

# Le pouvoir dans les collectifs en circuits courts

Marius Chevallier est enseignant en animation socio-culturelle et chercheur au laboratoire Géolab à l'Université de Limoges. Avec son collègue Julien Dellier, il a mené une étude intitulée « **Quels pouvoirs informels au sein des circuits courts et locaux agroalimentaires ? Le cas du Limousin** », parue en 2020.

En décembre 2020, lors d'un webinaire sur la prise de décisions en collectif organisé par Trame (1), Marius Chevallier a présenté les résultats de l'étude (2) qu'il a menée avec Julien Dellier sur les pouvoirs dans les groupes en circuits courts. Les deux chercheurs de l'Université de Limoges ont rencontré 17 collectifs en circuits courts et locaux agro-alimentaires du Limousin (3) : associations de producteurs, magasins, outils de transformation (cf. illustration) afin de comprendre comment ils fonctionnaient.

« Nous n'avons pas spécifiquement choisi de rencontrer des collectifs démocratiques, ce n'était pas l'angle d'attaque, mais nous nous sommes aperçus que sur les 17 structures étudiées, 15 avaient un discours en faveur de la démocratie », explique Marius Chevallier.



Géolab

## Où repère-t-on les intentions démocratiques ?

### Discours et chartes

« Sans que nous n'abordions ce sujet, les personnes interviewées ont exprimé leur souhait de se rencontrer, de créer du lien social, et qu'il n'y ait pas juste un chef qui décide. De plus, la plupart des organisations avaient une charte ou communiquaient autour de ces sujets. »

### Organes de décision

Parmi les collectifs étudiés, il y avait :

- 7 associations dont 3 ayant décidé de fonctionner en collégiale,
- 4 coopératives,
- des SARL ou des SAS ayant décidé d'associer plusieurs producteurs à parts égales, avec l'esprit d'une dynamique participative d'horizontalité.

En complément des principes démocratiques insufflés dans les statuts, beaucoup de ces structures ont décidé de faire plusieurs assemblées générales annuelles, que parfois ils n'appellent pas assemblées générales. Ce sont des réunions où tous les membres sont invités et sont libres de prendre la parole.

(1) Pour visionner le webinaire : [trame.org](http://trame.org), rubrique Projets/Circuits courts/ Radio Points de vente collectifs.

(2) [css.recma.org/articles](http://css.recma.org/articles) (n°356)

(3) Retrouvez les portraits des organisations étudiées sur [proximités-obs.fr](http://proximités-obs.fr) - rubrique Agir

## Comment se répartissent les pouvoirs dans les collectifs en circuits courts ?

D'autres organisent régulièrement des réunions de conseil d'administration élargi, c'est-à-dire qu'en plus des administrateurs élus, les autres membres du collectif disponibles peuvent se joindre à la réunion. « On observe donc l'idée de faire éclater un peu les frontières, les périmètres préalablement définis. »

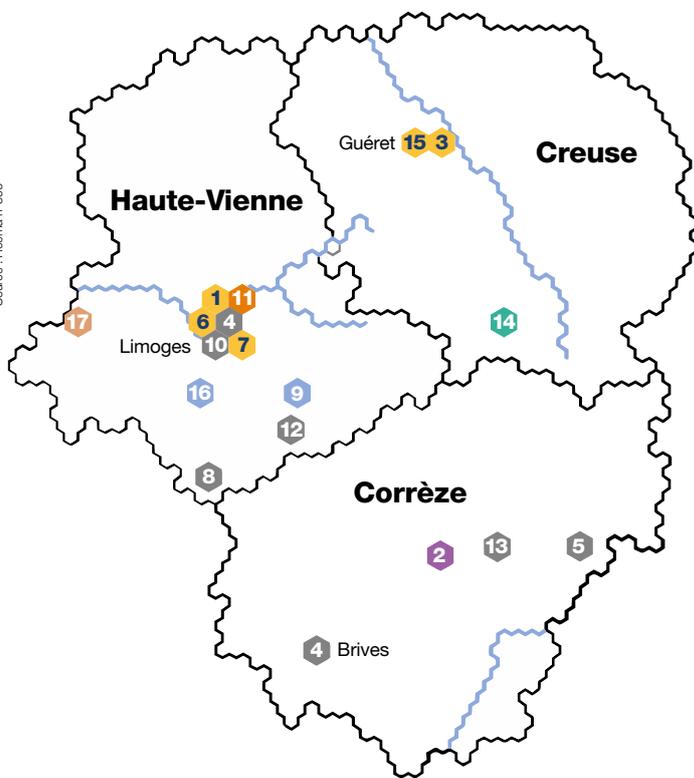
### Formations/outils d'animation

« Les intentions démocratiques transparaissent aussi à travers les références à des outils d'animation collective : communication non violente, écoute active, sociocratie... soit parce que des membres du groupe ont acquis ces outils et les transfèrent au groupe, soit parce que toute l'équipe a décidé de se former. »

### Transparence et communication

Les deux chercheurs ont aussi observé un souci très vif de transparence et de communication, notamment en direction des personnes absentes en réunion. « Il y a une attention portée au fait de faire valider les décisions à ceux qui ne sont pas là ou de rédiger des comptes-rendus suffisamment clairs pour les absents. »

« Nous avons donc constaté que ces collectifs vont beaucoup plus loin dans la recherche d'un fonctionnement démocratique que simplement un discours et le choix d'un statut. Au quotidien, tout un outillage, qui prend du temps, est mis en place à cet effet. On ne peut donc pas mettre en doute leur sincérité. »



- |  |  |
|--|--|
|  Association de producteurs |  Panier                     |
|  Magasin de consommateurs   |  Plateforme de distribution |
|  Magasin de producteurs     |  Traiteur                   |
|  Outil de transformation   | <b>14</b> Identifiant de l'initiative  |

## LOCALISATION DES INITIATIVES ÉTUDIÉES

réagencements dans le magasin, elles auront plus de contact avec les clients. On va s'adresser plus facilement à elles et les écouter pour connaître l'activité du magasin. C'est le même phénomène pour des personnes qui ont des compétences particulières : comptabilité, mise en rayon, communication... »

### Caractéristiques sociales

Enfin, certaines caractéristiques sociales sont sources de pouvoir : avoir beaucoup de réseau professionnel, de l'ancienneté dans la région ou une certaine aisance sociale...

« En fonction des caractéristiques ci-dessus, de manière inconsciente, certains membres du groupe sont plus écoutés que d'autres. Il est intéressant pour les collectifs de s'interroger sur ces facteurs inconscients de pouvoir. Le recensement de ces inégalités permet de ne pas les subir mais de pouvoir agir dessus. Il ne s'agit pas de viser une horizontalité parfaite qui serait pure idéologie, mais de veiller à ce que chaque personne puisse s'exprimer. » ■

## Quelles sont les facteurs d'inégalités ?

Marius Chevallier et Julien Dellier ont étudié la question des inégalités au sein de ces collectifs. « Notre société est structurée d'inégalités, les outils d'animation permettent de les atténuer, mais elles ne disparaissent pas complètement. Nous conseillons aux membres de collectifs de se poser la question : " Dans notre collectif, quelles sont les caractéristiques qui font que quand une personne va parler, elle sera plutôt écoutée ou plutôt pas ? " Ces caractéristiques varient fortement selon les contextes. Sur les 17 initiatives étudiées, nous avons identifié 3 facteurs qui augmentent l'attention d'écoute et confèrent un certain pouvoir à la personne qui s'exprime, qu'on le veuille ou non. »

### Pouvoir lié aux produits

Il peut y avoir une approche quantitative liée aux produits de l'agriculteur : s'il a un gros chiffre d'affaires au sein du collectif, spontanément les membres du groupe peuvent se dire qu'il doit être écouté quand il prend la parole car dans la négative, il pourrait quitter le collectif et mettre en péril l'activité. Il peut aussi y avoir une approche qualitative liée au fait d'avoir un produit qui attire les clients ou un effet « gamme ». Le Limousin est une région un peu moins maraîchère que d'autres et donc il peut être difficile de remplacer un maraîcher.

### Pouvoirs liés au travail (disponibilité, compétences)

« Dans le cas d'un magasin de producteurs, par exemple, les personnes très disponibles et souvent présentes au magasin vont prendre un certain pouvoir. Spontanément elles vont faire des

Agnès Cathala  
Trame

## « L'histoire a cassé la culture collective »



Marius Chevallier a mis en perspective l'évolution de la culture collective au regard de l'histoire.

« Les intentions démocratiques des collectifs se heurtent à une histoire qui a cassé la culture collective depuis 300 ans. Avec l'industrialisation dans la culture sucrière, le charbon, la laine, des clôtures ont été mises en place et ont mis à terre tout le fonctionnement communautaire de la gestion des espaces agricoles et forestiers. Cela a donné lieu à des guerres, puis des lois, avec en France, dans les années 1800, la mise en place de la possibilité de pénaliser au tribunal correctionnel le fait de faire des regroupements. Cette casse provient aussi de batailles idéologiques : au XIX<sup>e</sup> siècle, les courants de Darwin et Spencer affirmaient que la nature fonctionnait de manière concurrentielle et qu'il fallait s'en inspirer et d'autres comme Kropotkine pensait qu'elle fonctionnait sur la base de l'entraide et qu'il fallait fonctionner de manière coopérative. Le courant darwiniste a gagné... »