

GRESEA ÉCHOS N. 120

GRESEA ÉCHOS

Revue trimestrielle du Groupe de REcherche pour une Stratégie Économique Alternative

DELHAIZE FRÈRES

DELHAIZE OU LA CITOYENNETÉ NIÉE



S O M M A I R E

Éditorial

Delhaize ou la citoyenneté niée

Bruno Bauraind, Gresea p.3

1. Delhaize, profil d'un franchiseur

Baptiste Cassart, Gresea p.7

2. Le droit de grève en Belgique après Delhaize : un état des lieux

Leïla Lahssaini et Hind Riad, Progress Lawyers Network Brussels p.21

3. Les supermarchés coopératifs et participatifs rendent-ils nos systèmes alimentaires plus justes et résilients ?

Interview de Martin Raucent, Bees Coop et Raeto Cadotsch, La fève par Antoinette Dumont et Priscilla Claeys SAW-B p.35

4. Pourquoi et comment sortir de la grande distribution ?

Pierre Ozer, ULG p.47



Photo : © Nathalie Van Verre, statue du Lion, Delhaize Karreveld

ÉDITORIAL

Delhaize ou la citoyenneté niée

Le lion n'est pas mort, l'épicier bien, le citoyen au travail, presque.

Le long conflit qui a opposé pendant plusieurs mois les *Delhaiziens* aux propriétaires du groupe Ahold est remarquable par son intensité, sa longueur, le répertoire d'actions mis en œuvre par les travailleurs et leurs syndicats ainsi que par la brutalité de la réponse patronale. Certains observateurs n'hésitent d'ailleurs pas à le comparer à la lutte de « ceux de Clabecq » au milieu de la décennie 1990.

Cette bataille sociale a mis en lumière la pratique de la franchise, qui, comme le montre Baptiste Cassart dans le premier article, existe depuis plus d'un siècle, et relève désormais plus de la norme que de l'exception dans la grande distribution. La franchise est au commerce ce que la sous-traitance est à l'industrie et le « travailleur autonome » au capitalisme de plateforme : une stratégie d'externalisation. Il s'agit de transférer la totalité ou une partie d'une fonction d'une organisation vers un contractant externe. Et pourquoi externalise-t-on ? Pour réduire les coûts, pardi ! Delhaize devient un grossiste, un capteur de données ainsi qu'une agence immobilière et se débarrasse du risque de « ne pas vendre ». La rengaine est connue, mais la réponse est insuffisante. L'externalisation est avant tout une mise à distance du travailleur collectif¹ qui permet aux

1. Nous entendons par là le collectif de travail organisé dans la poursuite d'un but politique.

ÉDITORIAL

patrons de se décharger des obligations de l'employeur en accroissant son pouvoir de coercition puisqu'il n'est plus lié par le droit du travail. En cela, l'externalisation est une arme de destruction massive de la citoyenneté au travail, entendue comme l'ensemble des institutions (liberté d'association, droit de grève, négociation collective, droit du travail) permettant la participation des travailleurs dans les relations de production.

Ce n'est pas nouveau, l'histoire du capitalisme montre que les propriétaires ont toujours recherché cette triangulation pour éloigner le travailleur des décisions sur le travail. Face à l'éclatement actuel de l'entreprise, un choix stratégique, et sans doute aussi existentiel, se pose aux syndicats : faut-il adapter le syndicalisme à l'externalisation (syndicalisme de réseau, syndicalisme de chaîne d'approvisionnement, etc.), faut-il revendiquer son interdiction, en considérant cette stratégie d'entreprise comme un enjeu politique (requalification des faux indépendants) ou faut-il dépasser l'entreprise capitaliste ? Depuis une quarantaine d'années, c'est la première voie qui est la plus souvent choisie¹. Le conflit chez Delhaize nous rappelle, une fois encore, que ce n'est sans doute pas suffisant.

Dans le second article de ce *Gresea Échos*, Leila Lahssaini et Hind Riad analysent un autre enjeu du conflit chez Delhaize : le droit de faire grève. À une époque où l'abstention est le grand vainqueur de chaque élection, où des cris d'orfraie se font entendre face aux succès des partis fascistes, le traitement de la grève chez Delhaize, et plus généralement en Belgique, ne peut que nous interpellier. La citoyenneté au travail est une dimension fondamentale de la citoyenneté politique, c'est son école. Dans ce cadre, faire grève, au regard de ce qu'il en coûte aux grévistes, est l'expression la plus aboutie de la citoyenneté, bien plus que de déposer un bulletin dans une urne. Or, durant le conflit chez Delhaize, c'est cette expression qui a été combattue et bafouée brutalement par trois figures de nos démocraties : le patron, le juge et le politique. Symboliquement, la direction de l'enseigne au lion a été jusqu'à refuser

1. La requalification dans plusieurs pays des travailleurs « faussement indépendants » du capitalisme de plateforme montre que l'externalisation à outrance peut être contrainte par la loi.

ÉDITORIAL

l'accès aux toilettes à son personnel qui tenait les piquets de grève. Le droit de *faire pipi* n'est pas refusé aux délinquants.

Pendant plusieurs mois, les *Delhaiziens* ont, quant à eux, participé à faire vivre la démocratie en Belgique. Ils l'ont fait en contribuant à l'imaginaire de la grève et de la conflictualité sociale. Face aux ordonnances, aux astreintes et aux interventions policières, ils ont continuellement inventé la manière de faire du syndicalisme dans un contexte hostile. Sans discuter de son efficacité à court terme¹, le boycott, comme alliance entre travailleurs et consommateurs, est un apport des *Delhaiziens* au répertoire contemporain d'action syndicale. Cet usage mériterait d'ailleurs une analyse plus fouillée, car il a incontestablement participé à requalifier un conflit du travail parmi d'autres en conflit politique singulier. L'acte de consommation devenant, par l'action des travailleurs, une action citoyenne.

L'article d'Antoinette Dumont et Priscilla Clays ainsi que celui de Pierre Ozer traitent des alternatives potentielles à la grande distribution. Si le conflit chez Delhaize a permis de faire vivre l'imagination de l'action collective, il n'est par contre pas parvenu à faire naître un débat plus large sur le mode de production ou, dans ce cas, de distribution dominant. C'est souvent l'angle mort de l'action syndicale et un enjeu citoyen. Face aux restructurations permanentes que connaît la grande distribution depuis plus d'une décennie, les alternatives aux grandes enseignes sont rarement mises en avant. Peut-on défendre les conditions de travail sans disposer de matière à contre-attaque ? Le maintien de l'emploi salarié et la promotion d'autres relations de production sont-ils condamnés à l'antagonisme ? Ces questions sont trop souvent balayées sous le tapis des relations professionnelles. Les réponses que nous y apporterons collectivement détermineront pourtant les contours d'une citoyenneté renouvelée, au travail et hors du travail.

1. Comment, et à partir de quels critères, pourrait-on d'ailleurs juger de l'efficacité d'une action collective ?

Baptiste Cassart

Gresea, UCL

Delhaize, profil d'un franchiseur

La franchise n'est pas une nouveauté. Ce modèle commercial coexiste depuis plus de 150 ans avec le magasin intégré. Pour le patronat, néanmoins, la franchise répond aux impératifs actuels du marché. C'est au gré des conjonctures économiques, des législations et de la mondialisation qu'elle s'est confortablement renforcée dans l'économie belge. Le modèle de la franchise n'avait jamais été rejeté aussi vigoureusement par les travailleurs qu'en 2023. En cela, le combat des Delhaiziens est un point de bascule pour la distribution alimentaire belge.



Delhaize, profil d'un franchiseur

Baptiste Cassart, Gresea, UCL

En 1867, près de Charleroi, les frères Jules et Auguste Delhaize ouvrent leur premier magasin. Les clients s'y procurent du vin, des épices, et d'autres denrées coloniales telles que le café. En une décennie à peine, l'entreprise administre 21 établissements¹. Cette stratégie fera de Delhaize un pionnier du succursalisme, un type d'organisation productive dans lequel la tête du réseau ainsi que ses différents magasins forment une même entité juridique.

Quelques années plus tard, le 27 mai 1887, Albert Heijn ouvre une épicerie à Oostzaan (Nord d'Amsterdam). Trois ans plus tard, la société compte plus de 10 magasins. C'est le développement de ce réseau de succursales qui mènera, près d'un siècle plus tard, à la création du groupe Ahold en 1973. À titre de comparaison, Colruyt est fondé en 1928, l'enseigne britannique Tesco nait en 1919, tandis que les géants Carrefour (France) et Wal-Mart (États-Unis) voient le jour dans les années 1960.

Delhaize et la franchise : une vieille histoire

Alors qu'un autre membre de la fratrie ouvre sa propre marque Louis Delhaize en 1870 dans le Hainaut, Jules et Auguste sont rejoints en 1871 par leur frère Édouard et un de leur beau-frère, sous le nom de Delhaize Frères et Cie. En 1875, l'entreprise se stabilise et inclut dans son nom « Le Lion ». La même année, la marque annonce torrifier son café. Progressivement, elle développera ses propres fabriques de savon, chocolat, brosses, soda, etc. Aux Pays-Bas, Albert Heijn ouvre ses premières fabriques en 1913, mais la taille de son réseau reste pendant longtemps inférieure à celui de Delhaize.

Disposer de fabriques intégrées permet aux enseignes de réduire les intermédiaires et de se fournir au plus près des producteurs. Ce processus d'internalisation de la production n'empêchera pas Delhaize de

1. Sauf avis contraire, cette analyse et les chiffres utilisés trouvent leur source dans la base de données Mirador du Gresea, spécifiquement sur les pages Ahold Delhaize et Delhaize.

FRANCHISER : UNE STRATÉGIE MULTIPLE

En droit belge, la franchise ne fait pas l'objet d'une définition juridique précise. Ce concept peut d'ailleurs recouvrir des stratégies commerciales très différentes selon la période historique et le secteur analysé. Une jurisprudence européenne de 1986 nous apporte toutefois quelques propriétés pour appréhender la notion. Selon cet arrêt¹, le contrat de franchise se base sur trois éléments : le transfert de savoir-faire, le droit d'exploiter une enseigne commune à tous les franchisés du réseau et l'assistance continue du franchiseur aux franchisés.

Si on trouve trace du terme franchise au Moyen-Âge – où il désignait l'octroi de privilèges particuliers à des entités par les pouvoirs royaux, par exemple – la franchise dans le cadre du mode de production capitaliste apparaît avec l'industrialisation et s'impose véritablement au lendemain de la Seconde Guerre mondiale. Elle sera notamment popularisée par Mc Donald².

Dans le modèle de la franchise, la maison mère octroie le droit d'utiliser sa marque à un entrepreneur indépendant, elle lui transmet son « savoir-faire » – c'est-à-dire des informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience et testées³ – et une assistance commerciale ou technique – par exemple un appui logistique, une expertise, des conseils, une assistance pour les actions publicitaires, la formation du personnel, etc.

Néanmoins, le contrat de franchise n'a pas le monopole des partenariats commerciaux. Dans la distribution alimentaire, Intermarché en est un exemple : en 1969, des affiliés de Leclerc s'allient en vue de créer leur propre réseau. Le statut particulier du groupe Les Mousquetaires leur permettra des économies d'échelle sur les achats, la logistique et la publicité tout en dissociant le capital et le pouvoir : c'est une coopérative de patrons. Les entrepreneurs indépendants peuvent donc être actionnaires du groupe – celui-ci n'est pas coté en bourse, et les contrats les engagent même à travailler régulièrement pour la coopérative. Ce fonctionnement annihile en partie le rapport de subordination entre le groupe et l'indépendant, sans défendre pour autant les salariés.

De la même manière, les partenariats commerciaux peuvent prendre la forme de gérance-location (où la société mère externalise la gestion en restant propriétaire de l'immobilier et du fonds de commerce), de contrat de licence (où le licencié peut exploiter une marque sans que la société mère doive lui transmettre des connaissances), de contrat d'affiliation (où l'affilié s'engage à se fournir auprès d'une centrale d'achats à des conditions avantageuses), et d'autres formes encore. La diversité des clauses nourrit le flou juridique ainsi que des conflits réguliers entre « franchiseurs » et « franchises ».

Dans la mesure du possible, c'est sous la coupole de la Fédération belge de la Franchise (FBF) que les litiges entre franchiseurs et franchisés sont réglés. Celle-ci est fondée en 1992 et rassemble plus de 40 acteurs de la grande distribution (alimentaire ou non) tels que Vanden Borre, Midas, Carrefour, Auto 5 ou encore Pizza Hut. Son objectif affiché est de populariser la franchise auprès des politiques, d'en défendre l'épanouissement et de diffuser les informations relatives au secteur. La FBF est une des rares organisations qui publie des statistiques sur la franchise en Belgique.

Si la franchise est le plus souvent de type commercial, avec les franchises de distribution, il existe aussi des franchises de production. C'est par exemple le cas de Coca-Cola ou de Danone dans certains pays. Ici, il s'agit de décentraliser la production de marchandises bénéficiant d'une notoriété internationale. Un autre type de franchise est la franchise de service. Elle peut concerner des hôtels, des salons de coiffure, des agences immobilières, des restaurants ou encore des agences de location de voiture...

Bien qu'il existe d'autres formes de partenariats commerciaux, la franchise semble être le modèle qui connaît le plus grand succès. Selon une étude réalisée pour le compte de la Fédération belge des franchisés en 2017, la franchise représentait 69% des partenariats commerciaux (49% de franchise de distribution + 14% de franchise de service + 6% de franchise de production). Les autres formes de commerce associé (licence de marque (8%), affiliation (4%), gérance libre et location-gérance (4%)) étaient beaucoup moins représentées⁴.

1. Arrêt du 28 janvier 1986, Pronuptia de Paris GmbH/Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis, C-161/84, EU:C:1986:41.

2. Voir par exemple sur le site de l'Association internationale de la franchise : « The history of modern franchising », IFA. [En ligne]. P. Ariès, *Les fils de MacDo. La McDonalysation du monde*, Paris, L'Harmattan, 2000, 224 pages.

3. Règlement européen n°772/2004 concernant l'application de l'article 101, §3 du TFUE.

4. Fédération belge de la franchise, Étude 2017, La franchise en Belgique. [En ligne].

recourir, dès 1900, à l'externalisation de son activité de distribution. À la veille de la Première Guerre mondiale, la moitié des magasins Delhaize sont en effet franchisés. L'enseigne donnait aux magasins franchisés le droit d'exploiter la marque. En retour, ces derniers étaient contraints de s'approvisionner auprès de Delhaize.

Durant la seconde moitié du 19^e siècle, dans un contexte marqué par le libéralisme triomphant et le « laissez-faire », le secteur de la distribution alimentaire connaît une expansion rapide. Le groupe Delhaize passe de 21 magasins en 1875 à 450 en 1900. Aux Pays-Bas, la croissance d'Albert Heijn est plus lente, la société compte 75 magasins en 1920.

Deux facteurs principaux expliquent la progression du commerce de détail à cette époque : l'industrialisation et l'économie coloniale.

Le système économique repose alors sur la rupture technologique¹ permise par l'électrification, le rail et l'enrôlement progressif des classes ouvrières dans l'effort productif. À partir de 1873, l'État belge rachète des concessions de chemin fer, permettant ainsi l'unification progressive du réseau. Dix ans plus tard, Delhaize transfère son siège rue Osseghem à Molenbeek. Les entrepôts et la fabrique sont directement reliés au rail par la gare de l'Ouest.

À l'international, le roi Léopold II² finance dès 1867 des explorations en Afrique avant de s'approprier en 1885 l'État « indépendant » du Congo, qu'il cèdera à l'État belge en 1908. Jusqu'au moins 1964, la colonie permet à l'économie nationale belge de bénéficier de ressources liées à l'extractivisme

(cuivre, cobalt, étain, zinc, caoutchouc) et à l'exploitation généralisée des populations autochtones. En Belgique, les denrées coloniales telles que le café, le cacao, le sucre, le coton, le tabac et une large gamme d'épices font le succès des enseignes de distribution.

Du point de vue de l'organisation du travail, nous sommes néanmoins encore loin du supermarché : l'épicier accueille les clients, prépare et emballe toujours les produits lui-même.

Loi cadenas et externalisation de la production

La Première Guerre mondiale sonne le glas du libéralisme flamboyant et marque l'avènement d'une nouvelle période pour Delhaize. Son activité florissante avait permis l'emploi de 300 personnes dans ses fabriques, l'ouverture de 700 succursales (intégrées) et l'établissement de 1.500 partenariats de franchise entre 1883 et 1913. Après la Première Guerre mondiale cependant, les fabriques ne comptent plus que 123 travailleurs. Durant le conflit mondial et jusqu'en 1924, l'État belge contrôle le prix des produits de première nécessité. La grande dépression des années 1930 freine également la croissance de l'enseigne. Celle-ci lance Derby, une nouvelle gamme à bas prix. Entre 1913 et 1929, le chiffre d'affaires de Delhaize diminue de 32%. Face à la crise, l'enseigne cherche aussi de nouveaux débouchés en s'étendant au Congo.

La crise économique qui frappe la Belgique renforce la politique interventionniste de l'État, initiée sous la pression des commerçants indépendants, qui se

plaignent du trop grand nombre de commerces, de l'inégalité de traitement avec les coopératives et les grandes entreprises et de la précarité de leur statut social. Même s'ils ne constituent pas un mouvement social uni, les indépendants parviennent à infléchir la politique du gouvernement¹. Leur plus grande victoire est l'obtention de la première loi cadenas le 13 janvier 1937. Cette loi, qui interdisait l'ouverture ou l'agrandissement de certains établissements, sera prorogée 11 fois, jusqu'en 1961.

Après la Seconde Guerre mondiale, l'entreprise décide d'externaliser totalement la production des produits « Le Lion », en fermant ses 23 usines basées à Bruxelles et à Bruges. Désormais, Delhaize fera appel à des fournisseurs qui devront se conformer à ses normes. L'enseigne se concentre pour sa part sur la distribution.

Aux Pays-Bas, la chaîne Albert Heijn dispose de 206 succursales en 1937. Le patron homonyme décède en 1945. Trois ans plus tard, l'entreprise entre en bourse et devient le plus grand distributeur du pays.

Dans un contexte économique marqué par la relance américaine de l'Europe de l'Ouest, les enseignes s'inspirent des grands distributeurs américains. Les missions de productivité aux États-Unis se multiplient², des cadres de Delhaize et d'Albert Heijn s'y rendent afin d'y apprendre de nouvelles stratégies commerciales et d'organisation du travail. Albert Heijn introduit le libre-service en 1956, mais c'est Delhaize qui ouvrira le premier supermarché d'Europe en 1957, à Ixelles : le libre-service y est couplé avec une surface commerciale et une gamme de produits plus importante. C'est une révolution commerciale qui bouleversera la vente au détail, d'autant qu'en 1961, la loi cadenas est abolie.

Au temps du compromis fordiste

L'ère des supermarchés a commencé. Alors que la Guerre froide bat son plein, les États d'Europe de l'Ouest investissent dans les infrastructures et adopteront des politiques économiques de soutien à la demande, avec comme effet la hausse du pouvoir d'achat de la population. La distribution à dominante alimentaire en bénéficiera, car la consommation alimentaire est relativement plus élastique (sensible au prix) que d'autres types de consommation.

En parallèle, les infrastructures routières diminuent les frais logistiques et permettent aux classes moyennes de s'installer en zone périurbaine. L'utilisation de plus en plus massive de la voiture pousse les supermarchés à sortir des centres-villes congestionnés. Ceux-ci restent l'apanage des petits commerces spécialisés. Les grandes surfaces mettent à profit la fin de la loi cadenas pour construire des magasins et des parkings en périphérie. Le volume de vente est en hausse et la taille des supermarchés augmente jusqu'à devenir parfois des hypermarchés (comme chez Carrefour dès 1962). Les stratégies marketing battent leur plein : l'inspiration est américaine³.

Les dépenses publiques ne sont pas le seul moteur de la croissance. La fin de la Seconde Guerre mondiale est également l'occasion pour les ménages d'accéder plus facilement au crédit à la consommation, et pour les entreprises de la grande distribution de profiter d'une demande solvable étendue. Delhaize prend le statut de société anonyme en 1962.

1. Une technologie de rupture (dite aussi rupture d'innovation ou rupture technologique) est une innovation technologique qui porte sur un produit ou un service et qui finit par remplacer une technologie dominante sur un marché.

2. L'activité coloniale de Léopold II au Congo est connue pour les nombreuses exactions à l'encontre des populations locales. L'entièreté des ressources du bassin était sa propriété. Le travail forcé étant établi sous l'autorité de la chicote et des mains coupées. L'extraction du latex, par exemple, jouera un rôle crucial dans le développement des économies occidentales, notamment pour satisfaire la demande de pneus. (E. Toussaint, *Les crimes de la Belgique au Congo. Devoir de mémoire*. 2007, Collectif pour l'Abolition des Dettes Illégitimes).

1. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, *La distribution en Belgique : Trente ans de mutations*, Éditions Racine, 2005, p. 60.

2. G. Kurgan-Van Hentenryk, « La Belgique et le plan Marshall ou les paradoxes des relations belgo-américaines », *Revue belge de Philologie et d'Histoire*, 1993, p. 342.

3. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, *op. cit.* p. 138.

Pour l'industrie, le commerce réduit le temps de circulation des produits finis et des matières premières : la fluidification en amont et en aval « contribue à une meilleure rentabilité du capital industriel. »¹ La grande distribution va chercher à développer ses propres gammes de produits en faisant appel à la sous-traitance. Le poids des centrales d'achat et la force de ses canaux de vente feront d'elle, au courant des années 1970 et 1980, un intermédiaire incontournable entre les firmes du secteur manufacturier d'une part et les consommateurs finaux d'autre part. Le développement des marques de distributeurs, dits « produits blancs », met les producteurs de marques traditionnelles sous pression et permet à la grande distribution de s'accaparer une part toujours plus importante de la plus-value².

Au sortir de cette période, la grande distribution est omnipotente, très concentrée, à l'étroit sur les marchés nationaux où le maillage des magasins est très serré. La massification et la standardisation de la consommation ont largement participé à cette domination. Pourtant, la crise du fordisme ne l'épargne pas. La saturation des marchés contraint les firmes à se différencier et à revenir à des produits plus diversifiés³.

Franchisation et innovations commerciales

La hausse considérable du nombre de supermarchés s'accompagne d'une concentration des acteurs. Entre 1961 et 1973, le nombre de supermarchés sur le territoire belge passe de 29 à plus de

700, celui des hypermarchés de 3 à 63⁴. Porté par des politiques de soutien au pouvoir d'achat des ménages, le nombre de clients par magasin ne cesse d'augmenter, plus rapidement que la croissance démographique. Les centres commerciaux font leur apparition. Les « petits indépendants » se voient contraints de se réfugier dans des créneaux tels que la boulangerie, la boucherie, la poissonnerie, etc.

Sur fond de crise économique et afin de freiner le développement anarchique de la grande distribution en Belgique, le gouvernement⁵ revient dans le jeu au milieu des années 1970. La loi du 29 juin 1975 prévoit que les projets d'implantation commerciale sont soumis à l'autorisation du Collège communal. À cela s'ajoutent plusieurs textes légaux qui alourdissent la procédure administrative permettant d'ouvrir de nouveaux magasins. Au fil du temps, d'autres lois vont durcir les conditions d'implantation des chaînes de grande distribution. En 1994, un arrêté royal renforce les exigences quant aux nouvelles implantations : celles-ci devront couvrir une superficie plus petite encore si elles veulent éviter une demande d'autorisation.⁶ À l'époque, cette nouvelle contrainte légale vise officieusement à freiner le développement du *hard discount* en Belgique. En effet, en 1976, Aldi ouvre son premier magasin sur le territoire belge, en jouant avec les limites de la législation. Intermarché et Lidl feront de même respectivement en 1991 et en 1995. Enfin, le 13 août 2004, la loi Ikea a pour objet de limiter l'implantation d'infrastructures de distribution de très grande taille.

1. M. Hocquelet, M. Benquet, C. Durand, & S. Laguérodié, « Les crises de la grande distribution » *Revue Française de Socio-Économie*, 2016, pp. 24-27.

2. *Ibid.*

3. *Ibid.*

4. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, *op. cit.* p. 62.

5. Gouvernement Tindemans II.

6. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, *op. cit.* pp. 63-68.

Alors que ces lois visent officiellement à protéger le petit commerce, à encadrer l'aménagement du territoire et à réguler la concurrence entre enseignes, elles sont porteuses d'effets d'aubaine pour Delhaize et GB-Inno-BM (Carrefour aujourd'hui), les deux acteurs historiques. Ces grandes enseignes supportent tout d'abord mieux le poids des démarches administratives que les indépendants. Ensuite, ces dispositions fonctionnent comme des barrières à l'entrée sur le marché belge. Enfin, la franchisation est utilisée par Delhaize et GB-Inno-BM pour contourner certaines lois en implantant des supermarchés en collaboration avec des indépendants¹. Dès 1983, Delhaize développe de nouvelles franchises : les supermarchés AD Delhaize. Avec une taille moyenne de 1.200m², ceux-ci forment un compromis entre un assortiment large d'une part, et une facilité d'entrée sur le marché d'autre part. En effet, la loi de 1975 prévoit des restrictions sur l'implantation de surfaces commerciales de plus de 1.500m² en zones rurales. En zone urbaine, les partenariats avec les épiceries indépendantes sont également une source d'expansion. Les Proxys Delhaize ont un assortiment plus réduit et se situent entre 300 et 800m², 750m² étant la limite de superficie posée par la loi pour les zones urbaines. En 2000, le premier Shop&Go ouvre à Louvain-la-Neuve en partenariat avec les stations-service Q8 et l'entreprise Panos (elle-même filiale de La Lorraine Bakery Group, le sous-traitant de Delhaize pour la boulangerie). En Belgique toujours, la firme acquiert en 2005 la chaîne Cash Fresh et ses 43 magasins.²

1. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, *op. cit.* pp. 65-66.

2. *Ibid.* p. 213.

3. A. Vincent, E. Lentzen, « Les investissements belges aux États-Unis », Bruxelles, *Courier Hebdomadaire du CRISP*, n°1160, 1987.

L'internationalisation de Delhaize

Malgré ces innovations commerciales et un cadre légal plutôt favorable, le marché belge devient rapidement trop étroit pour la firme au lion.

En 1974, l'entreprise entame une activité aux États-Unis. L'internationalisation peut prendre plusieurs formes : en construisant ses propres succursales avec l'espoir de vendre dans un marché peu maîtrisé, en s'associant avec des commerçants locaux ou encore en entrant dans le capital d'entreprises locales déjà implantées sur le territoire. Cette dernière option sera retenue par Delhaize, qui prend tout d'abord le contrôle de la firme Food Town Store, alors propriétaire de 22 supermarchés. Elle est rebaptisée Food Lion en 1976 lorsque la participation de Delhaize dans son capital devient majoritaire (51%).

Après avoir fondé une filiale dans le Delaware, un paradis fiscal au sud de New York, Delhaize acquiert la totalité d'Alterman Foods en 1980, une enseigne qui compte 89 établissements. Les perspectives de croissance sont énormes : en 1983, le groupe contrôle 225 magasins aux États-Unis. En 1986, plus de 67,7% de son chiffre d'affaires consolidé en est issu³, et même 81,9% de ses bénéfices. En 2000, Delhaize rachète Hannaford et ses 152 magasins au nord-est des États-Unis. Signe de l'importance du marché américain pour Delhaize, le groupe entre à la bourse de New York en 2001.

Mais, l'internationalisation ne s'arrête pas aux États-Unis. Après la chute du mur de Berlin et la libéralisation à l'Est, Delhaize s'implante en République tchèque, sous le nom de Delvita, qui reprend le lion comme logo. En 1992 et avec le

même partenaire, le groupe pénètre le marché slovaque. En Grèce, Delhaize prend une participation dans les supermarchés Alpha Beta Vassilopoulos en 1992, avant de les racheter en 1994. En 2001, cette filiale grecque achète le sixième distributeur du pays et se hisse à la seconde place du secteur de la distribution. De la même manière, entre 2000 et 2005, la marque au lion s'accapare Mega-Image, un réseau de supermarchés roumain qui deviendra le plus grand distributeur national en 2013. Les activités en Slovaquie et en République tchèque seront toutefois cédées à un groupe allemand au milieu des années 2000. Delhaize explorera également le marché français avant de le laisser à Carrefour au début du 21^e siècle, et celui des Balkans à partir de 2011 avec le rachat de Delta Maxi Group (450 magasins), mais y réduira fortement sa présence en 2014. Mentionnons également la présence de Delhaize en Asie du Sud-Est (Thaïlande, Singapour et Indonésie surtout)¹.

Partout, Delhaize adopte la même stratégie de croissance qui consiste à s'adapter au marché local, en prenant des parts dans des entreprises déjà existantes. Les risques sont dilués géographiquement afin d'augmenter la capacité de résistance de l'entreprise vis-à-vis de la conjoncture économique. Stratégiquement, l'expansion à l'international du groupe s'est appuyée sur les dévaluations des monnaies locales par rapport à l'euro (dévaluation du dollar durant les années 1980 et des monnaies asiatiques à la veille du 21^e siècle)².

En Belgique, entre le lancement des AD Delhaize et des Shop&Go, l'entreprise se diversifie. L'animalerie Tom&Co voit le jour en 1991 à l'initiative de Delhaize, afin de vendre principalement des aliments et des ustensiles de toilette. Là encore, le réseau est composé à 80% de franchises. L'entreprise sera

revendue en 2017 à un indépendant. Deux ans plus tôt, en 1989, c'est le site de vente en ligne Caddy Home qui est mis sur pied, permettant la vente à domicile. De plus, Delhaize devient le premier grand distributeur à procurer des aliments de l'agriculture biologique. Cette évolution renforce la position de la marque sur son segment de marché, qui favorise la qualité et la fraîcheur des produits plutôt que le discount. Cela permet de justifier par la même occasion des prix légèrement supérieurs à ses concurrents³.

Le modèle productif fondé sur la franchise ne s'explique pas uniquement par les contraintes légales liées à l'implantation. Il permet également une plus grande flexibilité des horaires et de contenir les frais salariaux. La crise du fordisme et la perte massive d'emplois qu'elle implique ne sont pas absorbées. Dans le commerce de détail, les femmes sont largement majoritaires (63,6% en 1999). Le travail à temps partiel augmente de 36 à 52% entre 1981 et 2002 et concerne à environ 90% des femmes⁴.

Les récentes transformations de l'environnement concurrentiel

Pour la grande distribution, le XXI^e siècle est marqué par un changement de paradigme. Les enseignes traditionnelles comme Carrefour, Colruyt et Delhaize ont du mal à se positionner face à la concurrence du *hard discount* de Lidl et Aldi : faut-il continuer à se différencier des concurrents via la qualité ou faut-il adopter une stratégie de réduction des prix ? En effet, les ménages consacrent une part de moins en moins importante de leur budget à la consommation non durable et les bénéfices se tassent malgré la croissance démographique. C'est tout le secteur de la distribution alimentaire qui entre en crise. De nouveaux acteurs

1. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, F, *op. cit.* pp. 210-214.

2. *Ibid.* pp. 248-251.

3. *Ibid.* p. 213.

4. N. Coupain, S. Jaumain, G. Kurgan-van Hentenryk & F. Thys-Clément, *op. cit.* p. 120.

de l'alimentation entrent dans la danse. Depuis 2021, des partenariats entre Carrefour et Uber Eats permettent au consommateur de se faire livrer des courses à domicile. Ainsi, les supermarchés et la petite restauration se confondent dans un même marché à mesure que la livraison à domicile devient plus présente. En mai 2024, Intermarché emboîte le pas, mais les formules commerciales se réinventent, avec l'apparition de « box tout-en-un » pour des repas individuels. Des entreprises livrent à domicile les ingrédients d'une recette présélectionnée. Hello Fresh par exemple se développe sur les mêmes périmètres qu'Ahold Delhaize, aux États-Unis et en Europe, déclarant pour 2023 un chiffre d'affaires de 7,6 milliards d'euros¹. Dans la commune bruxelloise de Forest, Ahold Delhaize fait construire un entrepôt afin de faire de la vente directe auprès des consommateurs, laissant supposer que la firme concurrencera ses propres franchises sur la zone de Bruxelles².

En effet, l'environnement productif évolue également avec la vente par internet. En 2016, le géant Amazon affiche par exemple un chiffre d'affaires de 122 milliards d'euros. En France, le commerce de détail alimentaire par internet constitue 6% des ventes en 2015. Il en va de 9% pour le non alimentaire³. Par contre, si la carte de fidélité est apparue en 1992 chez Delhaize, cet outil ne cesse d'être exploité pour comprendre les habitudes de consommations, et marchandiser les données à leurs partenaires. En 2017, 80% des ventes de l'enseigne sont reliées aux cartes-plus. Pour le groupe Ahold Delhaize, les ventes en ligne représentent moins d'un vingtième du chiffre d'affaires en 2016, mais passent à plus d'un dixième en 2023. S'il reste

minoritaire, la place de ce canal de distribution a donc doublé en moins de dix ans et a quintuplé en valeur absolue⁴.

En 2022, la guerre en Ukraine marque une période de haute inflation, mais c'est la crise sanitaire du covid en 2020 qui aura davantage perturbé l'organisation du travail. La crise structurelle du secteur est couplée à une crise conjoncturelle. Dans les magasins, la consommation est très soutenue, il faut donc remplir les rayons bien plus rapidement. Les solutions pour équilibrer la charge de travail témoignent du conflit d'intérêts entre le patronat qui souhaite introduire les flexi-jobs dans les équipes et les travailleurs qui réclament la fermeture anticipée des magasins afin de préparer correctement les rayons du lendemain. Les profits quant à eux augmentent suite à la hausse de la consommation⁵.

Ahold, de la fraude à la croissance

La crise est encore plus profonde chez Ahold qui est condamné pour fraude en 2003. La croissance mal contrôlée des années 1990 a engendré un endettement massif. Pour y répondre, le groupe a truqué ses résultats⁶. Les conséquences sont lourdes : entre 2001 et 2006, l'entreprise perd 85.000 employés, le chiffre d'affaires consolidé est divisé par deux entre 2004 et 2008, passant de 52 à 25 milliards d'euros. C'est dans ce moment de turbulences que commencent à circuler, en 2006, les premières rumeurs de fusion-acquisition entre Ahold et Delhaize. Dans un article paru le 9 novembre de la même année, les analystes soupçonnent le groupe Ahold de vendre des implantations commerciales concurrentes de

1. Rapport annuel d'Hello Fresh, 2023. [En ligne].

2. D. Soens, « Delaize va construire un nouvel entrepôt e-commerce à Bruxelles », *Gondola*, 5 janvier 2023. [En ligne].

3. M. Hocquelet, M. Benquet, C. Durand, & S. Laguérodié, *op. cit.* p.27.

4. F. Witvrouw, « Les 150 ans de Delhaize en 18 photos historiques », *L'Écho*. [En ligne].

5. I. Gracos, « Grèves et conflictualité sociale en 2020 I. Concertation et mobilisation aux niveaux interprofessionnel et sectoriel », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 25112512, 2021, pp.76-86.

6. P. Van Holsbeke, 2016, Ahold Delhaize. Carte d'identité. Observatoire des multinationales, Mirador, Gresea. [En ligne].

Delhaize afin de rendre les enseignes plus complémentaires, tant du point de vue commercial que des règles de la concurrence. En cas de fusion, le groupe se verrait contraint par les autorités de la concurrence de vendre certains établissements s'il détient une trop grande part du marché local. Sans démentir cette hypothèse, le PDG d'Ahold explique surtout la cure d'amaigrissement de la firme par le besoin de générer des rentrées d'argent et de rembourser les dettes, qui s'établit à plus de 7,7 milliards d'euros en 2005¹. À la veille de la fusion en 2014, le chiffre d'affaires remonte à 32,8 milliards d'euros dont 59,7% proviennent des États-Unis. Malgré ce passage à vide, la taille du groupe est supérieure à celle de Delhaize, dont le chiffre d'affaires culmine à 21,4 milliards d'euros en 2014.

La stratégie financière des deux groupes met en évidence plusieurs réalités. Suite au scandale, Ahold a gelé la rémunération des actionnaires durant trois ans, de 2005 à 2007, tout en les rassurant en réalisant des efforts budgétaires importants. Alors que les analystes attendaient une coupe de 250 millions d'euros dans les frais d'entreprise, le groupe s'efforcera de réduire de 500 millions d'euros les dépenses. Il en va de même pour les cessions d'activités, où personne ne s'inquiète de demi-mesures (au contraire). À partir de 2008, la croissance reprend pour Ahold, malgré la crise financière qui voit le dollar dévaluer face à l'euro. Pour Delhaize par contre, le chiffre d'affaires stagne depuis 2006. Nous observons même une diminution en 2007 et en 2013. En 2012 et en 2014, les dividendes versés aux actionnaires dépassent même les profits de Delhaize.

Restructurer Delhaize

Chez Delhaize Belgique, les ventes stagnent et ouvrent une réflexion sur la stratégie commerciale. Un premier « plan de transformation » est annoncé en 2014. Il consiste à supprimer 2.500 emplois, à franchiser 10 magasins et à en fermer 14 en Belgique, tout en minimisant les licenciements secs. Ce plan est annoncé le 11 juin 2014 et justifié par la « hausse des coûts structurels liés au travail et à la gestion propre » dans un « contexte économique et concurrentiel difficile ». Dès le lendemain, 47 magasins entrent en grève, ainsi que le centre de distribution de Zellik².

Après trois mois d'actions et de dialogue de sourds entre les travailleurs et le banc patronal, ce dernier joue la carte du chantage. Ainsi, à défaut de supprimer les postes prévus par le plan, les conditions de travail seront dégradées : baisse des salaires, suppression du quart d'heure de pause rémunéré, de certaines primes et congés d'ancienneté, optimisation du remplissage des rayons, polyvalence accrue, gel des annuités, passage de la séquence de travail minimum de 4 à 3h pour les travailleurs récents (moins de 5 ans d'ancienneté), etc. Suite aux mobilisations, le nombre de magasins fermés passera de 14 à 10, et 700 emplois seront préservés (passant de 2.500 à 1.800). Des aménagements seront entrepris pour retrouver de l'emploi, bénéficier d'un régime de prépension et octroyer des indemnités. Mais le plan de franchise reste inchangé, les salaires bruts sont baissés de 90 euros pour les nouveaux engagés tandis que les autres salaires sont gelés pendant 5 ans et un jour de congé d'ancienneté est supprimé.

1. F. Lecompte, Ahold se recentre sur ses marchés phares, *LSA*, 9 novembre 2006. [En ligne].

2. I. Gracos, Le « plan de transformation » de Delhaize Belgique, *Grèves et conflictualité sociale en 2014 nr. 2246-2247*, 2015, pp. 45-52.

Il s'agit de « préparer la mariée ». Un an plus tard, le processus de fusion-acquisition avec Ahold commence. Il est acté le 24 juin 2015. Dans un communiqué de presse du 25 juillet 2016, soit un an après, le groupe déclare : « Dès aujourd'hui, Ahold Delhaize est présent à la bourse d'Amsterdam et de Bruxelles sous le symbole AD. » L'entreprise possède alors 22 enseignes dans 11 pays, avec plus de 50 millions de clients hebdomadaires et rassemble 375.000 employés¹. Les actionnaires de Delhaize deviennent minoritaires dans le nouveau groupe avec 39% des parts, les actionnaires d'Ahold représentent 61%. Il s'agit donc plus d'une acquisition que d'une fusion.

Une fois lancé, le colosse de la distribution s'attaque d'abord à ses fournisseurs belges. Son pouvoir de négociation est renforcé. Le nouveau groupe espère réaliser sur les trois années suivantes des économies de 500 millions d'euros, dont 60% proviendront de la renégociation des contrats avec les fournisseurs. En effet, les prix des fournisseurs belges seraient supérieurs de 15% à leurs équivalents néerlandais². Ceux-ci avaient toutefois porté plainte par l'intermédiaire de la FNLI (Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie) contre Ahold Delhaize pour leurs mauvaises pratiques commerciales, telles que la rétroactivité des contrats d'achat³. À la mi-septembre 2016, l'Algemeen Boerensyndicaat, un syndicat agricole flamand, menace même d'appeler au boycott de l'enseigne. En mars 2017, un nouveau conflit social émerge : les travailleurs réclament une augmentation structurelle de l'emploi dans les magasins, plutôt que des CDD et des jobistes ponctuels⁴. La même année, en Belgique, le groupe observe une

baisse du chiffre d'affaires, mais la hausse de ses marges⁵.

Les conséquences de la crise sanitaire (et des mesures gouvernementales pour la contrer) sur l'environnement de travail sont là. Si la flexibilisation du travail préexiste à la crise sanitaire, celle-ci l'aura toutefois catalysée. Le 7 mars 2023, Ahold Delhaize annonce son intention de franchiser tous ses magasins encore intégrés – à l'époque, 636 magasins fonctionnaient déjà en franchise. Les travailleurs ripostent immédiatement.

Au total, 9.200 travailleurs de 128 magasins sont concernés. La stupeur est d'autant plus grande que deux semaines plus tôt, la direction assurait qu'aucun plan de franchise n'était prévu. Des piquets apparaissent devant les magasins, certains sont fermés spontanément, des entrepôts sont bloqués. Un premier conseil d'entreprise (CE) extraordinaire a lieu le 14 mars, mais le patronat ne négocie pas, au contraire, le CEO est même absent. Par contre, la police est sur place afin d'intimider les syndicalistes et les travailleurs. Le CE ne durera qu'un quart d'heure. Lors du second conseil d'entreprise, les délégués sont fouillés par des agents de sécurité tandis qu'un médiateur social est nommé le 29 mars. Le combat s'exporte devant les tribunaux : des ordonnances interdisent la tenue de piquets de grève pacifiques, mais seront cassées quelques semaines plus tard, en juin. Le rôle de l'appareil judiciaire dans le conflit sera d'ailleurs abordé par Leila Lahssaini et Hind Riad dans ce numéro. Dès octobre 2023, les « premiers » magasins passent sous franchise. C'est le début de la fin du magasin intégré chez Ahold Delhaize Belgique.

1. Ahold Delhaize, « Ahold Delhaize successfully completes merger forming one of the world's largest food retail group ». *Yahoo finance*. [En ligne].

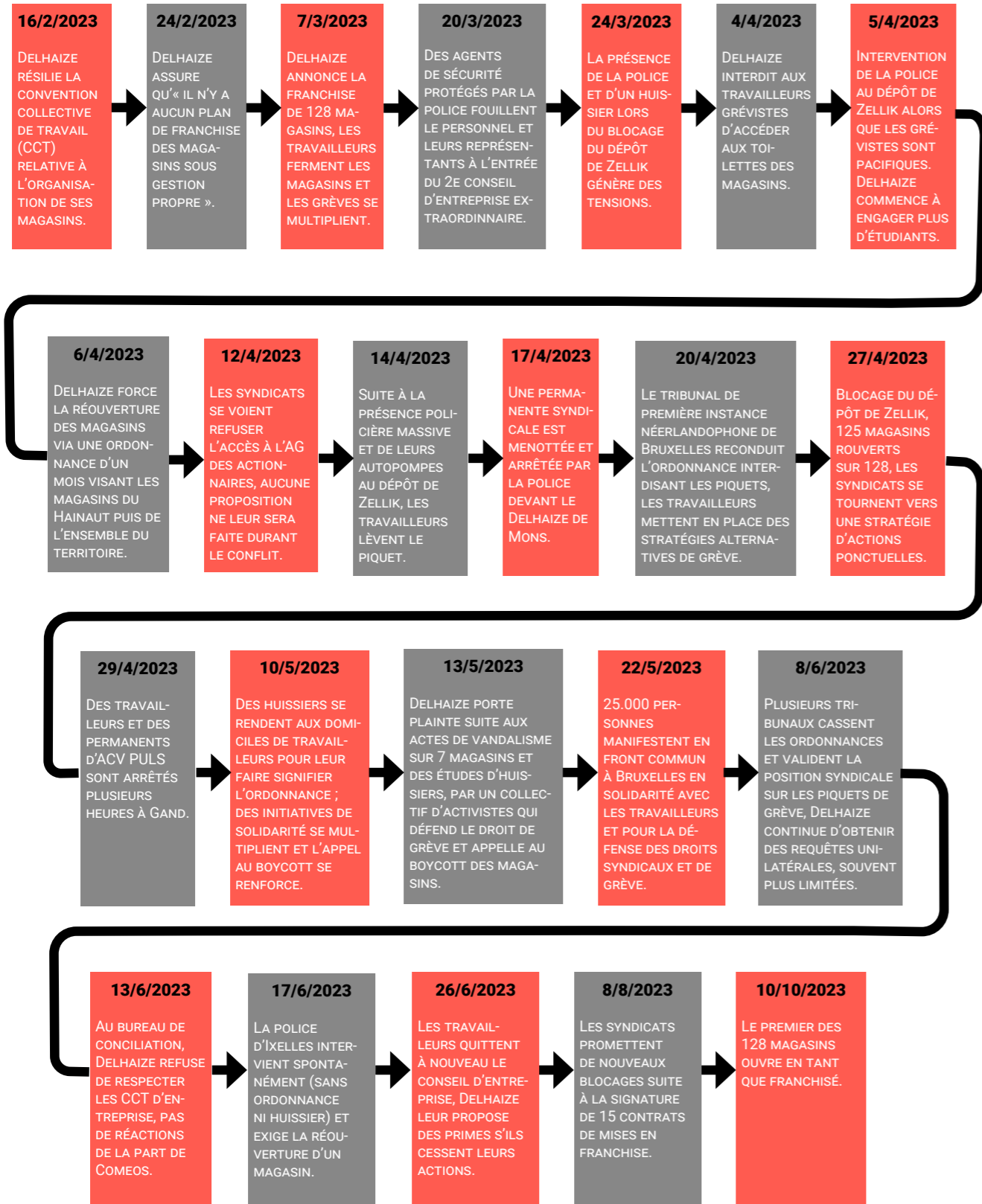
2. J.-F. Sacré, « Grandes marques et fournisseurs dénoncent les pratiques commerciales d'Ahhold Delhaize », *L'Écho*, 2016. [En ligne].

3. *Ibid.*

4. A. Sente, « Le mouvement de grève se poursuit chez Delhaize », *L'Écho*, 2017. [En ligne].

5. S. Wuille, « Ahold Delhaize dans les clouds, 100 magasins belges rénovés » *L'Écho*, 2017. [En ligne].

CHRONIQUE D'UNE VIOLENCE PATRONALE BANALISÉE



Sources : L'Echo, La Libre Belgique, Le Soir, L'Avenir.
Ligne du temps : Gresea.



Photo : © Facebook, CNE commerce.

Le droit de grève en Belgique après Delhaize : un état des lieux

La grève et le piquet de grève ont été au cœur du conflit chez Delhaize. Ce dernier illustre une époque caractérisée par la remise en cause des droits syndicaux par le bas, à partir des entreprises. Dans les pages qui suivent, Leïla Lahssaini et Hind Riad nous livrent une analyse des repercussions que pourrait avoir le conflit chez Delhaize sur le droit et la pratique de la grève.



Le droit de grève en Belgique après Delhaize : un état des lieux

Leïla Lahssaini et Hind Riad
Progress Lawyers Network

La reconnaissance du droit de grève et sa protection ont fait l'objet d'évolution au fil du temps, tant au niveau national, européen, qu'international. On peut schématiquement distinguer trois périodes dans cette évolution.

Le droit de grève et d'action collective, toujours sous pression

Jusqu'à la Première Guerre mondiale tout d'abord, les faits de grève étaient bien souvent criminalisés et les grévistes poursuivis, ce qui n'empêcha pas, dans les faits, de nombreuses mobilisations de travailleurs et de larges mouvements de grève. Ainsi, en Belgique, l'article 310 du Code pénal¹ a interdit les faits de grève jusqu'à son abrogation en 1921, et ce après de nombreuses grèves ayant abouti à des avancées sociales importantes².

Ensuite, après la Seconde Guerre mondiale, la reconnaissance et la protection du droit de grève se sont étendues tant au niveau international qu'en droit interne belge.

Au niveau international, le droit de négociation collective, le droit de grève et le droit d'action collective ont été reconnus dans différents textes internationaux, notamment les Conventions n°87 et 98 de l'Organisation internationale du Travail (OIT) en 1948-49, la Convention européenne des

1. « Sera puni d'un emprisonnement de 8 jours à 3 mois et d'une amende de vingt-six francs à mille francs ou d'une de ces peines seulement, toute personne qui, dans le but de forcer la hausse des salaires ou de porter atteinte au libre exercice de l'industrie et du travail, aura commis des violences, proféré des injures ou des menaces (...) soit contre ceux qui travaillent, soit contre ceux qui font travailler. Il en sera de même de tous ceux qui, par des rassemblements près des établissements où s'exerce le travail ou près de la demeure de ceux qui le dirigent, auront porté atteinte à la liberté des maîtres ou des ouvriers. »

2. Ainsi, l'interdiction du travail des enfants a été obtenue au bout de deux grèves générales en 1886 et 1887, les évolutions du droit de vote vers la fin du vote censitaire et le suffrage universel masculin après une succession de grèves générales en 1893, 1902 et 1913.

droits de l'homme en 1950 (article 11¹), la Charte sociale européenne en 1961 (article 6) et leur interprétation au fil du temps. Dans l'ordre juridique belge également, malgré une absence de texte législatif à ce sujet, le droit de grève est reconnu dans les décisions des tribunaux belges, notamment dans la jurisprudence de la Cour de cassation dès 1967 et 1981. Au niveau de l'Union européenne, par contre, le droit de grève est absent des Traités fondamentaux de l'Union. Néanmoins, depuis 2000, la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne prévoit une reconnaissance du droit de grève en son article 28, bien que son impact soit actuellement pour le moins limité.

Enfin, depuis la fin des années 1970, nous observons une nouvelle offensive contre le droit de grève. Cette pression est exacerbée depuis les années 1990. Elle se marque par des remises en cause de la reconnaissance du droit de grève au niveau international, au sein de l'Organisation internationale du Travail (OIT) notamment, ou à travers la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) au niveau européen, ainsi qu'au niveau de sa mise en œuvre au niveau national.

Au sein de l'OIT, les tensions sont vives entre représentant-es des employeur-euses et des travailleur-euses au sujet de la reconnaissance du droit de grève. Ces oppositions se sont cristallisées depuis 2012 dans le blocage de la Commission de l'application des normes, face au refus des employeur-euses de reconnaître l'existence du droit de grève en droit international. De manière constante depuis des décennies, les organes de contrôle de l'OIT ont consacré une interprétation sans équivoque : le droit de grève est un corollaire de la liberté

d'association consacrée par la Convention n°87. Depuis 2012 pourtant, les représentant-es des employeur-euses refusent cette interprétation et l'organisation n'est toujours pas parvenue à dépasser ce blocage. En novembre 2023, la Cour internationale de justice a été saisie du différend, avec pour tâche de trancher sur la reconnaissance ou non du droit de grève. Plus d'une vingtaine d'États ont déposé des observations dans ce cadre, ainsi que plusieurs organisations internationales. Au niveau des Nations Unies également, les attaques font rage et la décision de la Cour internationale de Justice (CIJ) devra donc être suivie avec attention.

La CJUE qui contrôle le respect de la réglementation européenne par les législations nationales a rendu plusieurs décisions mettant en balance le droit de grève et les pressions économiques qui en sont le corollaire, face à la libre prestation des services, pour *in fine* faire primer cette dernière. En décembre 2007, la CJUE a rendu deux arrêts – les arrêts *Viking* et *Laval* – concernant des actions de grèves menées en Suède et en Finlande. Rarement des arrêts auront suscité autant de commentaires, de critiques et de débats.²

La CJUE a ainsi indiqué que la libre prestation des services s'opposait à ce qu'« une organisation syndicale puisse tenter de contraindre, par une action collective prenant la forme d'un blocus de chantiers, un prestataire de services établi dans un autre État membre à entamer avec elle une négociation sur les taux de salaire »³. La Cour considère en l'espèce que l'objectif d'obtenir un salaire minimum supérieur à celui prévu dans la législation sur les travailleurs détachés n'est pas un objectif justifiant la restriction de la libre prestation des services.

1. L'article 11 de la CEDH vise en réalité la liberté syndicale, mais cet article a été interprété au fil du temps par la Cour européenne des droits de l'homme comme englobant aussi le droit de négociation collective et le droit de grève.

2. Sur ces réactions, voir notamment E. Ales et T. Novitz (eds), *Collective Action and Fundamental Freedoms in Europe*, Striking the Balance, Intersentia, 2010.

3. CJUE, 11 déc. 2007, aff. C-438/05, *Viking* et CJUE, 18 déc. 2007, aff. C-341/05 *Laval un Partneri Ltd*.

Le mouvement de grève et ses conséquences sont donc considérés comme contraires au droit européen.

Les débats politiques et juridiques belges se font également l'écho de ces tendances à la contestation du droit de grève. Ainsi, les « services minimums garantis » en cas de grève ont fait leur apparition dans certains services publics de transport. À la SNCB et à De Lijn, un préavis d'une semaine doit être respecté avant toute action et surtout les travailleur-euses doivent se déclarer grévistes trois jours avant l'action. Les autres travailleur-euses non grévistes peuvent être utilisés pour fournir un service minimum aux usagers des transports. Les travailleur-euses qui ne respectent pas leur déclaration quant à leur participation ou non à la grève risquent une sanction. Ces systèmes d'encadrement et de limitation du droit d'action collective ont été validés par la Cour constitutionnelle, malgré les oppositions des organisations syndicales.

Par ailleurs, au niveau judiciaire, plusieurs condamnations pénales de syndicalistes suite à des actions de grève, pour « entrave méchante à la circulation » sur la base de l'article 406 du Code pénal ont défrayé la chronique. Que cela soit lors de la condamnation de Bruno Verlaeckt, le président de la FGTB d'Anvers, par la cour d'appel d'Anvers en 2019, ou la condamnation des 17 militants de la FGTB dits « du pont de Cheratte » par la cour d'appel de Liège en 2021, on assiste à la condamnation pénale de syndicalistes en tant qu'organisateur de certains blocages lors de mouvements de grève nationale. Il ne s'agit pas de personnes ayant effectivement bloqué des routes, mais bien des participants et organisateurs des mouvements de grève lors desquels ces blocages ont eu lieu.

Enfin, la technique d'interdiction des piquets de grève par l'utilisation de requêtes unilatérales devant le tribunal de première instance est devenue

systématique lors de chaque mouvement de grève au sein d'entreprises d'importance. La véritable bataille juridique livrée lors de la lutte syndicale au sein des magasins Delhaize durant l'année 2023 nous semble à cet égard particulièrement exemplative du phénomène.

Le lion et les tribunaux

En 2016, le groupe belge Delhaize est intégré dans la multinationale néerlandaise, Koninklijke Ahold. Aujourd'hui, après plus de six mois d'actions sociales menées par son personnel, cette enseigne est devenue un symbole de la lutte pour le droit de grève et le droit de mener des actions collectives.

Le présent article a pour objet d'analyser les éléments qui ressortent du recours à la justice par la direction de Delhaize, dans l'objectif de mettre fin aux actions de grève et de fermeture des magasins par les salarié-es. Le « cas » Delhaize est en effet exemplatif tant en matière de conflit social dans le secteur de la distribution, que de l'utilisation, voire l'abus, de l'arme judiciaire par le patronat.

- COUP DE TONNERRE

Le 7 mars 2023, lors d'un conseil d'entreprise extraordinaire, la direction de Delhaize déclenche une vague de contestation sociale d'une ampleur et d'une durée inédites en Belgique depuis la fermeture des forges de Clabecq en 1996. Delhaize annonce en effet que ses 128 magasins seront franchisés. L'enseigne Delhaize, renvoyant jusqu'alors l'image d'un employeur familial de plus de 9.000 personnes en Belgique, prend un virage fondamentalement différent. Les salarié-es seront à présent mis au travail par des gérants indépendants et non plus par la maison-mère, Delhaize.

Pour les membres du personnel, qui ont donné de nombreuses années à cette entreprise, c'est le

choc et la colère. En effet, après franchise, le personnel se retrouve sous une autre commission paritaire, ce qui influence grandement les conditions de travail et la capacité de mobilisation collective¹. L'impact de la franchise est connu, puisque Delhaize travaille déjà avec un grand nombre de magasins franchisés. Et la situation est loin d'être rose : les conditions de travail sont considérablement plus mauvaises que dans les magasins intégrés et la représentation syndicale est au mieux minime, au pire inexistante. Franchiser, c'est mettre fin aux structures collectives solides que le personnel a réussi à mettre en place grâce à des années de luttes et de concertation sociale. Franchiser est également synonyme de réduction d'emploi. Au moins 200 personnes seront d'ailleurs rapidement licenciées.

Le passage en franchise change enfin les conditions de travail des 9.000 travailleur-euses de l'enseigne : finie la semaine des 35 heures, oublié le repos dominical, effacées les primes d'ancienneté.

Tout au long du conflit, la direction de Delhaize a démenti cette dégradation des conditions de travail et d'emploi du fait de la franchisation, en s'appuyant sur la convention collective de Travail (CCT) n°32bis qui stipule le maintien des droits des travailleurs en cas de changement d'employeur du fait d'un transfert conventionnel d'entreprise.

Cette CCT n'empêche en rien le licenciement des salarié-es. D'autres cas ont montré qu'un repreneur peut modifier les conditions de travail du personnel concerné. Chez METRO par exemple, une enseigne qui a fait l'objet d'une reprise par l'entreprise hollandaise Sligro, puis d'une restructuration en 2023, le personnel a dû choisir entre une détérioration des conditions de travail ou un licenciement pour motifs économiques. La reprise d'un magasin par un entrepreneur indépendant sous le régime de la CCT 32bis n'est donc pas une garantie du maintien des

La Convention collective de travail (CCT) n°32bis (7 juin 1985)

La CCT n°32bis prévoit, en principe, un transfert automatique de tous les contrats de travail, un maintien des conditions de travail des travailleur-euses transférés, une interdiction de licenciement en raison du transfert, ainsi qu'une responsabilité solidaire de l'ancien employeur (appelé « cédant ») et du nouvel employeur (appelé « cessionnaire ») concernant les dettes liées au transfert et « existant à la date du transfert » (c.-à-d. concernant les prestations de travail effectuées jusqu'à cette date). Mais, la CCT n°32bis ne prévoit aucune sanction ! Si l'employeur ne respecte pas ces principes, le seul recours est l'action en justice. La plupart des travailleur-euses ne sont pas prêts à entamer une procédure judiciaire longue et pénible, à l'issue toujours incertaine. La CCT manque donc clairement d'efficacité.

On peut également pointer une série d'autres limites concernant l'emploi, les conditions de travail et le droit d'être organisé, représenté et défendu.

conditions de travail, bien au contraire. Malgré les nombreuses tentatives de conciliation des organisations syndicales en front commun, la direction refuse toute marche arrière. La franchisation des magasins aura lieu, coûte que coûte.

Face à ce message inflexible, le personnel des magasins entame une grève spontanée dès le 7 mars 2023. Les arrêts de travail s'accompagnent de l'organisation de piquets de grève pour informer le personnel et la clientèle. Le mouvement social est largement suivi, l'écrasante majorité des magasins sont fermés pour cause de grève suite à l'annonce du 7 mars. Ce mouvement s'est maintenu durant plusieurs semaines, une majorité de magasins étant encore fermés deux semaines plus tard.

1. De la CP nr. 202 vers la CP 202.01 ou 201 en fonction du nombre de personnel par magasin.

Les dirigeants de l'entreprise vont alors utiliser le rouleau compresseur des actions en justice pour casser la dynamique d'action collective.

- LES TRIBUNAUX, CHAMPS DE BATAILLE CONTRE LE DROIT DE GRÈVE

Il est très peu probable que la direction de Delhaize n'ait pas anticipé les actions de grèves, conseillée en ce sens par leurs avocats spécialisés dans la défense des employeurs.

Pour limiter les effets des actions qui ont lieu dans tous les magasins, la direction de Delhaize va immédiatement mettre en place un ensemble de mesures. Dès le 9 mars, l'entreprise annonce que la livraison des achats en ligne sera *exceptionnellement* gratuite. Ceci pour maintenir une partie du chiffre d'affaires alors que les travailleuses des magasins refusent de travailler. Quelques jours plus tard, afin d'assurer le libre accès aux magasins malgré les actions de grève, Delhaize saisit le tribunal néerlandophone de première instance de Bruxelles siégeant en référé (c'est-à-dire pour obtenir une décision rapide en urgence) par le biais d'une requête unilatérale en invoquant l'existence de « voies de faits ». Cette requête sera la première d'une longue série de requêtes déposées par Delhaize. Nous sommes aujourd'hui à plus d'une vingtaine de requêtes déposées au sein de différents arrondissements judiciaires. Du jamais vu dans un conflit social belge.

Dans la grande majorité des cas, ces requêtes sont positivement suivies par les juges. Lorsqu'ils sont saisis, ces derniers rendent une décision – nommée ordonnance – qui interdit à toute personne de bloquer l'accès aux magasins et aux dépôts de Delhaize, et ce, sous peine d'une amende (nommée astreinte) de 1.000 euros par infraction. L'ordonnance prévoit également qu'un huissier de justice soit chargé de faire exécuter cette décision, avec l'assistance des forces de l'ordre si nécessaire.

Les grévistes de Delhaize voient donc subitement arriver devant leur magasin des huissiers entourés de policiers, huissiers qui les menacent d'astreintes élevées s'ils refusent d'ouvrir le magasin. Comment en sommes-nous arrivés là ?

- LA REQUÊTE UNILATÉRALE, BOTTE SECRÈTE CONTESTÉE

La requête unilatérale dans le cadre d'un conflit social est un outil utilisé depuis la fin des années 1980 par les employeurs afin de limiter l'exercice du droit de grève en Belgique. Cette curiosité découle de plusieurs éléments, dont le fait que le droit de grève n'est pas encadré par un texte de loi dans notre pays, mais qu'il découle du droit européen et en particulier de l'article 6.4 de la Charte sociale européenne. Cet article garantit en effet « le droit des travailleurs et des employeurs à des actions collectives en cas de conflits d'intérêt, y compris le droit de grève, sous réserve des obligations qui pourraient résulter des conventions collectives en vigueur ».

Une autre raison de l'utilisation des requêtes unilatérales tient au fait que le droit belge prévoit explicitement que les conflits sociaux ne peuvent pas faire l'objet d'un règlement par procédure judiciaire. Le pouvoir judiciaire n'est pas compétent pour régler un conflit collectif, et en particulier le tribunal du travail qui est le juge naturel en matière de droit du travail. C'est pourquoi certains employeurs trouvent une parade permettant l'intervention du pouvoir judiciaire. Ils saisissent les tribunaux de première instance qui, traitant principalement du droit civil, n'ont aucune connaissance du droit du travail ou des conflits sociaux. Au près de ces tribunaux, les employeurs jurent de ne pas attaquer le droit de grève, mais invoquent l'existence de voies de fait qui risquent d'être commises par des grévistes lors d'actions de grève.

Cette pratique judiciaire a toujours été vivement contestée par les organisations syndicales. Les représentants des employeurs s'étaient d'ailleurs engagés à ne pas recourir aux requêtes unilatérales, ou du moins à privilégier la négociation. Cet engagement a été acté dans un « *Gentlemen's agreement* » entre employeurs et syndicats en 2002, mais n'a jamais été respecté.

De leur côté, les syndicats s'étaient engagés, dans ce même accord, à ne plus utiliser de « piquets volants », ils n'ont pas non plus tenu parole. Face à la persistance de l'utilisation de ces requêtes, le front commun syndical et la Confédération européenne des Syndicats (CES) portent en 2009 l'affaire des requêtes unilatérales devant le Comité européen des droits sociaux¹. Ils y invoquent la violation de l'article 6.4 de la Charte précitée.

Le Comité leur donne raison et condamne la Belgique en 2011. Les obstacles mis au fonctionnement des « piquets » de grève via la procédure dite de « requêtes unilatérales » constituent selon le Comité une restriction à l'exercice du droit de grève.²

Le Comité ajoute que : « L'article 6.4 de la Charte révisée comprend non seulement le droit de cesser le travail, mais encore, entre autres, celui de participer à des piquets de grève. Ces deux composantes méritent par conséquent le même degré de protection. » Ainsi, « les activités de piquets de grève sont en général autorisées pour autant qu'elles restent de nature pacifique. » La limite mise en avant par le Comité est l'utilisation de la violence ou d'intimidation envers le personnel non gréviste. Le Comité a en effet opéré une distinction entre les piquets de grève qui, « par l'utilisation

d'intimidations ou de violences, portent atteinte à la liberté des non-grévistes » et les piquets de grève qui « n'empêchent en rien le libre choix des salariés de participer ou non à la grève ». Dans tous les autres cas, le pouvoir judiciaire n'a pas lieu de s'immiscer dans un conflit social.

Le Comité s'est également prononcé sur l'utilisation des requêtes unilatérales au niveau procédural. Elle constate que les décisions prises sur requête unilatérale n'ont pas de base juridique suffisamment précise et qu'elles ne respectent pas « l'équité procédurale » dans la mesure où les organisations syndicales ne peuvent faire valoir leur point de vue. Malgré cette jurisprudence européenne datant de 2011, les employeurs maintiennent leurs demandes au juge, également dans le cadre du conflit social chez Delhaize.

- IMPOSSIBLE D'IDENTIFIER SES PROPRES TRAVAILLEUR·EUSES ?

La principale particularité de la requête unilatérale est que les droits de la défense sont mis à néant. Il n'y a jamais de contradicteur présent. Les avocats de Delhaize soumettent leurs demandes au juge sans que les organisations syndicales puissent les contredire. Cela est possible en raison de l'existence d'une « absolue nécessité ». Cette notion n'est pas clairement définie, mais en matière d'actions collectives, les employeurs invoquent une impossibilité d'identifier une partie adverse afin d'avoir un débat contradictoire devant le tribunal.

Les avocats de Delhaize ont soutenu cette même thèse. Selon les termes de leurs requêtes unilatérales, la direction de Delhaize avait la preuve que des actions de grève auraient lieu, en faisant notamment référence à des messages diffusés sur

1. Le Comité européen des droits sociaux est institué en vertu de la Charte sociale européenne et il est chargé de vérifier que les États parties respectent les dispositions de la Charte, dont le droit de grève.

2. Décision du 13 septembre 2011 (réclamation n° 59/2009, Confédération Européenne des Syndicats (CES), Centrale Générale des Syndicats Libéraux de Belgique (CGSLB), Confédération des Syndicats chrétiens de Belgique (CSC) et Fédération Générale du Travail de Belgique (FGTB) c. Belgique). [En ligne].

Facebook. Mais il était apparemment impossible pour elle de savoir qui y participerait. Les noms des grévistes publiant les posts Facebook en question ne sont alors plus suffisants... même après plusieurs mois de conflit social, de visites de huissiers de justice et de procès-verbaux mentionnant la présence de certains travailleur-euses à des piquets de grève, Delhaize a continué à invoquer une impossibilité d'identifier une quelconque partie adverse.

Plusieurs juridictions, ont pourtant déjà indiqué qu'il fallait, dans le cadre d'un conflit social et dans la mesure du possible, privilégier un débat contradictoire afin d'informer au mieux les juridictions devant prendre les décisions. La Cour de cassation avait confirmé dans un arrêt du 8 décembre 2014 qu'une requête unilatérale ne peut être utilisée si l'employeur est en mesure d'identifier au moins une personne comme partie adverse.¹

La Cour a indiqué à cette occasion que « certains participants bien connus par les demanderesses auraient pu être cités, de sorte que le juge des référés aurait pu statuer après un débat contradictoire, donc en étant mieux éclairé, sur les mesures qui étaient demandées dans le cadre d'un conflit social à l'égard de « tout un chacun ». Dans ces cas, il n'y a pas absolue nécessité, « de sorte que la procédure ne pouvait être introduite par requête unilatérale ni examinée sans débats contradictoires. » Dans le cadre des grèves chez Delhaize, le Président du tribunal de première instance du Brabant wallon rappelle ainsi : « Le débat contradictoire, même tenu avec quelques-uns à défaut de pouvoir être tenu avec toutes les personnes potentiellement concernées par celui-ci, aurait permis au juge des référés de statuer en étant mieux éclairé quant au contexte du conflit social et sur les mesures

d'interdiction d'occupation des voies et d'accès à certains lieux demandés en l'espèce, d'autant plus qu'elles avaient été formées à titre préventif, avant le début de l'action sociale. Les personnes appelées à la procédure auraient ainsi pu défendre la légitimité, voire la légalité de leur action et éviter que certaines interdictions soient prononcées par le juge sans que celui-ci ait été préalablement informé des moyens et arguments de toutes les parties. »²

Par ailleurs, l'impossibilité de désigner des contradicteurs, invoquée par Delhaize, fut aussi battue en brèche en tierce opposition. Ainsi, le tribunal de première instance de Liège indique : « Il n'est ainsi pas impossible d'identifier certains manifestants, notamment lorsque le mouvement est organisé et annoncé par les représentants des organisations syndicales, de sorte que la procédure peut être introduite de manière contradictoire à leur rencontre. Le fait que plusieurs participants à l'activité collective ne soient pas connus n'empêche pas que certains d'entre eux, connus par DELHAIZE et la SA DELHOME,³ soient assignés afin que le juge des référés puisse statuer de manière contradictoire, et donc de mieux informer sur les mesures demandées dans le cadre d'un conflit social à l'égard de tous. [...] C'est dès lors à tort que DELHAIZE et la SA DELHOME soutiennent que le recours à une procédure unilatérale était nécessaire en avril 2023, car ils n'auraient pas eu connaissance des personnes à charge desquelles les mesures devaient être exécutées. »⁴

- UN PIQUET DE GRÈVE, C'EST DE LA VIOLENCE ?

Concrètement, concernant les actions dans les magasins et les dépôts, les avocats de Delhaize ont invoqué le risque de blocage de l'entrée des magasins

ou encore le blocage des dépôts de marchandises, empêchant les camions d'approvisionner les magasins. Selon Delhaize, la mise en place de ces piquets de grève ne ferait pas partie du droit de grève, mais constituerait une violation du droit au travail des salarié-es qui *voudraient* travailler. En plaçant un piquet, les grévistes violeraient également le droit de propriété de Delhaize en empêchant l'entreprise de vendre ses produits et causeraient dès lors à l'enseigne un préjudice financier.

Pourtant la nature même du droit de grève est qu'il peut causer un préjudice financier à un employeur. Cela semble logique puisque même sans piquet de grève, le refus de travailler des travailleur-euses aura cette conséquence. Ceci a été souligné par plusieurs juridictions, mais est malgré tout toujours invoqué dans les requêtes unilatérales.¹

Sur la question de la violence, la défense de Delhaize invoque le fait qu'empêcher l'entrée des magasins et dépôts constitue un acte de violence sur les autres travailleur-euses qui veulent pouvoir travailler. Sur ce point, même s'il n'y avait aucune preuve que certains travailleur-euses se sont effectivement vu empêcher l'accès aux magasins, les présidents des tribunaux suivent quasi de manière systématique la thèse défendue par Delhaize. Ceci est particulièrement interpellant puisque Delhaize invoque dans ce cas la violation de droits d'autres personnes qui ne sont même pas représentées dans cette procédure. Néanmoins, ici aussi les présidents des tribunaux saisis, estiment que Delhaize peut invoquer le droit au travail de ses propres travailleur-euses pour justifier l'existence d'un risque de violence. Tout cela nous amène à nous poser de réelles questions quant au rôle de la justice et des magistrats en matière de conflit social.

- LA JUSTICE DANS LE CADRE DE CONFLITS SOCIAUX : UN ROULEAU COMPRESSEUR OU LA LOI DU PLUS FORT

Bien que le règlement de conflit collectif relève de la concertation sociale, l'immixtion de la justice dans le règlement de conflits sociaux est désormais une réalité. Depuis les années 1980, l'utilisation de requêtes unilatérales lors d'actions de grève s'est systématisée. Sur ce point, le conflit chez Delhaize n'est pas particulier. Par contre, le grand nombre de requêtes utilisées démontre un acharnement rarement constaté auparavant.

Delhaize et ses conseils sont parfaitement au courant de la jurisprudence citée plus haut concernant l'utilisation des requêtes unilatérales. Mais ils savent aussi que les juges rendent des décisions positives, même si celles-ci sont ensuite réduites à néant après la tierce opposition. La stratégie est clairement d'en déposer le plus possible pour dissuader les grévistes de continuer leurs actions. Et cela fonctionne souvent sur le terrain.

La stratégie de Delhaize et de leurs avocats est d'écraser les grévistes et leurs organisations syndicales sous des procédures coûteuses en temps et en argent, et de tenter d'impressionner les juges en leur fournissant des dossiers volumineux. Des centaines de pages de conclusions, des dossiers de pièces farmineux, tout est pensé pour que le juge ait le sentiment qu'aller à l'encontre de leur position ne serait pas raisonnable. Ces dossiers judiciaires impressionnants sont souvent identiques d'une procédure à l'autre et reprennent des faits de blocage notamment depuis le début du mouvement de grève, sans nécessairement de lien avec le magasin en question dans la procédure. Le but est de créer un climat laissant penser que les grévistes font majoritairement usage de blocages violents, ce qui est très loin de la réalité.

1. Cass. 8 décembre 2014 *NjW* 2015, afl. 317, 161, voir aussi un arrêt de la Cour d'Appel de Bruxelles 21 décembre 2018, RG n°2009/KR/176.

2. Pr. TPI Brabant wallon, 6 juin 2023, RG. nr. 23/11/C, points 4.19 et 4.20.

3. Filiale e-commerce de Delhaize, propriétaire de certains dépôts du groupe.

4. Pr. TPI Liège, 27 juin 2023, RG nr.23/28/C, p.11.

1. Anvers (2e k.) 19 avril 2006, RG n°2004/AR1850.

Un juge annulant une requête unilatérale note ainsi : « Delhaize [...] qui dépose 51 pages de conclusions ainsi qu'un dossier de 15 cm d'épaisseur ne trouve pas le moyen de produire un seul élément concret en lien avec sa demande. [...] Elle [la direction de Delhaize] théorise longuement les catégories et la nature des comportements licites ou condamnables à l'occasion d'une grève et cite une abondante jurisprudence qui s'étend sur les 40 dernières années, mais sans jamais établir l'existence d'une quelconque voie de fait en lien direct avec sa demande. »

Ainsi, le juge a constaté que Delhaize « n'établit ni l'existence ni les motifs d'une crainte sérieuse en lien avec des actes de violence ou des voies de fait inacceptables » et « ne précise à aucun moment la nature concrète du préjudice grave ». Un deuxième point problématique dans le présent conflit social est que la majorité des ordonnances sur requêtes unilatérales ont été rendues par un même tribunal, à savoir le tribunal néerlandophone de première instance de Bruxelles.

Depuis mars 2023, c'est donc un même juge qui, chaque mois, accorde des ordonnances positives pour Delhaize. Et c'est devant ce même juge que les tierces oppositions sont introduites par les organisations syndicales et leurs membres pour obtenir le retrait des ordonnances. Comment peut-on réellement parler d'indépendance et de droits de la défense dans ce cas ?

Enfin, une autre « anomalie » importante et tout à fait inédite est le fait que des membres du personnel de Delhaize ont reçu à leur domicile une visite préventive de huissiers de justice. Ces derniers ont expliqué à ces travailleur·euses que Delhaize leur a demandé de se rendre chez eux pour les informer de l'existence d'ordonnances, les enjoignant explicitement à ne pas se présenter à un piquet de grève. Heureusement, plusieurs travailleur·euses ont eu

la brillante idée de filmer leurs échanges à ce sujet avec l'huissier, ce qui a permis de démontrer sans équivoque que Delhaize intimide son personnel afin qu'il n'exerce pas ses droits fondamentaux.

D'un point de vue plus technique, nous avons utilisé ces enregistrements pour démontrer au tribunal que Delhaize n'a aucune difficulté à identifier une partie adverse et donc d'avoir un débat contradictoire au lieu d'une procédure unilatérale. Malgré cette preuve indéniable, certains juges ont maintenu leurs décisions. On peut donc se poser de réelles questions quant à l'indépendance et la qualité des décisions judiciaires rendues.

- L'IMPACT DE LA JUSTICE POUR DÉTRUIRE LES PIQUETS DE GRÈVE

Malgré cette jurisprudence et les arguments peu convaincants de Delhaize quant à l'impossibilité d'identifier une partie adverse, les juges des tribunaux de première instance ont systématiquement donné raison à Delhaize et ont rendu des ordonnances liberticides. À notre connaissance, un seul juge a refusé de donner suite à la demande de Delhaize parmi la vingtaine d'ordonnances obtenue. Ce juge a refusé en invoquant qu'il s'agit d'un conflit collectif qui ne ressort pas de la compétence du pouvoir judiciaire et que Delhaize est parfaitement en mesure de déposer une requête contradictoire vu que les grévistes sont des membres du personnel de... Delhaize !

Les organisations syndicales ont bien entendu contesté les ordonnances obtenues sur requêtes unilatérales. Cette contestation se fait par le biais d'une tierce opposition, un moyen de recours, qui permet aux personnes qui ont reçu l'ordonnance, de contester la légalité et la validité de celle-ci. La tierce opposition permet de demander au juge qui a rendu l'ordonnance d'entendre les arguments d'une partie adverse et de se repositionner, ce qui est particulièrement exceptionnel dans notre système

judiciaire. Ici, les tierces oppositions ont majoritairement été en faveur des grévistes.¹ Après avoir entendu leurs arguments, les juges ont donc réformé leurs *propres* décisions.

Néanmoins, malgré ces importantes décisions, l'effet des ordonnances est indéniable. La venue d'un huissier de justice, accompagné d'un·e ou plusieurs agents de police, à un piquet de grève a un important effet dissuasif sur les grévistes.

Dans ce contexte particulièrement brutal, les grévistes ont appris, de manière douloureuse il est vrai, à connaître leurs droits et à les faire respecter. Aidés par les permanents syndicaux, ils ont montré qu'ils et elles pouvaient répondre à des huissiers de justice et expliquer en quoi leur présence devant les magasins était l'exercice de leurs droits fondamentaux. Ils savent qu'informer les clients n'est pas interdit. Alors même que des huissiers de justice qualifient cela « d'entrave psychologique » et somment les grévistes de quitter les parkings de Delhaize sous peine de devoir payer une amende.

Après un conflit social qui a duré plus de six mois, Delhaize a franchisé l'ensemble de ses 128 magasins.

Les conditions de travail dans les magasins franchisés sont aussi déplorables que ce que le personnel avait craint : généralisation du travail dominical sans primes, augmentation des heures d'ouverture en semaine, nouveaux engagements par contrats précaires et flexi jobs. Plusieurs témoignages dans la presse font même état d'un « climat de terreur » dans plusieurs magasins.²

Selon le Setca, le nombre de travailleur·euses en incapacité de travail n'aurait jamais été aussi élevé.³

La concertation sociale est au point mort, la direction ayant refusé de discuter le moindre élément de son plan. Ce refus catégorique de dialogue social, assez unique dans notre pays, nous semble être rendu possible, voire même renforcé, par les décisions judiciaires.

En effet, quel intérêt pour un employeur de venir à la table des négociations s'il lui est permis d'interdire toute action de grève de son personnel par le biais de décisions de justice contraignantes ? Le droit de grève a-t-il alors un quelconque effet ?

Il est pour nous manifeste que, sans les décisions judiciaires intervenues, le conflit social aurait pris une tout autre tournure. C'est donc le rôle même de la justice dans les conflits sociaux que nous remettons en cause et en particulier l'utilisation des requêtes unilatérales. Plusieurs propositions de réformes législatives ont été déposées à ce sujet dans le passé, il nous semble que des réformes devraient être rapidement envisagées si nous voulons maintenir un droit de grève en Belgique. Il peut ainsi être question notamment de trancher quant à la compétence des tribunaux de première instance pour s'immiscer dans les conflits collectifs. Ou encore d'exclure les actions sociales et collectives de l'application de l'article 406 du Code pénal.

Sans modifications en vue de protéger à nouveau le droit de grève, il nous semble manifeste que ce dernier est mis en danger et qu'il risque de ce fait d'être vidé de tout son sens.

1. Pour le moment sur les 13 ordonnances rendues après tierces oppositions, 8 ont été positives (ou partiellement positives) pour les travailleur·euses et les procédures sont toujours en cours.

2. M. Attar et O. Bailly, « « Dans le magasin, vous m'appartenez ». Les menaces d'un franchisé Delhaize », *Medor*, juin 2024 et l'article de la RTBF, « Delhaize Karreveld et Théodor : des « no man's land » ? », 6 juin 2024. [En ligne].

3. « Delhaize : le coût humain de la mise sous franchise en question », *RTBF*, 17 septembre 2024. [En ligne].

Des premières informations qui nous sont parvenues de la formation du futur gouvernement fédéral, les mesures proposées par le formateur Bart De Wever (N-VA) à ses futurs partenaires CD&V, MR, Engagés et Vooruit, semblent toutefois ne pas du tout aller dans ce sens. Il faudra donc faire preuve de vigilance, afin de ne pas se retrouver à nouveau face à des mesures antisociales telles qu'elles ont été prises sous le gouvernement Michel I.¹

1. Voir à ce sujet : J-F. Neven, « La Cour constitutionnelle donne son feu vert au « service minimum » dans les chemins de fer », 3 septembre 2020. [En ligne].



Photo : © Dominique Botte, Collectif Krasnyi, 2024.

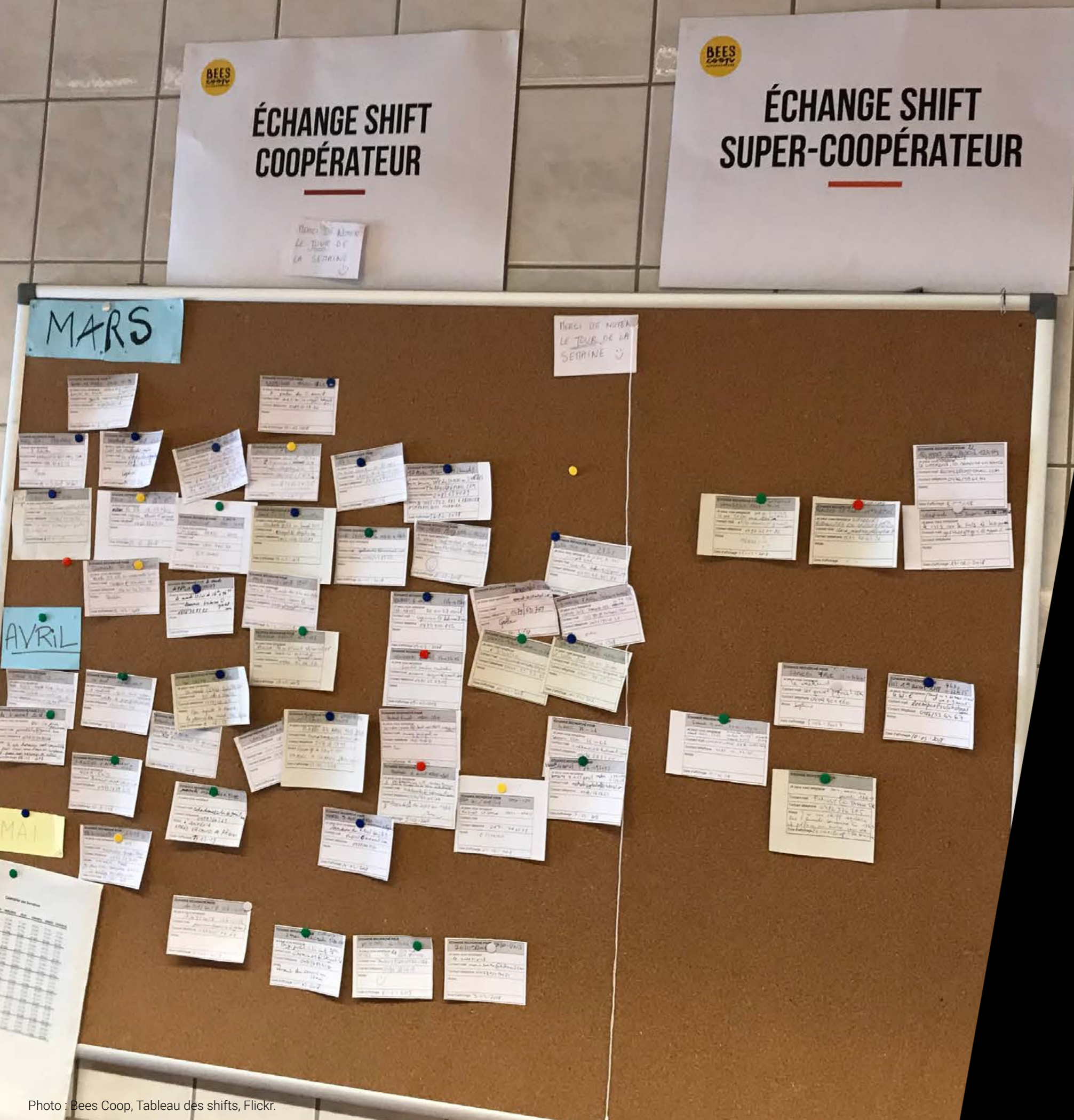
Interview de Martin Raucant et
Raeto Cadotsch
par Antoinette Dumont et Priscilla Claeys
SAW-B

Les supermarchés coopératifs et participatifs rendent-ils nos systèmes alimentaires plus justes et résilients ?

BEES Coop, Bab'l Market, Oufitcoop, Bloum, Coopéco, ...

Les supermarchés coopératifs et participatifs ont le vent en poupe à Bruxelles et en Wallonie. Leur modèle s'inspire des célèbres Park Slope Food Coop à New York et la Louve à Paris. Le modèle est dit coopératif : toute la clientèle doit être coopératrice du supermarché. Il est également participatif : toute la clientèle doit travailler environ 3 heures par mois dans le magasin. Les coûts de fonctionnement sont ainsi réduits et la clientèle coopératrice peut avoir accès à des produits de qualité à faible prix.¹

1. Cette analyse a été publiée sur le site du SAW-b en août 2023 : https://saw-b.be/wp-content/uploads/sites/39/2023/10/A2316_supermarches.pdf.



Les supermarchés coopératifs et participatifs rendent-ils nos systèmes alimentaires plus justes et résilients ?

Interview de **Martin Raucent et Raeto Cadotsch** par **Antoinette Dumont et Priscilla Claeys, SAW-B**

Dans cette analyse, nous nous interrogeons sur l'impact des supermarchés coopératifs sur nos systèmes alimentaires. Sont-ils une piste pertinente pour rendre nos systèmes plus justes et résilients ? Pour le comprendre, nous avons choisi de donner la parole à Martin Raucent, cofondateur de la BEES Coop à Bruxelles, et à Raeto Cadotsch, cofondateur de La Fève à Meyrin, à proximité de Genève en Suisse. Tous les deux sont fondateurs et pionniers dans l'histoire des supermarchés coopératifs et participatifs. Mais ils n'en tirent pas les mêmes leçons ! Pour le premier, le modèle génère des tensions constantes, mais fertiles. Pour le second, le modèle devrait être profondément revu pour être source de justice et résilience.

Martin Raucent et Raeto Cadotsch, vous avez chacun participé à la création d'un supermarché participatif, à but non lucratif : Martin, la BEES Coop à Bruxelles et Raeto, La Fève en Suisse, dans la banlieue de Genève. Pourriez-vous retracer en quelques mots l'histoire de votre coopérative et nous en dire plus sur vous et les autres fondateurs ?

Martin : Je suis à la BEES depuis le tout début de l'aventure. Je suis aujourd'hui salarié et je parlerai ici en mon nom propre.

L'idée de la BEES a émergé du réseau ADES, qui est un réseau pour des alternatives démocratiques, écologiques et sociales. Nous étions des étudiants et étudiantes militantes de Louvain-La-Neuve et nous avons créé une structure pour continuer à travailler et militer ensemble. Un petit groupe, sur Bruxelles, a eu envie de travailler sur l'alimentation durable et l'accès à une alimentation de qualité. Nous avons fait le constat que dans le croissant pauvre bruxellois¹, il n'y avait pas de magasin bio et que le bio n'était accessible qu'à une certaine élite culturelle et économique. On voulait décroisonner tout ça. On a pas mal réfléchi sur le modèle à l'époque. On est allé voir la Park Slope Food Coop à Brooklyn et on s'est

1. Le « croissant pauvre » correspond à une zone de Bruxelles comprenant des parties des communes de Saint-Josse Molenbeek, Anderlecht, Forest, Schaerbeek, Laeken et Saint-Gilles.

lancé juste après l'ouverture de La Louve à Paris. Le magasin a ouvert en 2017.

Raeto : Je suis issu du mouvement de l'agriculture contractuelle qui a démarré à la fin des années 1970 à Genève. L'agriculture contractuelle, c'est un mouvement qui rassemble des initiatives liant des producteurs et productrices et des consommateurs et consommatrices par un contrat, comme les AMAPs (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) ou, à Bruxelles, les GASAPs (Groupement d'Achats Solidaires à l'Agriculture Paysanne). Je suis aussi fondateur de la première AMAP en Europe, Les Jardins de Cocagne. À l'origine, j'étais paysan, je suis maintenant retraité depuis 5-6 ans.

La Fève est issue de la rencontre entre ce mouvement des paniers bio et le mouvement des coopératives d'habitation. Les coopératives d'habitation sont une spécificité suisse, elles visent l'autogestion des immeubles et ont le vent en poupe parce qu'elles répondent au besoin de l'État de mettre en place des logements sociaux avec une mixité sociale¹. La Fève est née de la rencontre de ces deux mouvements, dans un nouveau quartier d'une commune, Meyrin, qui comptait à l'époque 10.000 habitants et en compte maintenant 25.000. Avec l'aide de la commune, quatre coopératives d'habitation, de 500 logements au total, ont pu être créées. Alors, nous, des producteurs et productrices de paniers bio, avons rencontré les promoteurs et promotrices de ces coopératives de logement et on a dit : « avec 500 appartements, on peut envisager de faire un magasin ».

Notre idée, c'était d'aller plus loin que les paniers individuels, c'était d'avoir un panier global pour un quartier. C'est ainsi qu'on a créé en 2018 La Fève, un *Supermarché Participatif Paysan*, dont

la clientèle coopératrice est constituée soit de consommateurs, soit de producteurs. Les producteurs font donc partie de la clientèle et travaillent bénévolement pour le magasin, au même titre que les consommateurs.

Pourriez-vous nous donner quelques chiffres clés pour comprendre le fonctionnement actuel de votre magasin, en termes de nombre de consommateurs, producteurs, chiffre d'affaires ?

Martin : Le magasin est ouvert 7 jours sur 7 et se veut être un « one stop shop ». On y trouve tous les produits, pour que la clientèle coopératrice puisse y faire l'entièreté de ses courses. Nous avons environ 1.500 coopérateurs et coopératrices actifs, qui travaillent bénévolement 2h45 par mois dans le magasin, et le magasin nourrit plus ou moins 4.000 personnes. Ces chiffres varient. En 2022, avec la crise, on était un peu en perte de vitesse ; 2023 est plus encourageant. On a 100 à 120 fournisseurs. Nous avons 9 employés, dont 8 sur fonds propres et un sur subsides. Notre chiffre d'affaires annuel est d'environ 4 millions d'euros.

Raeto : Nous, on n'est pas ouvert 7 sur 7, mais on arrive à ouvrir 5 jours sur 7. La clientèle coopératrice comprend 220 personnes, ce qui ne suffit pas pour assurer l'ouverture du magasin toute la semaine. Cette clientèle doit également travailler bénévolement 2h45 par mois. On a un employé à plein temps qui fait la coordination, un responsable du bureau des membres à 40% et un comptable à 20%. Pour le reste, tout le magasin est tenu par du bénévolat. À mon avis, ce n'est pas tenable, mais pour le moment on n'a pas les moyens d'engager des gens. On a une soixantaine de fournisseurs. Notre chiffre d'affaires annuel est d'environ 900.000 euros.

1. Le but de ces coopératives d'habitation est d'avoir une mixité sociale. Il y a des appartements fortement subventionnés, des appartements légèrement subventionnés et il y a aussi des loyers libres.

En lisant vos statuts, on voit que vos deux coopératives poursuivent une finalité large, qui vise à la fois le soutien aux producteurs, l'accessibilité aux consommateurs et à toucher un quartier dans toute sa diversité sociale. Cela n'est pas évident ! Chez SAW-B, on constate que « soutien aux producteurs et accessibilité aux consommateurs » est une équation insoluble dans le contexte économique néolibéral actuel. Où avez-vous décidé de placer le curseur dans votre modèle ? Quelles difficultés avez-vous rencontrées et quels compromis avez-vous dû faire par rapport au projet initial ?

Martin : Dans les statuts, quand on lit la finalité sociale, on remarque la tension entre accessibilité et durabilité. On veut d'un côté soutenir les producteurs et productrices, les filières locales, le circuit court et de l'autre côté on veut être accessible au niveau prix pour la clientèle plus précaire. Notre positionnement, c'est de poursuivre les deux. Mais c'est une tension constante et on se pose des questions tous les jours. Par exemple, est-ce que l'on prend des carottes bio moins chères ou est-ce qu'on continue de travailler avec notre producteur de carottes qu'on aime bien, avec qui on travaille depuis longtemps, mais qui est plus cher, car il est sur de moyennes surfaces ? On bosse avec lui, mais du coup, on n'est pas du tout concurrentiel sur les carottes alors qu'on défend un modèle de prix concurrentiels.

Notre manière de trancher entre accessibilité et durabilité n'était pas claire à l'époque et ne l'est toujours que partiellement. On est une coopérative de consommateurs et consommatrices. Donc pour nous, c'était normal de pouvoir proposer différentes gammes d'un même produit afin que la clientèle puisse choisir. Mais il y a eu une grosse levée de boucliers, qui nous a amenés à bosser sur une « charte produits », qui questionne essentiellement les enjeux de durabilité. Cette charte, on a pris deux ans à l'écrire, avec beaucoup de soirées

de discussions. Le processus s'est terminé par un vote en Assemblée générale. En gros, la charte dit que ça doit être soit du bio soit, si ce n'est pas bio, du local. Le local est défini belge. Mais il reste des questions non tranchées dans cette charte. La première, c'est : est-ce qu'on propose des produits qui répondent uniquement au critère du prix bas ? Et si oui, lesquels ? Pourquoi ? Comment ? La deuxième concerne les fruits et légumes de saison : est-ce qu'on propose un minimum de fruits et légumes qui ne sont pas de saison ?

En résumé, notre positionnement, c'est qu'on propose à la clientèle un choix entre les deux : des produits super durables qui peuvent être chers et des produits accessibles qui néanmoins respectent la « charte produits ». Avec une exception pour les fruits et légumes. Du fait qu'on les vend en vrac, on ne peut pas mettre côte à côte une carotte bio industrielle et une carotte d'un petit paysan. À la balance pour payer au kilo, il y aurait des erreurs. Pour les fruits et légumes, on doit arbitrer en amont et on ne propose qu'un produit.

Raeto : Pour La Fève, l'objectif était d'aller un pas plus loin qu'avec les AMAPs dans le soutien aux paysannes et paysans. L'idée de départ vient de paysannes et paysans qui se sont dit : on va faire un contrat entre un groupe de paysans et tout un quartier. Le but était de toucher une plus large clientèle et aussi de ne pas se limiter aux légumes, comme dans les AMAPs. Notre but, ce n'était pas seulement de se préoccuper du droit à l'alimentation, mais aussi de soutenir l'agriculture paysanne, d'avoir une influence sur la politique agricole. Mais dans la pratique, on est noyé dans une série de contradictions, à cause de cette tension entre l'enjeu d'être ouvert à tout le monde et celle de soutenir les paysans.

Cette tension est d'autant plus forte que notre projet initial n'a pas pu être réalisé. On avait prévu d'ouvrir

un magasin de 500m² et, finalement, un supermarché classique nous a doublés en cachette dans les négociations avec le promoteur. Aujourd'hui, on est coincé dans un magasin de 100m². Avec cette taille-là, le magasin n'est pas assez grand pour être concurrentiel sur les prix. On n'a pas accès aux produits bio industriels, moins chers et produits en grande quantité. Leurs producteurs et productrices ne sont pas intéressés par les trop petites quantités qu'on peut leur acheter, ce qui en retour limite le type de clientèle qu'on peut attirer. Aujourd'hui, on est concurrentiel sur le haut de gamme, des produits bio suisses de producteurs et productrices sur petites et moyennes surfaces. Là, on est même moins cher que les grands distributeurs, car eux prennent des marges abusives sur ces produits-là. Et puis, ce qui limite aussi notre capacité à attirer une clientèle plus précaire, c'est la dévaluation de l'euro par rapport au franc suisse et le fait que la France est à 200 mètres de chez nous. Cela étant dit, nous avons l'impression que nous souffrons moins que les autres acteurs sur les marchés ou les magasins bio. Actuellement, le secteur de la bio et des petites structures de vente se porte très mal.

Mais, fondamentalement, je pense que la société civile peut seulement faire un tout petit pas pour répondre au double enjeu d'accessibilité et de soutien aux producteurs et productrices. Pour le reste, c'est surtout à l'État de régler ce problème. À un moment donné, c'est un débat de société et il doit y avoir des subventions si on veut maintenir une agriculture paysanne et la rendre accessible.

Comment fixez-vous vos prix d'achat aux productrices et producteurs ? Avez-vous une politique de soutien aux petits paysans et paysannes bio ? Si oui, comment cela se traduit-il dans la pratique ?

Martin : Comme je le disais, pour chaque produit, nous avons du bio industriel et du bio local issu de petites surfaces, sauf pour les fruits et légumes où

l'on a soit l'un, soit l'autre. Pour arriver à des prix plus justes pour nos maraichers, on a mis autour de la table les trois maraichers avec lesquels nous travaillons en direct (une partie des légumes provient d'un grossiste). Ils discutent ensemble de qui va produire quoi, du prix, des conditions et des quantités. Ils se répartissent les légumes en fonction de leurs envies, de leur terre, de leur rotation de cultures. Au départ, on pensait même faire des contrats avec eux et réaliser ensemble leur plan de culture, mais ils ne se sont pas montrés intéressés. Par ailleurs, on voulait initier ces tables de concertation depuis longtemps, mais il nous fallait une vue sur les volumes d'achats qu'on peut écouler. Il faut préciser que chez nous, tous nos coopérateurs et coopératrices sont des consommateurs ou consommatrices. Nos maraichers ne sont pas membres de BEES Coop, contrairement à La Fève. Ils sont nos partenaires et même si on comprend leur besoin de fixer des prix rémunérateurs, on doit parfois discuter leur proposition de prix. Ce sont des choix difficiles, mais au moins cela se fait en leur présence et par le biais d'une discussion.

Pour les producteurs et productrices de produits secs, certaines fois, on leur demande aussi de vendre à nos grossistes plutôt qu'en direct chez nous. Travailler en direct avec tout le monde, ça fait beaucoup de contrats, de trajets, les livraisons sont moins courantes, la gestion des stocks est plus compliquée ... Actuellement, on a des grossistes très agressifs sur le marché qui viennent avec des propositions de prix où on est moins cher via le grossiste qu'en direct ! Du coup, ça arrive, même pour un producteur ou une productrice qu'on aime beaucoup, de l'appeler pour lui exposer la situation : « on est une coopérative de consommateurs et consommatrices, notre objectif c'est quand même que nous puissions payer le prix le moins cher. Qu'est-ce qu'on fait ? ». Et on discute pour voir si c'est envisageable pour lui d'aligner ses prix. Là, il y en a un qui ne veut pas aligner ses prix. Dans un cas

comme celui-là, nous, les salariés, on ne se sent plus légitimes pour décider. On va lancer un sondage auprès des membres coopérateurs, et puis on va amener la question en Assemblée générale où on va décider.

Raeto : Chez nous, pour les légumes, ce sont les producteurs et productrices de l'agriculture contractuelle de la région de Genève qui décident ensemble des prix lors d'une réunion annuelle. Ils font une liste de prix pour chaque légume pour toute l'année. Donc le prix ne fluctue pas avec les saisons. Et ces prix-là sont appliqués aussi chez nous. Pour l'instant nous avons trois producteurs et productrices qui se sont mis d'accord pour produire pour La Fève. Nous ne pouvons en soutenir plus, car nous n'avons pas assez de ventes. L'idée de départ est que le magasin porte le risque et qu'on les soutienne réellement. On a dit : « on estime ce dont on a besoin pour 200 membres et puis on passe un contrat avec un groupe de paysans et paysannes. C'est au magasin de faire la publicité auprès de ses membres, de leur expliquer la situation des producteurs et productrices, pour arriver à porter le risque ». Le magasin a réussi à honorer son contrat avec les paysans et paysannes au sens où il les a payés pour les produits non vendus. Mais nous avons eu des débats non-stop parce que les pertes devenaient trop grandes et le contrat avec les paysans et paysannes était tout le temps négocié à la baisse pendant l'année.

On essaye également de respecter la philosophie des AMAPs où le prix est basé sur le travail fourni plutôt que sur l'unité ou le poids du produit. Par exemple, pour nos œufs, on propose aux gens de louer une poule. Vous avez un rayon dans le magasin sur lequel vous trouvez vos 2, 3, 4 œufs suivant les semaines de l'année. Le système est rationalisé : il y a 60 poules pour 60 locataires, et c'est la moyenne des œufs pondus que vous recevez chaque semaine. On a plusieurs projets comme ça où le ou la cliente ne paye pas le produit,

il ou elle paye le travail et reçoit le résultat du travail. Et là, ce qui est intéressant, c'est que les gens cherchent à soutenir un modèle d'agriculture, plutôt qu'à comparer les prix du marché.

Le cheval de bataille de La Fève reste les contrats basés sur la rémunération du travail plutôt que du produit. Si on veut sauver l'agriculture paysanne, les contrats sont nécessaires. Mais on a besoin d'un magasin plus grand et de plus de clientèle. Idéalement, on aurait une partie du magasin réservée aux produits de l'agriculture contractuelle de proximité, des produits du quotidien qu'on est à peu près sûr de liquider pour ne pas faire de tort au magasin, et une autre partie avec les autres produits qu'on trouve sur le marché pour attirer plus de monde. Mais pour l'instant, on est coincé dans un magasin trop petit.

Quelles mesures avez-vous prises pour favoriser l'accessibilité des produits paysans et bio à un public diversifié socialement ? Sans mesure concrète, on se retrouve vite entre consommateurs et consommatrices privilégiés, non ?

Raeto : L'éternel débat est : est-ce qu'il faut faire la discussion sur l'accessibilité en dehors du magasin ou dans le magasin ? Nous on pense qu'il faut le faire dedans. Pour que les gens viennent, il faut ouvrir le magasin à une gamme de produits très large. Et puis, une fois dans le magasin, proposer des contrats. Mais la pratique dans notre magasin n'est pas celle-là comme je le disais, car on est trop petit.

On discute aujourd'hui de plein d'alternatives, comme faire trois prix différents et que les gens choisissent le prix qu'ils payent à la caisse. Mais plus que baisser les prix, on pense qu'il faut subventionner les gens pour leur permettre d'avoir accès à nos produits. Aujourd'hui, les membres de deux coopératives d'habitation peuvent obtenir des subventions de leur coopérative. Ceux-là ne payent alors pas le prix plein dans notre magasin. Par

exemple, pour un contrat d'achat mensuel de 150 francs suisses, ils payent 120 francs, ou 90 francs s'ils ont vraiment de bas revenus, et c'est la coopérative d'habitation qui paye le reste.

Malgré tout, on n'arrive pas à attirer un public diversifié, et difficilement les étrangers. C'est le look du magasin, le prix, la peur d'aller dans un magasin bio haut de gamme... Je suis aujourd'hui convaincu que ce n'est pas le fait de devoir travailler dans le magasin qui est le blocage principal pour fréquenter le magasin. Sur les 2.500 habitants du quartier, on ne touche peut-être que 10 %. Les autres, ils vont dans d'autres supermarchés classiques suisses. C'est très difficile d'attirer les gens dans un magasin bio de quartier.

Martin : On sait que certains produits de notre gamme sont en fait très violents symboliquement, à cause de leur prix. Comme pour les œufs, où on a fait le choix de n'avoir qu'une seule productrice bio, à 0,39 cent l'œuf TVAC, ce qui fait que, pour les œufs, on est trois fois plus cher qu'ailleurs dans le quartier, alors que les consommateurs et consommatrices doivent travailler dans le magasin ! Je ne sais pas si c'est une bonne chose. Moi je pense que c'est essentiel que le supermarché ne soit pas moralisateur, donc qu'il ne propose pas que des produits haut de gamme ou que du bio. Et en fait, ça ne marcherait de toute façon pas, parce qu'il y a peu de gens qui ont une capacité financière pour acheter 100% bio. Cela explique notre choix de proposer des produits non bio, mais qui respectent une charte, notre « charte produits ». Cela étant dit, environ 90% de notre assortiment est bio.

Sinon, je rejoins à fond Raeto sur le fait que si on veut avoir une alimentation durable et de qualité, donc plutôt issue de petits producteurs et paysans, accessible à tous et à toutes, il faut une intervention

publique extérieure. C'est ce constat qui a amené la BEES à aller toquer à différentes portes, et notamment celle du CPAS de Schaerbeek avec qui on a démarré un test. On a mis sur pied une sorte de projet pilote pour une « Sécurité sociale de l'alimentation »¹ dont beaucoup parlent aujourd'hui. En 2022, il y avait 20 personnes du CPAS qui bénéficiaient de 150€ par mois à dépenser à la BEES. En contrepartie, ces personnes devaient devenir coopératrices et s'intégrer dans la dynamique de la BEES. Sur les 20, il y en a 12 ou 13 qui sont venues régulièrement. On a renouvelé le dispositif en 2023 avec différents financements. Actuellement, c'est 62 personnes qui bénéficient de 120 à 150€ par mois. La sélection des personnes s'est faite via le CPAS, qui a mis le focus sur des personnes âgées et des familles monoparentales, et via EPISOL, une épicerie sociale de Schaerbeek, qui a mis le focus sur des personnes ne touchant bientôt plus d'aide alimentaire. C'était important pour nous de ne pas avoir à sélectionner nous-mêmes les bénéficiaires, on n'est pas des assistants sociaux.

On n'a pas encore pu tirer de conclusions de ces tests. L'analyse est en cours. On va faire des entretiens avec les participants et participantes, et puis on va formuler des recommandations et conclusions.

Pour être membre de votre coopérative, il faut travailler 2h45 par mois. Cela peut représenter un obstacle considérable pour certaines personnes, comme une maman seule qui travaille à temps plein. Quels efforts faites-vous pour encourager la participation d'une diversité de bénévoles ?

Martin : C'est un vrai problème, celui de la participation, qui est différent, mais lié à celui de l'accessibilité économique. La réponse qu'on a mise en place, ce sont des shifts de solidarité.

1. Pour en savoir plus sur le projet de « Sécurité Sociale de l'Alimentation » en Belgique, voir : Fian Belgium, 2023, « Sécurité Sociale de l'Alimentation », <https://www.fian.be/+-Sociale-Voedselzekerheid-+>, consulté le 25 mai 2023.

Chaque membre coopérateur peut venir faire un shift de plus qui va dans un pot commun et les gens en besoin peuvent prendre des shifts de solidarité. On demande quand même que les gens fassent minimum 8 shifts par an sur les 13. Par ailleurs, les gens en congé de maladie, de parentalité, ou autre, peuvent bénéficier d'exemptions de shift. En fait, toute personne qui a un couac dans sa vie, à un moment donné, peut demander à BEES d'être exemptée de shift de manière temporaire ou permanente. Ce genre de choses est discuté par le bureau des membres, donc les coopérateurs et coopératrices qui sont en charge de ça.

Mais c'est clair que pour les familles monoparentales, c'est très compliqué. La meilleure réponse aurait été la crèche, comme ils l'ont fait à Park Slope, avec une garderie pour les enfants des personnes qui travaillent, le temps de la durée de leur shift. À Paris, ils ont aussi fait une crèche, mais ils l'ont fermée parce qu'il n'y avait pas assez de demandes. Nous, on a un peu cherché pour créer une garderie, mais c'est vraiment très compliqué d'être un milieu d'accueil de la petite enfance, car il y a des questions d'assurance, de responsabilité ... Du coup, voilà, pour le moment, on n'a que des réponses partielles.

Raeto : La réponse qu'on a apportée à ce problème-là, c'est d'être très souple. Donc, donner beaucoup de pouvoir au bureau des membres qui gère ces questions-là, qu'il puisse le régler au cas par cas. Que chaque situation individuelle puisse être prise en compte quand on fait les contrats de participation des membres coopérateurs. Idéalement, on trouverait des règles généralisables pour tout le monde, on en est conscient, mais on ne les a pas encore trouvées.

Beaucoup d'initiatives comme les vôtres font appel à du bénévolat et à des subsides. Ne risquent-elles pas de faire concurrence à d'autres acteurs de l'économie sociale, comme des groupements d'achat ou des magasins de productrices et producteurs qui ne bénéficieraient pas des mêmes soutiens ?

Martin : On a eu des subsides au lancement et maintenant on a des subsides pour certains projets spécifiques. Mais je pense qu'une des grosses différences entre nous et un autre magasin, c'est qu'on est sans but lucratif et du coup il n'y a personne qui s'enrichit derrière. Il n'y a pas de plus-value et il n'y a pas de dividendes. Donc ça, c'est vraiment une très grosse différence avec soit un indépendant, soit une chaîne de magasins bio où, même dans le cas où ils soutiendraient l'agriculture paysanne, il y a un enrichissement personnel de certains membres et donc une captation de la plus-value. En fait, on fait une mission de service public en quelque sorte.

Ceci dit, on n'a pas la prétention de dire que le modèle de la BEES est universel et doit être universel. Si les gens n'ont pas envie de travailler dans le magasin et qu'ils gagnent 4.000 € ou 6.000 €, je leur dis : « allez dans un supermarché bio ; vous allez retrouver le même produit, vous le payerez juste 30% plus cher ». Ou si vous voulez soutenir à fond l'agriculture paysanne : « prenez un panier dans le réseau des GASAPs, où les gens s'engagent à soutenir les producteurs et productrices sur un an ».

Notre philosophie, c'est de dire : travaillons ensemble avec ceux et celles qui ont les mêmes valeurs. Les GASAPs, c'est aussi sans but lucratif et c'est 100% de soutien à l'agriculture paysanne et on travaille ensemble sur certains dossiers. Alors, c'est vrai qu'on a fait concurrence au GASAP de notre quartier. Quand on s'insère dans un marché, on fait souffrir nos concurrents directs, même celles et ceux qui partagent les mêmes valeurs.

Mais bon, c'est inévitable. Heureusement le GASAP, est toujours là même s'il a dû un peu se réinventer.

En conclusion, les supermarchés coopératifs et participatifs sont-ils selon vous un outil de transformation de nos systèmes alimentaires ?

Raeto : C'est une question politique. Quel rôle a encore l'alimentation dans notre société ? Nous on s'interroge beaucoup sur la forme « magasins ». Est-ce que vraiment on peut combattre une politique agricole ou une politique alimentaire par une politique de supermarché ? Est-ce que la transition de notre société est possible sans remettre en question le fait que le prix ait plus d'importance que la relation humaine dans les échanges commerciaux ? Je ne le crois pas.

En développant La Fève, on s'est écarté du modèle originel des AMAPs par la création d'un magasin où l'on souhaitait garder la notion de contrat et de réciprocité, où la relation humaine reste plus importante que le prix, mais globalement on n'y est pas arrivé. Je ne sais pas s'il faut supprimer le modèle de supermarché coopératif, mais en tous les cas, comme nous l'expérimentons, on a échoué. Le problème d'un magasin, c'est que la clientèle a le réflexe du consommateur : on discute et regarde le prix et la qualité, et rien d'autre. Le travail, la politique, tout ça disparaît. Mais dès qu'on se remet autour de la table pour discuter tous ensemble, là, le respect pour le paysan, la paysanne et leur travail revient. Qu'on revienne à la logique des AMAPs où on ne discute pas du prix du kilo de la carotte, mais de combien la clientèle paye par an pour avoir accès à une certaine quantité de nourriture et faire vivre les paysans. Quand les consommateurs et consommatrices connaissent les salaires des paysans et paysannes, ils sont souvent d'accord de payer pour qu'ils puissent vivre correctement.

Après, on ne peut pas supprimer les magasins, il y aura toujours des magasins. Et pour moi, garder des magasins aurait un sens si leur rôle était de faire des contrats : de bien livrer ce qui aurait été prévu par les contrats, d'assurer leur réalisation dans le quotidien. Et que le magasin devienne une sorte de base alimentaire soutenue politiquement. J'aimerais tout faire pour que ces questions ne soient plus des questions de morale pour les consommateurs et consommatrices, mais un choix de société, politique. C'est à la société de décider quelle agriculture elle veut soutenir.

Pour aller plus loin ...

Comment choisir le lieu où l'on va faire ses courses ? Raeto et Martin nous le montrent bien, en remplissant notre caddie, on fait toutes et tous de vrais choix politiques, tout en étant limité par nos capacités financières et individuelles. Aucune alternative aux supermarchés classiques n'est parfaite. Pour autant, les alternatives ne soutiennent pas toutes le même modèle socio-économique et n'ont pas le même impact sur la transition vers un système agroalimentaire plus juste et résilient. Pour conclure cette analyse, nous vous proposons quelques questions à vous poser avant de choisir où faire vos courses :

- En tant que consommateur, consommatrice, on ne connaît pas forcément en profondeur le modèle économique du magasin que nous fréquentons, quand bien même celui-ci se présente comme alternatif au modèle dominant. Soutenons-nous un modèle ancré dans la logique de marché, concurrentiel, avec des prix compétitifs, ou un modèle qui privilégie des logiques de réciprocité et de solidarité entre producteurs et consommateurs, et de redistribution entre personnes plus ou moins aisées ? Pour mieux comprendre les logiques économiques sous-jacentes à la construction des

prix et identifier ce que vous souhaitez pour vous-même, nous vous invitons à (re) découvrir notre étude « Le prix juste. Et si on prenait le problème à la racine ? »¹.

- Martin et Raeto réclament une intervention de l'État et des politiques publiques pour assurer une alimentation de qualité et juste pour toutes et tous. En effet, des politiques publiques sont nécessaires pour changer radicalement les logiques de nos systèmes alimentaires, et ainsi soutenir à la fois la paysannerie et permettre aux personnes précarisées d'acheter des produits locaux et bio. À ce jour, c'est essentiellement la Politique agricole commune (PAC) qui façonne nos systèmes alimentaires et ses résultats sont décevants. Pour réfléchir à la manière dont les politiques publiques pourraient soutenir un système agroalimentaire plus juste et plus résilient, nous vous invitons à (re)découvrir notre analyse sur le sujet : « Repenser la politique agricole européenne comme une politique d'intérêt général ... Une douce utopie ? »².
- Construire une initiative entre consommateurs et consommatrices uniquement ou avec d'autres parties prenantes n'aboutit pas aux mêmes résultats. Chaque partie prenante à ses intérêts propres. Il ne suffit pas d'être conscientisé par rapport aux enjeux globaux de la transition alimentaire pour connaître les réalités de chaque maillon de la chaîne alimentaire. Quelle place donc pour les paysans et paysannes et, plus globalement, les différentes parties prenantes (consommateurs, distributeurs, épiciers, etc.) dans les processus de décision ? Et comment fonctionner ensemble quand on représente des intérêts divergents ? Pour creuser davantage ces questions, nous vous invitons à

(re)découvrir notre analyse qui met en lumière comment, dans la pratique, des systèmes de commercialisation peuvent combiner intérêt général de la société et intérêts particuliers de différentes parties prenantes : « Impliquer différents acteurs dans la construction des circuits courts : pourquoi ? Comment ? Quels enjeux ? L'expérience de trois coopératives de distribution et vente alimentaires. »³

1. B. Garbarczyk et M. Vanwelde Mathieu, « Le prix juste. Et si on prenait le problème à la racine ? », SAW-B, 2018. [En ligne].

2. A. Dumont, « Repenser la politique agricole européenne comme une politique d'intérêt général ... Une douce utopie ? », SAW-B, 2020. [En ligne]

3. A. Dumont et P. Claeys, « Impliquer différents acteurs dans la construction des circuits courts : pourquoi ? Comment ? Quels enjeux ? L'expérience de trois coopératives de distribution et vente alimentaires. », SAW-B, 2022. [En ligne]



Photo : Jacques Fournier, haricot, plant de fèves jaunes, 2010, CC BY-NC-ND 2.0, Flickr, 14/11/2024.

Pierre Ozer
Département des Sciences et Gestion de
l'Environnement, ULiège

Pourquoi et comment sortir de la grande distribution ?

Dans cette analyse Pierre Ozer articule une critique de la responsabilité environnementale de la grande distribution avec une proposition d'autres chaînes d'approvisionnement alimentaire alternative qui associent, à l'échelon local, la production paysanne et d'autres formes, plus directes de distribution alimentaire. Son nom : la ceinture Aliment-Terre.

Pourquoi et comment sortir de la grande distribution ?

Pierre Ozer, ULiège

« Le commerce connaît une révolution qui n'est pas seulement liée à des mutations technologiques (augmentation du drive, développement d'Internet, vente en ligne...), mais qui est également due à des changements en profondeur du mode de consommation et des consommateurs eux-mêmes. L'époque de la consommation de masse des années 1960 a cédé progressivement le pas à une consommation d'abord plus orientée vers le plaisir dans les années 1980 ; plus pragmatique dans les années 1990, avec un consommateur cherchant des produits plus performants qui valorisent son image ; une consommation éthique dans les années 2000, puis la découverte par les consommateurs, dans les années 2010, de leur pouvoir sur les entreprises et la multiplication des boycotts. [...] Nous assistons actuellement à l'émergence d'un consommateur plus responsable, souhaitant être maître de ses choix et qui arbitre entre des produits, mais aussi entre des distributeurs. [...] Les enjeux pour la grande distribution sont considérables car elle doit s'adapter à ces nouvelles attentes tout en conservant sa vocation première : vendre tous les produits sous le même toit. »¹

Cela fait donc maintenant des années que – pour être en phase avec les préoccupations sociétales d'un nombre croissant de consommateurs – la grande distribution se clame ouvertement vertueuse et respectueuse de l'environnement. Ainsi, pour reprendre les slogans des trois principaux distributeurs qui se partagent 78% des parts du marché belge², « Colruyt Group s'engage pour l'environnement³ », « chaque jour, Delhaize s'engage de manière durable pour ses clients, mais aussi pour ses collaborateurs et l'environnement⁴ », alors que Carrefour indique que « chaque jour, nous agissons en faveur de la qualité alimentaire. Pour une alimentation saine, goûteuse, variée, responsable. Pour des produits accessibles à tous et respectueux de la planète⁵ » en ajoutant « Nous avons pour ambition de devenir le leader mondial de la transition alimentaire pour tous⁶ ». Pour y parvenir, Carrefour a lancé en septembre 2018 un programme mondial

1. Lavorata, L. « Les enjeux sociétaux et environnementaux de la grande distribution ». L'Économie politique, 2019/1 N° 81, 2019. p.60-67.

2. « Les supermarchés néerlandais envahissent la Belgique : quel impact pour le consommateur ? », RTBF, 27 janvier 2020. [En ligne].

3. Les initiatives concernant l'environnement, Colruyt Group. [En ligne].

4. « Notre politique de développement durable », Delhaize. [En ligne].

5. Act for food, « Des actions concrètes pour mieux manger », Carrefour. [En ligne].

6. *Ibid.*

au service du mieux manger : Act for food¹. Signe des temps, tous s'accordent à inciter les clients à faire des choix plus sains et plus réfléchis tout en améliorant la transparence de leurs produits.

Par ailleurs, les produits sont toujours plus locaux et/ou « pauvres en carbone », voire « neutres en carbone » à l'image des bananes « Be-climate »² proposées par Delhaize depuis janvier 2020. L'enseigne déclare en effet que pour compenser les émissions de CO₂ induites par le seul transport maritime des bananes, à savoir pas moins de 7.110 tonnes de CO₂, elle « offre de l'eau potable au Cambodge » car, constate-t-elle, « un quart des 16 millions de Cambodgiens ne dispose pas d'eau potable. Ils doivent d'abord la faire bouillir au-dessus d'un feu de bois ou de charbon, ce qui non seulement dégage du CO₂ mais contribue aussi à la déforestation car ils abattent des arbres pour se procurer le bois nécessaire pour faire du feu. Delhaize subsidie l'approvisionnement de systèmes de filtration en céramique permettant ainsi à 1,7 million de Cambodgiens de ne plus devoir faire bouillir de l'eau et de dégager de grandes quantités de CO₂ pour avoir de l'eau potable. » Cela ne s'arrête pas là. Après les bananes, c'est le poisson frais et le homard qui sont neutres en carbone depuis fin 2021³ grâce à la distribution de plus de 200.000 cookstoves (appareil de cuisson composé de céramique qui absorbe et retient mieux la chaleur) au Nigéria où « on cuisine encore beaucoup de façon traditionnelle, au feu de bois », ce qui a des « conséquences écologiques catastrophiques » sur la forêt primaire. Toujours plus performant, en juin 2023, dans son Initiative #65⁴ pour réduire ses émissions de CO₂,

« Delhaize aide le Burkina Faso à cuisiner plus sainement » grâce, là aussi, à l'octroi de cookstoves à 94.000 foyers. Une magnifique action de l'enseigne au Lion en partenariat avec Unilever (quatrième plus grande multinationale mondiale de l'industrie agroalimentaire). Pour compléter le panorama des actions de l'ex-distributeur belge pour aider les pays du Sud dans leurs bonnes pratiques et ainsi – comme Delhaize – protéger l'environnement qui nous est vital, une collaboration avec Côte d'Or (propriété du groupe Mondelez) vise une production de cacao durable en Amérique latine, plus précisément au Panama, où les deux multinationales vont toujours plus loin et « s'engagent auprès des communautés en apprenant aux planteurs à mettre en place des projets agricoles respectueux de l'environnement »⁵ (Initiative #55). Dans ce projet, Delhaize déclare – au contraire de ce qui est réalisé en Belgique ces derniers mois – avoir ainsi créé (ou soutenu) 150 emplois.

Et c'est donc ainsi que le narratif est devenu « Faire ses courses chez Delhaize, c'est prendre soin de la terre »⁶ car (et sans changer un seul mot) : « Grâce à tous ces efforts, nous sommes (très !) fiers de pouvoir vous annoncer qu'en Belgique, nos 763 magasins (supermarchés Delhaize, AD Delhaize, Proxy et Shop&Go) deviennent aujourd'hui, tous, CO₂ neutres. [...] Et sachez que nos efforts ne s'arrêtent pas à nos magasins : nos bureaux ainsi que tous nos entrepôts suivent le même mouvement et deviennent, eux aussi, neutres en carbone. Finalement, nous pouvons confirmer que l'impact écologique du transport généré par nos camions depuis nos centres de distribution jusqu'à nos

1. Carrefour, « Le transition alimentaire pour tous », Rapport d'activités 2018. [En ligne].

2. « Première européenne : Delhaize est le premier distributeur belge à proposer des bananes neutres en CO₂ », Delhaize, 16 janvier 2020. [En ligne].

3. « De la mer à votre assiette, notre assortiment de poisson frais est neutre en CO₂ », Delhaize, 25 janvier 2021. [En ligne].

4. « Une méthode de cuisson plus efficace au Burkina Faso », Delhaize, 21 juin 2023. [En ligne].

5. « Delhaize et Côte d'Or, ensemble pour une production de cacao durable », Delhaize, 21 juin 2023. [En ligne].

6. « Première chaîne de supermarchés neutres en CO₂ de Belgique », Delhaize, 15 avril 2021. [En ligne].

magasins deviendra, lui aussi, bientôt neutre en carbone. Motivés du mieux ? Oh que oui ! Et nous aimerions vous impliquer un maximum dans ce trajet parce que nous sommes convaincus, qu'ensemble, pas à pas, nous pouvons faire la différence pour notre planète ! ».

La grande distribution s'évertue à la vertu

Nous voici rassurés. Notons au passage qu'un Belge émet autant de gaz à effet de serre que cinq Panaméens, sept Cambodgiens ou encore près de soixante Burkinabès¹. Ainsi, Delhaize œuvre à la réduction de la pauvreté dans le monde tout en annulant ses (nos) émissions de gaz à effet de serre. Ce dispositif ne tient la route que grâce aux disparités abyssales qui existent dans le monde entre des humains qui par centaines de millions n'ont pas même accès à de l'eau potable (un droit humain fondamental), qui n'ont pas d'alternative au bois comme source d'énergie, et survivent dans une extrême pauvreté (les « sans »), et une minorité d'autres humains, ailleurs, participant d'un système dominant qui perdure artificiellement et profite des extrêmes inégalités pour se maintenir, promet d'être totalement neutre en carbone à très brève échéance, et explique aux « sans » comment préserver leurs écosystèmes qui – soudainement – se révèlent être communs, patrimoine de l'Humanité.

Si Delhaize prend soin de la planète, les autres acteurs de la grande distribution en Belgique (qui sont moins de dix² et représentent plus de 95% de notre alimentation) rivalisent d'imagination pour être toujours plus vertueux dans le respect du climat, de l'environnement, des producteurs, du local, de

la santé, du bien-être animal, et du portefeuille des consommateurs.

Ainsi, alors que Carrefour déclarait³ en 2019 que « 95% des fruits et légumes de saison sont produits en Belgique », il apparaît que le réel est tout autre : 12% des fruits et 32% des légumes proposés à la vente étaient d'origine belge en 2020 et 2021⁴. Simultanément, des drapeaux belges pullulaient dans les rayons fruits et légumes pour indiquer au consommateur la quantité incroyable de produits nationaux proposée par l'enseigne. Un peu trop de drapeaux « noir-jaune-rouge » d'ailleurs puisque – aux quatre coins du royaume – on retrouvait des oignons égyptiens, des concombres espagnols, du maïs sénégalais ou encore des pâtisseries « avec ingrédients d'origines différentes » sous pavillon belge. L'apposition de drapeaux belges un peu partout pour promouvoir des produits en provenance des quatre coins du monde ayant été reconnue comme étant de nature à tromper le consommateur et passible de poursuites en cas de récidive, plus grand-chose n'est belge dans le folder Carrefour de Noël 2023 : 4 articles du rayon boucherie sur les 16 proposés en promotion sont estampillés « Made in Belgium » ; plus aucun produit de la mer n'est belge ; plus aucun légume n'est belge ; plus aucun fruit n'est belge ; et plus aucun fromage n'est belge. En réalité, sur les 66 pages du folder intitulé « Des fêtes extraordinaires à prix extraordinaires », le drapeau belge n'apparaît plus que sept fois. Une prouesse pour une enseigne qui prétend que 95% de ses viandes, fruits et légumes sont belges et qui clame haut et fort dans sa stratégie Act for food « privilégier l'origine belge de nos produits⁵ » et « offrir un soutien privilégié aux petits

producteurs locaux¹ ». Voici donc – parmi tant d'autres exemples – la preuve que le distributeur Carrefour ne respecte pas plus ses engagements que ses clients.

En résumé, la grande distribution – dans son entièreté² – ne semble avoir aucun égard pour les citoyens que nous sommes. Où que l'on regarde, ce système est responsable d'écocide, de non-respect des travailleurs (directs et en amont), de légèreté quant aux conséquences de ses produits sur la santé des consommateurs dont on sait qu'ils sont de plus en plus nombreux à être victimes de la pandémie de surpoids et d'obésité déclarée par l'OMS³. Pour y répondre, les multinationales de la distribution – en bonne intelligence avec celles de l'agro-alimentaire – rivalisent d'ingéniosité pour retarder, influencer et devancer les politiques publiques en proposant notamment une jungle d'éco-scores, de nutri-scores et autres labels.

Un écosystème alternatif

De ce système captif et nocif ici et ailleurs, que je nomme le « système glyphosate » (du nom de cet herbicide systémique, non sélectif, reconnu cancérigène, mais dont on ne peut/veut pas se passer), de plus en plus de citoyens n'en veulent plus. Ledit système étant tellement puissant, il ne s'agit plus de le combattre frontalement, mais bien de créer un écosystème alternatif, réellement local, respectueux de la Nature, des travailleurs et des biens communs (eau, air, sol, biodiversité).

Ainsi, partout dans le monde, des entrepreneurs, des citoyens et des pouvoirs publics proposent ensemble autre chose, réinventent les pratiques agricoles, le rapport à l'alimentation et les paradigmes économiques. Ils entendent faire en sorte que l'alimentation de qualité ne soit pas réservée à une classe sociale de nantis, que les producteurs ne soient pas écrasés sous le dictat du grand capital et puissent vivre de leur labeur, que les communs de demain ne soient pas vecteurs de maladies et d'inégalités croissantes. Ils entendent ne pas coloniser le futur des jeunes générations et de celles à venir. Ils reconnaissent que la disparition des forêts primaires remplacées par des plantations de cacao, de palmier à huile, ou de soja. n'est pas causée par des communautés locales qui doivent apprendre « à mettre en place des projets agricoles respectueux de l'environnement⁴ », mais bien par le « système glyphosate » qui est imposé à toutes et à tous, aux quatre points cardinaux.

Parmi ce nombre incalculable de projets alternatifs concrets, il existe la Ceinture Aliment-Terre Liégeoise⁵ (CATL) créée en 2013 en Wallonie. Elle fédère les acteurs de la filière alimentaire, accompagne les porteurs de projets alimentaires, assure la promotion des initiatives locales, et structure les circuits courts de manière à ce que la communauté puisse nourrir la communauté. C'est ainsi qu'est née l'ASBL maraîchère Les Pousses Poussent⁶ sur les hauteurs de la Cité ardente dont une partie des récoltes est vendue en direct à des habitants du quartier qui viennent récolter eux-mêmes en auto-cueillette, et une autre est écoulee dans un des trois magasins coopératifs accompagnés par la CATL,

1. Ces données ont été obtenues auprès du Global Carbon Project, « The critical annual update revealing the latest trends in global carbon emissions », 2023. [En ligne].

2. Ozer, P., « La vérité sur le "Made in Belgium" de l'e-commerce alimentaire », ULiège. [En ligne].

3. Kirry, A-C., « En rayon, des légumes "belges" qui sont en réalité importés », *Le Soir*, 20 mars 2019. [En ligne].

4. Ozer, P. *op. cit.*

5. « Privilégier l'origine belge de nos produits », *Carrefour*. [En ligne].

1. « Offrir un soutien privilégié aux petits producteurs locaux », *Carrefour*. [En ligne].

2. Ozer, P. « Le coût CO₂ du réveillon de Noël : au Carrefour des choix », *Marianne Édition Belge*, 14 décembre 2013. [En ligne]. ; Ozer, P. « Joyeux Noël et bonne année (local et de saison) ! », *Tchak !*, 24 décembre 2021. [En ligne]. ; Ozer, P. « De Lavazza à E. Leclerc, le même bla-bla », *Tchak !*, 25 janvier 2022. [En ligne].

3. OMS, *Une alimentation plus saine pour notre planète : un nouvel outil de l'OMS/Europe présente des données visant à susciter des politiques novatrices dans les pays* – Communiqué de presse, 6 novembre 2023. [En ligne].

4. « Delhaize et Côte d'Or, ensemble pour une production de cacao durable », *op. cit.*

5. *catl.be*. [En ligne].

6. Les Pousses Poussent - Maraîchers · non traité, Les petits producteurs. [En ligne].

Les Petits Producteurs¹, qui offrent aux citoyens des produits locaux, de saison et le plus généralement bio à des prix qui sont similaires, voire inférieurs, à ceux pratiqués dans la grande distribution pour des produits équivalents. Le prix est transparent et juste, car fixé par le producteur lui-même ; et tous les mangeurs savent que 70% du prix final au consommateur revient au producteur. Des projets comme celui-là, il y en a des dizaines en région liégeoise et ils se multiplient ailleurs dans le monde.

Bien sûr, ils souffrent à chaque choc économique, mais ils sont le seul refuge à chaque scandale sanitaire ou, par exemple, en temps de pandémie. Bien sûr, ces alternatives ne bénéficient pas des moyens de propagande du système dominant, à savoir les publicités organisées par d'autres multinationales, mais nous lui opposons des festivals sur la transition alimentaire dans lesquels les citoyens sont sujets et non plus uniquement objets. C'est ainsi que le festival Nourrir Liège² a vu le jour en 2017. Il braque depuis les projecteurs sur les différentes alternatives au « système glyphosate » et s'est étendu en 2023 à plus de cent communes en Wallonie, mais aussi à Bruxelles, dans certaines municipalités françaises et jusqu'à Montréal !

Les alternatives existent, elles sont là. De différentes tailles, ces initiatives vont du rucher villageois au poulailler communautaire géré par une vingtaine de familles en passant par la création de forêts nourricières ou l'émergence de potagers collectifs. Des balades à la découverte des plantes sauvages comestibles sont organisées puis suivies d'ateliers cuisine pour toutes et tous. D'autres ateliers se créent autour du pain et des fruits et légumes de saison. Des personnes de toutes les générations et de tous les milieux (re)découvrent le

plaisir de manger sainement à prix abordable, se rencontrent, échangent, partagent leurs savoir-faire et créent à leur tour d'autres initiatives qui sont les leurs. Des grainothèques poussent dans de nombreuses bibliothèques. Le monde de la culture s'en mêle et propose des spectacles d'art vivant, des projections de films, des débats et rencontres en lien avec la nécessaire transition alimentaire. Cela crée du lien et renforce la cohésion sociale. Les gens se parlent. Ils soutiennent le monde paysan de leur région qu'ils connaissent ou ont appris à connaître, et en qui ils ont confiance. Et quand cela s'avère nécessaire, ils sont alors nombreux à s'organiser pour aller à l'encontre de projets d'artificialisation des terres et rejoignent par exemple le réseau Occupons le Terrain³.

Maintenant que tous les ingrédients sont de plus en plus réunis pour répondre aux enjeux liés au changement climatique, à l'effondrement de la biodiversité, aux inégalités sociales, et aux autres, il va falloir changer de paradigme : ne plus baser notre système alimentaire sur des besoins créés par l'agrobusiness, sur l'offre, mais bien sur la demande des citoyens. C'est ainsi que – déjà – l'agriculture de proximité rentre dans les cuisines de collectivité au travers des cantines durables⁴ dont bénéficient 5.000 enfants dans l'arrondissement de Liège. C'est ainsi aussi que de nombreuses structures échangent, construisent et portent un projet de société à la hauteur des enjeux agricoles et alimentaires actuels et à venir : la sécurité sociale de l'alimentation⁵ dans l'objectif de lutter contre la pauvreté et la faim tout en favorisant la transition écologique du système alimentaire. L'avenir est dans notre assiette, pas dans les promotions de vivres provenant de pays lointains ni dans les plats préparés imposés par le « système glyphosate ».

1. lespetitsproducteurs.be. [En ligne].

2. *Nourrir Liège 2024*, Nourrir l'humanité. [En ligne].

3. occuponsleterrain.be. [En ligne].

4. « Cantine et cuisines de Collectivités durables », *Ceinture Aliment – Terre Liégeoise*. [En ligne].

5. Collectif de réflexion et d'action sur une Sécurité Sociale de l'Alimentation (CréaSSA). [En ligne].

Gresea Échos N°120
Trimestriel : Octobre/Novembre/Décembre 2024

Photo couverture

1938 July 27, Visé, File2331, domaine public, Wikimedia
ISSN: 1377-7718

Editeur responsable

Bruno Bauraind, c/o GRESEA

Comité de rédaction

Bruno Bauraind, Sebastian Franco,
Romain Gelin, Natalia Hirtz, Cédric Leterme.

Maquette

Giorgio Grasso

Mise en page

Nathalie Van Verre

Relecture

Anne-Lise Maréchal
Nathalie Van Verre
Fabrice Renière

Réalisé avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Ce Gresea Échos est dédié à la mémoire de Philippe Van Holsbeke, ancien délégué syndical de Delhaize, parti trop tôt. Philippe fut également l'auteur de « Ahold : du « super mart » au trucage des comptes », article disponible sur le site du Gresea, à l'adresse : <https://gresea.be/Ahold-Delhaize-2404>

GRESEA Asbl

Groupe de Recherche pour une
Stratégie économique Alternative

Rue Royale 11, B-1000 Bruxelles

Tél. + 32(0)22197076

Email: info@gresea.be

Site: www.gresea.be

Disponible dans les librairies

Météores

207 rue Blaes, 1000 Bruxelles

Tropismes

Galerie des Princes 11, 1000 Bruxelles

Presses Universitaires de Bruxelles

Avenue Paul Héger 42, 1000 Bruxelles

Poëtini

Rue de Roumanie 28, 1060 Bruxelles

Centrale, Saint-Gilles

Avenue A. Demeur 63-65, 1060 Bruxelles

Ozfair

Rue Jean Volders 9, 1060 Bruxelles

La boutique du DK

Rue de Danemark, 70b, 1060 Bruxelles

La vieille Chéchette

Rue du Monténégro 2-6, 1060 Bruxelles

Victor, Marguerite et Cie

Rue de Savoie, 1060 Bruxelles

Herbes Folles

Rue Saint-Guidon 30, 1070 Bruxelles

Press&Café

Avenue Albert 2, 1190 Bruxelles

Par Chemins

Rue Berthelot 116, 1190 Forest

La Licorne

Chaussée d'Alsenberg 715, 1180 Bruxelles

Quartier Libre

Chaussée d'Alsenberg 374, 1180 Bruxelles

À Livre Ouvert

Rue Saint-Lambert 116, 1200 Bruxelles

Coopérative Bees coop

Rue Van Hove 19, 1030 Bruxelles

Toute la Presse

Avenue de Tervueren 14, 1040 Bruxelles

Candide

Place G. Brugmann, 1-2, 1050 Bruxelles

Pax

Place Cockerill 4, 4000 Liège

Livre aux trésors

Place Xavier-Neujean 27A, 4000 Liège

Papyrus

Rue Bas de la Place 16, 5000 Namur

Point-Virgule

Rue Lelièvre 1, 5000 Namur

Gérard Christian

Avenue des Combattants 10, 5000 Namur



ABONNEMENT

18 euros/4 numéros
(6 euros/numéro)

Tarif étudiant et allocataire social

8 euros/4 numéros - 3 euros/numéro

IBAN: BE08-0682-4646-5913

BIC (swift): GKCCBEBB

N°Entreprise: 0420-806-883