

# Quand les consommateurs assument le commerce

La vente directe par les producteurs n'est pas la seule voie pour supprimer les intermédiaires commerciaux. L'intégration verticale peut aussi venir du haut de la filière de création de valeur ajoutée. En Suisse, des consommateurs de plus en plus nombreux s'organisent en coopératives d'achat en ayant pour but d'acheter leurs denrées alimentaires directement chez les producteurs et les transformateurs et de se rendre indépendants des grandes structures commerciales.

**W**ow, vous avez autant de coops en Suisse», s'étonnait ma collègue Angela de Californie une fois qu'elle me rendait visite à Zurich. Comme beaucoup d'Américains et d'Américaines, Angela a une conscience écologique et politique prononcée. Le fait que des consommateurs et des consommatrices se regroupent là-bas en ce qu'ils appellent les foodcoops pour commander leurs produits directement aux paysans et aux petites entreprises de transformation est répandu dans certains cercles. J'ai alors dû expliquer à Angela que ce qui se cache derrière toutes ces enseignes orange de la Coop n'est pas ce qu'elle comprend par foodcoop mais une chaîne de supermarchés des plus normales.

## Les différentes formes de foodcoops

Les foodcoops sont des coopératives d'achat. Des consommatrices et des consommateurs se regroupent pour organiser ensemble leur approvisionnement en produits alimentaires et en articles d'usage quotidien. Il existe différentes formes de foodcoops. La simple coopérative d'achat est la forme d'organisation la plus petite et la moins compliquée. Elle va bien pour des petits groupes qui regroupent leurs commandes et livraisons et répartissent tout de suite les marchandises. Les coopératives d'achat et de stockage nécessitent un peu plus d'organisation et leur gestion implique davantage de travail. L'avantage est que les marchandises sont plus flexiblement disponibles pour les membres et que l'entrepôt devient un lieu social de rencontre. Il y a aussi les magasins coopératifs qui, comme leur nom l'indique, sont des magasins gérés par une coopérative dont seuls les membres peuvent faire des achats. Et enfin, les communautés consommateurs-producteurs comme les ACP (projets d'Agriculture Contractuelle de Proximité) tombent aussi dans la catégorie des foodcoops.

spu/mp

Quoi qu'il en soit, la Coop remonte réellement à un regroupement de coopératives de consommateurs, donc à des vraies «coops». Il y avait en Suisse de nombreuses coopératives de ce genre vers le milieu du dix-neuvième siècle. Une quarantaine d'entre elles se sont regroupées en 1890 pour former l'Union suisse des sociétés de consommation (USC) qui accoucha plus tard de la Coop. Et même si le grand distributeur s'est beaucoup éloigné des coops au sens où les comprend Angela, il y a aujourd'hui encore toujours – ou pour mieux dire de nouveau – quelques coopératives d'achat en Suisse.

## Une ancienne idée qui revit

L'idée a vécu une certaine renaissance dans les années 1970. Vu qu'il n'y avait alors pas de produits bio dans chaque supermarché, les coopératives d'achat



Christoph Meier: «Il faudrait une plateforme qui coordonne les échanges entre les foodcoops et les producteurs.»



étaient pour les citadins souvent la seule possibilité de s'en procurer. Elles se sont souvent développées parallèlement à des projets d'agriculture contractuelle et de coopératives d'abonnements de légumes. Les limites entre les deux approches sont donc historiquement assez floues.

Ces derniers temps, de plus en plus de jeunes gens voient aussi dans les coopératives d'achat une voie pour l'achat durable des denrées alimentaires. Les motivations qui poussent actuellement des gens à se regrouper sont aussi diverses que les formes d'organisation qui en découlent. Chez certains ce sont des convictions politiques qui se trouvent au premier plan: «Nous voulons offrir une alternative aux structures commerciales axées sur le profit qui sont responsables des scandales alimentaires et des crises économiques», explique par exemple Fredy Meier de la foodcoop Comedor à Zurich (voir interview pages 6 et 7). Chez d'autres il s'agit plutôt de poursuivre le développement du système d'écoulement des produits bio comme c'est le cas pour Tor 14, la plus ancienne des nouvelles foodcoops de Zurich. «Au début nous cherchions surtout des produits biologiques frais abordables. L'offre des magasins bio ne correspondait alors pas à nos attentes en matière de fraîcheur, de prix et de choix dans les fruits et des légumes», se souvient Chri-

Photo: Markus Spuhler



Photo: Marion Nitsch

Les membres peuvent composer leur abonnement de produits frais selon leurs besoins personnels.

stoph Meier, qui a commencé en outsider à travailler dans l'alimentation bio après ses études. C'est ensuite en 2006 qu'il a créé avec Tinu Balmer à la Tor (porte) 14 de l'ancienne gare des marchandises de Zurich-Aussersihl la foodcoop du même nom. Les deux compères dirigent toujours l'entreprise ensemble. Balmer est en plus collaborateur de la communauté agricole Dunkelhölzli de Zurich.

### Peu de surplus même pour les produits frais

«Il y avait au centre du concept notamment l'idée de distribuer des produits biologiques frais sans devoir jeter des surplus», raconte Meier. «Les produits frais sont toujours notre point fort. Les membres peuvent se tailler leur abonnement sur mesure en fonction de leurs besoins avec des légumes, des fruits, des produits laitiers, du pain, du tofu et de la viande.» Les collaborateurs de Tor 14 commandent ensuite exactement les quantités nécessaires. «Il n'y a donc que très peu de surplus, et en plus on peut en général les écouler auprès des membres qui n'ont pas d'abonnement.» Tor 14 est ouvert trois fois par semaine: le mercredi soir, le jeudi soir et le samedi après-midi. En plus des abonnements il y a un entrepôt avec des produits alimentaires de base, des produits de longue conservation

et des articles de ménage où les membres peuvent se servir.

### Commercer directement avec les producteurs est un défi

«Lors de la création, un des buts était de s'approvisionner seulement en direct auprès des producteurs et des transformateurs», se rappelle Meier. «Mais c'était très difficile, et au début nos structures ne nous ont pas permis d'y arriver.» Mais Tor 14 travaille depuis lors entre autres avec la ferme Blum, à Samstagern ZH, qui livre régulièrement à Zurich des légumes, des fruits, des œufs et du schnaps au nouveau local situé près de l'Helvetiaplatz. «Tor 14 est devenu mon deuxième plus gros client», dit Martin Blum, «pour moi c'est génial: j'ai un écoulement continu à un très bon prix.» Il pense que les quantités seraient peut-être un peu petites pour une ferme plus grande. «Mais c'est idéal pour nous et nos 13 hectares.»

Tor 14 commande aussi pas mal de marchandise à Pico Bio à Dietikon ZH. Les produits carnés viennent souvent directement de la boucherie Hans + Wurst de Rheinau ZH, le pain de la Bakotheek d'Unterstammheim ZH. «Nous trouvons important de ne pas avoir un gigantesque choix dans chaque groupe et de nous limiter à quelques produits, mais alors des bons.»

### Maîtriser les coûts d'exploitation et les marges

Le fonctionnement de Tor 14 implique beaucoup de travail: organiser les commandes, recevoir et trier les marchandises, garnir les sacs des abonnements, actualiser les prix, gérer les comptes d'avoirs et bien d'autres choses encore. Tous ces travaux sont effectués par les membres de Tor 14 contre un dédommagement horaire de 24 francs de l'heure dont le montant est crédité en avoir sur leur compte Tor 14. «Les membres doivent payer à l'avance le montant dont ils auront besoin le mois suivant. La valeur de la marchandise leur est ensuite déduite quand ils viennent la chercher», explique Meier. «C'est ainsi que Tor 14 peut fonctionner uniquement avec des virements.»

Meier évalue les frais d'exploitation à 7 pourcent du chiffre d'affaires que Tor 14 couvre en grande partie avec la cotisation annuelle de 30 francs par personne seule et de 45 francs par ménage de plusieurs personnes. «Nous essayons de maintenir la marge sur les produits aussi basse que possible, mais impossible de s'en passer totalement», explique Meier. De nombreux produits sont ainsi plus avantageux que dans les supermarchés ou les magasins bio. «Mais l'économie n'est pas le plus important», souligne-t-il encore.



## «Croissance oui, mais le climat doit rester agréable»

Tor 14 a maintenant 370 membres dont 130 qui ont un abonnement pour les produits frais. «Même si nous payons tout le travail effectué, personne ne peut vivre que de ça», explique Meier, qui gère en plus de Tor 14 un bureau de prestations rédactionnelles. «Ce n'est d'ailleurs pas le but.» Même si sa forme juridique est celle d'une société simple, Tor 14 n'est pas conçue comme une entreprise qui doit générer du profit. «Nous voyons le tout plutôt comme une sculpture sociale. Ce qui nous motive en tant que groupe, c'est de renforcer notre conscience pour des produits de qualité issus d'une production durable et d'ensuite les acheter et les répartir ensemble de manière éthiquement défendable.»

Le nombre de membres de Tor 14 a augmenté continuellement au cours des dernières années. «Nous pouvons continuer de croître, mais le plus important est que le climat reste agréable.» Et il va de soi que les dépenses et les recettes doivent rester en équilibre.

## Les foodcoops en Suisse

Toute tentative de vue d'ensemble est difficile parce que les foodcoops suisses ne sont que très partiellement reliées entre elles. Voici une liste, forcément incomplète, de foodcoops de Suisse allemande.

- Tor 14, Bäckerstrasse 52, 8004 Zürich, [www.tor14.ch](http://www.tor14.ch), [tor14@foodcoop.ch](mailto:tor14@foodcoop.ch)
- Swiss Foodcoop (SFC) Genossenschaft, Tannenrauchstrasse 54, 8038 Zürich, [www.sfcoop.ch](http://www.sfcoop.ch) (avec dépôt à Winterthur)
- Genossenschaft El Comedor, Dienerstrasse 19, 8004 Zürich. [www.foodcoop-comedor.ch](http://www.foodcoop-comedor.ch), [info@foodcoop-comedor.ch](mailto:info@foodcoop-comedor.ch)
- Lebensmittelgemeinschaft Basel,

Feldbergstrasse 47, 4058 Basel, [www.lebensmittelgemeinschaft.ch](http://www.lebensmittelgemeinschaft.ch); [kontakt@lebensmittelgemeinschaft.ch](mailto:kontakt@lebensmittelgemeinschaft.ch)

- Genossenschaft Ähri Bülach, Schaffhauserstrasse 18, 8180 Bülach [www.aehri.ch](http://www.aehri.ch); [bio@aehri.ch](mailto:bio@aehri.ch)
- TerreVision Biel, Postfach/Case Postale 1249, 2501 Biel/Bienne. [www.terrevision.ch](http://www.terrevision.ch); [info@terrevision.ch](mailto:info@terrevision.ch)

Pour la Suisse romande, la liste la plus complète, la plus détaillée et la mieux mise à jour se trouve sur [www.bioconsommacteurs.ch](http://www.bioconsommacteurs.ch) → Où acheter bio → Agriculture contractuelle. [spu/mp](mailto:spu/mp)

## Une plateforme entre les producteurs et les foodcoops

Quelques nouveaux projets de foodcoops ont démarré ces derniers temps en Suisse (voir encadré). Nombre d'entre eux sont encore en train de développer leurs structures. Le réseautage des projets est encore faible. En Allemagne, quelques foodcoops ont réussi à se maintenir depuis les années 1970. Leurs structures et leurs réseaux sont donc déjà un peu mieux développés.

«Coordonner les commandes et les livraisons avec les différents pro-

ducteurs et fournisseurs est un grand travail», affirme Meier. Et cette difficulté est renforcée par la limitation des heures d'ouverture. «Ce qui manque en Suisse, c'est une structure qui pourrait fonctionner comme plateforme entre les foodcoops et les différents producteurs.» Elle devrait bien sûr, comme les foodcoops, ne pas être axée sur le profit et être gérée par des gens convaincus. «Cela simplifierait énormément le travail des foodcoops et motiverait sûrement davantage de gens à en créer de nouvelles.» Markus Spuhler

# «Notre marge est égale à zéro»

La coopérative Comedor de Zurich est ce qu'on appelle une simple coopérative d'achat, la forme de foodcoop la plus simple. Fredy Meier explique pourquoi ça marche et comment ça fonctionne.

**bioactualités: Qu'est-ce que Comedor?**

**Fredy Meier:** Toute l'affaire est partie d'une discussion sur les formes d'économies alternatives suscitées par la crise financière de 2008. L'idée de base est, comme pour toutes les foodcoops, de regrouper nos achats de produits alimentaires pour profiter des meilleurs prix accordés aux plus grandes quantités. La coopération permet aussi de diminuer les dépenses de chacun. Nous trouvons aussi important d'être autogérés et indépendants des grands groupes.

**Quel genre de produits achetez-vous en commun?**

L'assortiment est fortement axé sur les besoins de base et les matières premières, mais il y a quand même des produits transformés. Vu que, avec notre structure orga-



Fredy Meier: «Nous misons sur le contact avec les producteurs.»

nisationnelle, il se passe presque un mois entre la commande et la livraison, nous ne pouvons proposer que des marchandises qui se conservent.

**Comment choisissez-vous les produits?**

Au cours d'un processus démocratique sur la base de critères éthiques. Nous sommes en train d'élaborer une charte de consommation qui résume les critères de sélection des produits. Nous prenons de nombreux produits à l'assortiment parce que nous avons une relation directe avec les producteurs. Chaque fournisseur étant suivi individuellement par un membre, nous ne pouvons élargir l'assortiment que dans la mesure où notre foodcoop croît. Comedor doit aussi offrir une possibilité d'écoulement à des



Photo: Marion Nitsch

En plus des commandes hebdomadaires, Tor 14 dispose aussi d'un entrepôt où les membres peuvent se servir de différents produits.

gens qui veulent produire quelque chose de nouveau.

#### **Quelle est l'importance des produits bio?**

Nous avons de nombreux articles bio, mais nous ne recherchons pas forcément les labels mais plutôt le contact direct avec les producteurs.

#### **Comment doit-on s'imaginer le fonctionnement de Comedor?**

Il y a quatre appels de commandes par année. Ceux qui font des commandes peuvent les passer par Internet. Les membres qui en sont chargés vont ensuite avec les quantités totales vers les producteurs et les fournisseurs qu'ils suivent. Ces derniers livrent les marchandises à notre entrepôt central d'où nous les répartissons entre les dépôts décentralisés où les gens peuvent venir chercher leurs commandes.

#### **Et comment fonctionnent les paiements?**

On paie à l'avance sur un compte et le montant est mis en avoir dans un programme spécial de commande en ligne. Le coût de la commande est ensuite automatiquement déduit de l'avoir. Ce programme open source a été développé par des gérants de foodcoops de Berlin, et il est amélioré en permanence.

#### **Comment fixez-vous les prix?**

On vend au prix d'achat. Le fait de ne pas prendre de marge est un principe important car nous ne voulons pas devoir réfléchir en termes d'économie de marché. Si nous avons des marges, nous devrions nous soucier d'écouler suffisamment de marchandises pour pouvoir couvrir nos frais d'exploitation, mais nous préférons les facturer séparément en fonction des dépenses réelles.

#### **Combien est-ce que vous comptez pour cela?**

Chaque membre paie quatre francs par commande, ce qui couvre les frais de répartition. Les membres paient aussi chacun 30 francs par année pour les frais généraux de la coopérative, mais les membres d'un lieu de dépôt paient en plus une part à une contribution collective annuelle, part qui est fixée individuellement pour tenir compte des différences dans les volumes commandés et les spécialités locales. Jusqu'à maintenant la bonne collaboration des membres a permis d'avoir peu de coûts d'exploitation. Le rapport entre le chiffre d'affaires et les coûts d'exploitation est très bon: l'année passée nous avons acheté et réparti pour 40'000 francs de marchandise pour des coûts d'exploitation d'environ 800 francs

– sans le travail bien sûr, que les membres se voient rémunérés par les prix plus bas.

#### **Il faut donc une certaine conviction du côté des membres.**

Oui, la participation des membres est importante. Il faut une certaine dynamique. On se crée ensemble une structure qui doit ensuite être soutenue et portée par tous. Ce n'est pas une entreprise qui doit survivre grâce à la demande du marché, elle survit grâce à la participation et à la conviction des gens.

#### **Quelle est la taille de la coopérative?**

Nous nous sommes développés très lentement mais continuellement. Nous avons toujours trouvé important de ne pas être considérés comme un prestataire de services. Le fait que les membres doivent participer au travail freine forcément les affiliations, mais ça a fait ses preuves. Nous sommes maintenant 37 coopérateurs et coopératrices et près de 50 personnes qui font des commandes. On ne doit pas forcément être coopérateur pour faire des commandes, il suffit d'être rattaché à un dépôt. Nous avons actuellement 8 dépôts, dont 2 dans la vallée de la Limmat et le reste dans le périmètre de Zurich.

Interview: Markus Spuhler