvon Crance.

Une démarche responsable

Tout repose sur une logique d'action conjointe avec le producteur, pour certains associés et propriétaires du magasin. « Un principe fondamental : on n'achète rien. Le producteur expose chez nous, c'est lui qui fixe ses prix, qui est maître de l'offre. On leur procure une sécurité de distribution qu'ils n'ont jamais eue jusqu'ici ». Une donnée essentielle dans l'élevage, où les décisions doivent être prises 4 à 5 ans à l'avance. Sans stabilité, ces anticipations deviennent impossibles. Pour les soutenir encore davantage, les créateurs de la Coop imaginent aujourd'hui un système d'avance de trésorerie.

« Un client n'est pas qu'un porte-monnaie, il y a d'autres choses en jeu. Des valeurs, par exemple » appuie Yvon Crance. « On redonne aux producteurs une sécurité qu'ils ont perdue avec l'agroalimentaire. Chez nous, le producteur a le temps de faire ce qui lui plaît avec liberté. Il y a l'idée qu'il vend son produit, complètement disparue avec la grande distribution. On est très fiers de leurs produits. On les connaît, on communique autour d'eux, on échange ». Pour une fois, la reconnaissance revient au producteur, et l'anonymat est brisé. Un geste salvateur pour des agriculteurs et des éleveurs qu'Yvon et Cédric Crance décrivent comme souvent sous-pression, découragés, niés dans leur travail.

Innover, sans détruire

Si le projet cherche à renouer avec des valeurs et des modes de consommation oubliés, il le fait sans passésisme. *La Charrette*, un site internet sur le principe du Drive, permettra aux clients qui choisissent de faire leurs courses sur Internet de venir retirer leur commande à un guichet spécial. Le principe n'est pas neuf, mais les autres commerces bio ou estampillés « local » de la région ont le défaut, selon Cédric Crance, de rester trop difficiles d'accès.

« Les paniers sont disponibles à des moments précis et sur des fourchettes assez courtes, généralement à des heures où les gens travaillent. Ici, on fait en sorte de leur simplifier la vie en les laissant venir quand ils veulent... et surtout quand ils peuvent. On leur laisse aussi le choix de ce qu'ils achètent, sans fixer le contenu des paniers » Une accessibilité plus grande encore est à l'étude. 2016 devrait voir arriver un système de casiers, qui permettrait aux clients de retirer leurs commandes un peu partout dans l'agglomération bordelaise.

Acheter moins, manger mieux.

La Coop paysanne ne s'adresse pas qu'aux plus aisés. Ses créateurs luttent contre l'illusion qu'un commerce de ce type est inaccessible au porte-monnaie moyen. « Notre objectif, c'est que les gens consomment moins et mieux, avec le même budget ». La philosophie est simple : quand c'est bon, on a besoin de moins « Ce que je dis toujours, c'est qu'on vit bien mieux avec 100g de bonne viande, qu'avec 200g de viande dégueulasse » résume Yvon Crance avec un sourire. « Notre rôle, c'est de faire goûter la nourriture aux clients. Qu'ils comprennent d'eux-mêmes la différence »

Déjà, certains retours du marché Magendie lancé fin mai résonnent comme des encouragements « On se rend compte que sur de la qualité, les gens ne sont pas forcément regardants sur le prix. Ils préfèrent acheter un peu moins. » L'intérêt est de désapprendre certains des automatismes que des années de courses en supermarché ont inscrit en nous. Chercher la promotion la plus spectaculaire, comparer les prix au centime près, pister les autocollants « 1€ » sur les emballages des fruits et légumes devient une course vaine, si l'on oublie comment tous ces aliments ont été produits. Les produits alimentaires sont le fruit d'un travail ; ils demandent non seulement de l'argent, mais aussi du temps, de l'attention, un savoir-faire. A trop chasser les bonnes affaires, c'est cet investissement humain que l'on détruit.

Plus d'infos sur : coop paysanne.fr

Joséphine Duteuil

Crédit Photo : Joséphine Duteuil

Publié sur aqui.fr le 22/07/2015

[Url de cet article](#)