

# Fonctionnement et engagements des acteurs de la Ceinture Alimentaire Charleroi Métropole

1

## Questions fréquemment posées

1. Pourquoi devenir acteur de la CACM ? ..... 2
2. Quel est le statut juridique de la CACM ? ..... 4
3. Comment fonctionne globalement la CACM ? ..... 4
4. Comment devenir acteur/actrice du projet de la CACM ? (dispositions valables pour tous)..... 5
5. Existe-t-il des critères d'admission supplémentaires spécifiques aux producteurs/transformateurs ? ..... 7
6. Existe-t-il des critères d'admission supplémentaires conditionnant l'entrée de nouveaux « points de vente » (magasins, points de dépôt, groupements d'achat, cuisines ou cantines de collectivité, horeca...) ? ..... 7
7. Quelles sont les étapes pour l'admission ou « l'exclusion » d'acteurs de la CACM ? Qui décide et comment ? Quid en cas de tensions ou de conflits ? ..... 8
8. Quels sont les responsabilités et engagements de l'équipe d'animation de la CACM ? ..... 10
9. Quels sont les engagements de la société coopérative Circulacoop, la plateforme logistique de la CACM ? ..... 11
10. Quels sont les engagements des producteurs/transformateurs acteurs de la CACM ? ..... 12
11. Quels sont les engagements des « points de vente » acteurs de la CACM : ..... 13
12. Existe-t-il un risque de « domination » de la CACM sur les acteurs ou sur son territoire ? ..... 14

---

## Pourquoi devenir acteur de la CACM ?

---

- Via les tables de concertations, **les acteurs des circuits courts alimentaires du territoire (production, distribution, consommation) :**
  - **(1) se connaissent** mieux et
  - **(2) partagent des informations importantes** relatives à des enjeux stratégiques, économiques et commerciaux qui les concernent.  
Ils rencontrent directement des fournisseurs et/ou des clients potentiels ou actuels.
  - (3) Chaque acteur peut ainsi **disposer d'une image d'ensemble** sur laquelle s'appuyer pour prendre des décisions stratégiques internes à son entreprise ou organisation, cohérentes avec les évolutions qui se dessinent sur le territoire. Cette vision d'ensemble est mise à jour régulièrement.
  
- **Les acteurs co-décident** aussi au sujet de certaines **actions** ou **options stratégiques** qui concernent l'ensemble. *Par exemple : la structuration et l'organisation d'actions de communication communes ; la mise en place d'une logistique assurant le transport des marchandises depuis les producteurs vers les acheteurs, etc.*
  
- **Les décisions sont donc prises selon un principe « d'inter-coopération »**. L'inter-coopération, c'est la coopération active entre les entreprises du territoire qui veulent incarner cet idéal : chacun vise l'intérêt de l'ensemble, et réciproquement l'ensemble vise l'intérêt de chacun (y compris les consommateurs). Ce qui est visé en particulier, même si cette démarche est lente et doit être continuellement renouvelée : **tendre vers un « juste prix »** des marchandises, à tous les niveaux de la chaîne alimentaire, pour **rémunérer correctement chaque acteur**, tout en rendant des aliments de grande qualité accessibles à toute la population. Avancer pas à pas en direction de cet idéal de solidarité (certes très élevé), permettra de pérenniser les activités de production, distribution et consommation à venir.
  
- Devenir acteur de la CACM est aussi intéressant sur un plan commercial :
  - **Sur le site de la CACM, seules sont publiées les présentations des acteurs de la CACM**. Il en est de même dans le cadre de toutes les autres opérations de communication, notamment celles menées dans des points de vente, etc.
  - **Seuls peuvent devenir coopérateurs de la SC Circulacoop**, qui assure la logistique de la CACM (concrètement : faire circuler les marchandises depuis les producteurs vers les acheteurs) **et y disposer de pouvoirs étendus en tant que producteurs, distributeurs ou « consommateurs »** (magasins, cuisines de collectivité, groupements d'achat, etc.) **ceux et celles qui sont acteurs de la CACM**. La SC Circulacoop **commercialise avec les meilleures conditions et en priorité** les produits des producteurs/transformateurs acteurs de la CACM, et **les vend en priorité** aux acheteurs qui sont acteurs de la CACM.

Le premier tableau ci-dessous résume quels sont "avantages" pour des professionnels de devenir acteurs de la CACM :

Quels "avantages" pour un acteur de la CACM ?	Coopérateur de la SC circulacoop, ET acteur de la CACM (professionnel qui est soit A-Fournisseur, B-Distributeur ou C-Acheteur)	Fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop (en étant acteur de la CACM mais sans être coopérateur)	Fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop (sans être acteur de la CACM, ni coopérateur de Circulacoop)	Acteur de la CACM (professionnel) sans être fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop
Publié dans la liste des signataires de la Charte des valeurs, sur le site de la CACM	X	X		X
Présentation et communication sur le site web de la CACM (visibilité)	X	X		X
Invité aux tables de concertation qui concernent son activité économique. Accès aux informations.	X	X		X
Co-décision portant sur des actions ou options stratégiques qui concernent l'ensemble des acteurs de la CACM	X	X		X
Participe à la recherche d'une rémunération équitable pour tous les acteurs de la CACM	X	X		X
Le cas échéant, priorité dans le bénéfice de conseils et d'accompagnement, pour tout projet né dans le contexte de la CACM	P1	P2		P3

3

Le second tableau mentionne les "avantages" des acteurs de la CACM dans leur relations avec la société coopérative Circulacoop :

Avantages pour les acteurs dans leur relation avec la société Circulacoop	Coopérateur de la SC circulacoop, ET acteur de la CACM (professionnel qui est soit A-Fournisseur, B-Distributeur ou C-Acheteur)	Fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop (en étant acteur de la CACM mais sans être coopérateur)	Fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop (sans être acteur de la CACM, ni coopérateur de Circulacoop)	Acteur de la CACM (professionnel) sans être fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop
Priorité dans les activités commerciales de Circulacoop (commandes en priorité, fournitures en priorité...)	P1	P2	P3	
Priorité dans la communication sur le site web de Circulacoop + mise en avant des produits	P1	P2	P3	
Réalisation de fiches, posters, flyers publicitaires communiqués aux acheteurs de Circulacoop	X			
Le cas échéant, ristournes, remises, conditions de prix plus avantageuses	X			
Pouvoir décisionnel majoritaire au sein de l'AG de Circulacoop	X			
Désignation des membres du CA de Circulacoop	X			
Désignation des membres du comité sociétal de la SC Circulacoop	X			

---

## Quel est le statut juridique de la CACM ?

---

L'ensemble des acteurs/actrices (que nous dénommons pour simplifier ici « acteurs ») de la CACM constituent actuellement **une association de fait**, qui n'a donc pas de personnalité juridique propre. Néanmoins, le présent texte précise et structure son fonctionnement.

C'est l'asbl SAW-B ([www.saw-b.be](http://www.saw-b.be)) qui assure la mise en œuvre et le suivi des principes et règles de fonctionnement mentionnés dans le présent document. C'est elle aussi qui coordonne l'équipe d'animation de la CACM.

4

---

## Comment fonctionne globalement la CACM ?

---

Le principe de fonctionnement global de la CACM est très simple :

- **Les acteurs/actrices de la CACM expriment librement leurs besoins**, projets, et les opportunités de développement économiques qu'ils entrevoient, pendant ou en dehors des tables de concertation (au moins une fois par an). Ils peuvent bien sûr aussi communiquer toute problématique qui pourrait, selon eux, entraver le bon déroulement des divers projets de la CACM dans son ensemble, ainsi que faire des propositions de pistes de solution.
- Sur base des besoins, projets, opportunités, problématiques, pistes de solutions ou demandes exprimés par les acteurs de la CACM ou émergeant sur le territoire, **l'équipe d'animation de la CACM organise des tables de concertation**, qui peuvent inclure un nombre plus ou moins importants d'acteurs sur ces bases.
  - Par exemple : des tables de concertation par sous-filière (maraîchage ; production laitière ; production de viande...) ; globalement entre producteurs, distributeurs et consommateurs ; ou encore des tables de concertation par métiers (boulangers ; transporteurs ; ...) ou toute autre type de concertation encore.

Le but des concertations : pouvoir mieux cerner encore les besoins et enjeux, identifier des solutions pratiques, et, le cas échéant, prendre des décisions avec les acteurs concernés pour les concrétiser.

## Comment devenir acteur/actrice du projet de la CACM ? (dispositions valables pour tous)

Pour devenir et demeurer acteur de la CACM, chaque entreprise, personne ou organisation, quel que soit son métier ou sa place dans les filières alimentaires, s'engage à **adhérer à la charte des valeurs de la Ceinture Alimentaire Charleroi Métropole** et à **participer à sa dynamique de coopération solidaire** entre tous les acteurs de la filière.

Note : les étapes pratiques pour devenir acteur de la CACM [sont mentionnées en quelques lignes sur cette page web](#).

Peuvent devenir acteurs : les professionnels du territoire concernés par la production (bio), transformation (bio), transport, stockage, consommation de produits alimentaires en circuits courts. Sont aussi concernés les groupements d'achat et les groupements structurés de consommateurs qui sont demandeurs de ces produits alimentaires.

Les consommateurs individuels séparé, ou les citoyens constitués en groupement structuré mais n'étant pas concernés par la demande ou la consommation concrète des produits alimentaires de la CACM, ne sont pas concernés.

Ceci présuppose au minimum (= les critères d'admission valables pour tous) :

- **(1) d'avoir participé au moins une fois à un moment de présentation de la CACM**, c'est-à-dire **de s'informer et de faire connaissance**  
*Concrètement : [inscrivez-vous à une prochaine séance de présentation de la CACM](#)*
- **(2) d'avoir pris connaissance de la charte des valeurs et y adhérer**. L'enjeu au niveau de l'esprit est que les personnes qui adhèrent à la Charte partagent réellement les valeurs et la vision de la CACM car elles s'y reconnaissent. Même si chaque acteur a des intérêts économiques particuliers tout à fait légitimes, il ne participe pas à la CACM de manière factice, par pur opportunisme économique à court terme.  
*Concrètement : [complétez la Charte, signez-la et renvoyez-la](#)*

Il est possible de signer la charte des valeurs de la Ceinture Alimentaire Charleroi Métropole **sans par ailleurs vouloir en devenir acteur/actrice**, c'est-à-dire *simplement pour manifester un soutien moral à la CACM*. Dans ce cas, il suffit de se limiter à la réalisation de l'action (2).

**Les noms de tous les signataires de la Charte seront publiés sur le site de la CACM.**

- **(3) de s'engager à participer une fois par an au moins, à une réunion de concertation organisée par la CACM**, qu'il s'agisse d'une réunion de concertation avec des pairs (réunions entre points de vente, entre cuisines de collectivité, entre maraîchers, etc.), avec des acteurs en amont ou en aval de la filière, ou de l'ensemble des acteurs de la CACM.
- (4) Toutefois, si cette entreprise, personne ou organisation est associée et regroupée avec d'autres au sein d'une « organisation » (groupement de producteurs, association de fait, asbl, coopérative, union professionnelle...) dont elles reconnaissent qu'elle les représente pleinement, et que cette organisation est aussi reconnue par l'équipe

d'animation de la CACM, alors elle peut ne s'engager à participer (« en personne ») à une réunion de concertation organisée par la CACM, qu'une fois tous les trois ans seulement.

*Concrètement : [remplissez et communiquez le document exprimant votre demande à participer à la dynamique de la CACM \(aller directement au point 3 sur la page ad hoc](#)*

Les personnes, institutions et entreprises mentionnées en (3) qui n'ont plus participé à une table de concertation depuis plus de 13 mois sont réputées « démissionnaires », dans le sens où elles ne sont plus considérées comme étant actrices du projet de la CACM (jusqu'à ce qu'elles entrent à nouveau dans les conditions pour le redevenir).

Celles qui sont mentionnées en (4) ne sont plus considérées comme étant actrices lorsqu'elles n'ont plus participé « en personne » à une table de concertation depuis 37 mois, ou lorsqu'elles ne prennent plus part à une « instance » qui les représentait et qu'elles n'ont plus participé « en personne » à une table de concertation depuis 13 mois.

**Les acteurs/actrices de la CACM s'engagent envers les autres acteurs/actrices de la CACM pour une durée d'une année au minimum**, reconductible automatiquement d'année en année si les critères d'admission repris ci-avant sont toujours rencontrés. La CACM vise en effet aussi à œuvrer selon les critères du label prixjuste.be de la Wallonie (Obtenir le cahier des charges ici :

<https://prixjuste.be/demander-le-label/conditions-pour-obtenir-le-label/> )

**L'équipe d'animation de la CACM fait aussi partie des acteurs/actrices de la CACM**, toutefois avec des prérogatives et responsabilités particulières (voir ci-dessous).

Devenir acteur de la CACM est actuellement **gratuit**. L'équipe d'animation de la CACM bénéficie de subventions de la Région Wallonne.

Le tableau ci-dessous donne une vision d'ensemble des "conditions d'admission", y compris celles qui sont spécifiques aux producteurs (titre ci-dessous) ou des points de vente (titre suivant ci-dessous).

Pour être "admis" en qualité de:	Coopérateur de la SC circulacoop, ET acteur de la CACM (professionnel qui est soit A-Fournisseur, B-Distributeur ou C-Acheteur)	Fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop (en étant acteur de la CACM mais sans être coopérateur)	Fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop (sans être acteur de la CACM, ni coopérateur de Circulacoop)	Acteur de la CACM (professionnel) sans être fournisseur ou acheteur à la SC Circulacoop
Participer à une réunion de présentation de la CACM	X	X		X
Partager les valeurs de la CACM. Signer la Charte.	X	X		X
S'engager à participer aux tables de concertation min. 1 x an (ou 1 x tous les 3 ans si représenté via une organisation, un groupement)	X	X		X
Si nouveau producteur ou transformateur: ne met pas en péril (économique) les producteurs qui sont déjà membres de la CACM	X	X	X	X
Si nouveau point de vente: ne met pas en péril (économique) les points de vente qui sont déjà membres de la CACM	X	X	X	X
Etre acteur de la CACM	X	X	Sans objet	X

---

## Existe-t-il des critères d'admission supplémentaires spécifiques aux producteurs/transformateurs ?

---

Outre les critères d'admission valables pour tous (voir question précédente), **de nouveaux producteurs/transformateurs sont intégrés à la condition que les critères économiques suivants soient aussi rencontrés :**

- (1) soit la demande de produits locaux correspondant à leur production dépasse l'offre des producteurs locaux ayant déjà rejoint la CACM ;
- (2) soit, au cas où la demande n'excède pas l'offre, l'offre de ces nouveaux producteurs ne met pas en péril l'existence économique même de producteurs qui sont déjà acteurs de la CACM.

7

---

## Existe-t-il des critères d'admission supplémentaires conditionnant l'entrée de nouveaux « points de vente » (magasins, points de dépôt, groupements d'achat, cuisines ou cantines de collectivité, horeca...)?

---

Outre les critères d'admission valables pour tous (voir questions précédentes), **de nouveaux points de vente sont intégrés à la condition que les activités de ces nouveaux points de vente ne mettent pas sérieusement en péril l'existence économique même des points de vente qui sont déjà partenaires de la CACM.**

A remarquer, **sont considérés a priori et sous réserve de vérification**, en principe comme ne partageant pas l'esprit, les valeurs et la vision de la CACM (ce qui est bien sûr leur droit) et dès lors ne répondant pas aux critères d'admission en tant qu'acteurs de la CACM :

- des points de vente installés *après* le 1<sup>er</sup> janvier 2022, qui n'ont jamais pris la peine de s'informer au préalable du fonctionnement de la CACM, de la dynamique de coopération territoriale solidaire qu'elle cherche à mettre en œuvre, etc. et qui se sont installés hors de toute recherche de compréhension de ce que font les acteurs de la CACM. Bref, il s'agit d'entreprises qui veulent faire « cavalier seul » et dont il est dès lors présumé sur cette base, qu'elles ne partagent pas les valeurs de la CACM ;
- ou des points de vente anciennement installés, qui, après prise de contact (soit par la CACM soit par eux-mêmes), ne manifestent pas de volonté de s'informer davantage, et encore moins de participer à une dynamique de coopération territoriale solidaire ;
- ou des canaux de distribution installés de relativement longue date, souvent très puissants économiquement, et dont l'histoire montre :
  - qu'ils ont eu nettement tendance à ne pas respecter sur le moyen ou le long terme des engagements de coopération territoriale solidaire,
  - ou qu'ils ont eu tendance à désinformer,
  - ou à accepter de distribuer des « aliments » préjudiciables à la santé humaine ou à l'environnement naturel,

- ou à faire pression constamment sur les prix à la baisse (en plongeant de ce fait des producteurs et travailleurs dans des situations de plus en plus précaires),
- ou de manière générale à faire passer la maximisation du profit pour leurs actionnaires-rentiers comme étant la fin la plus importante qui soit, qui justifie tous les moyens, dès lors que les lois et réglementations sont (formellement) respectées.

Certes, toute personne ou entreprise peut être amenée à évoluer, et ce, malgré une histoire plus ou moins problématique et des activités plus ou moins délétères. En ce sens, la CACM ne s'interdit pas, le cas échéant, d'admettre, par exemple de manière provisoire et sous forme de test, selon des critères, conditions et dispositions qui sont toutefois encore à déterminer, de tels points de vente qui s'engagent de manière très ferme, à concrétiser les valeurs de la CACM dans leurs activités économiques et pratiques commerciales.

---

## Quelles sont les étapes pour l'admission ou « l'exclusion » d'acteurs de la CACM ? Qui décide et comment ? Quid en cas de tensions ou de conflits ?

---

### L'admission de nouveaux acteurs de la CACM

**L'équipe d'animation** s'engage à assurer que tous les critères d'admission mentionnés ci-dessus soient respectés.

**Les dispositions 4, 5, 6, 7 et 8 ci-dessous ne sont d'application qu'à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2022.** En effet, compte-tenu du nombre d'acteurs actuellement encore relativement limité et surtout de leurs disponibilités limitées avant cette date, **l'équipe d'animation de la CACM pourra décider seule de l'intégration de nouveaux acteurs avant cette date.**

L'admission de nouveaux acteurs est réalisée selon les dispositions suivantes :

1. Lorsque de nouveaux acteurs potentiels de la CACM sont identifiés ou se manifestent spontanément, l'équipe d'animation leur présente la CACM et sa dynamique.
2. Le cas échéant, elle prend acte de leur volonté de devenir acteur de la CACM. A ce moment, ces personnes, organisations ou entreprises deviennent formellement candidates.
3. Au moins une fois par an, l'équipe d'animation informera l'ensemble des acteurs de la CACM des candidatures qui lui sont parvenues et des suites qui y ont été données.
4. En outre, elle donne forme, chaque fois que nécessaire, à un organe d'admission ad hoc auquel elle soumet ensuite les candidatures en question pour une intégration éventuelle en tant qu'acteur de la CACM. Cet organe d'admission ad hoc est composé d'au moins un représentant des producteurs, d'au moins un représentant des acheteurs (en principe de produits ayant un rapport avec ceux des candidats), d'un membre de l'équipe d'animation et d'un membre de la plateforme logistique de la CACM, la société coopérative Circulacoop (si elle est concrètement concernée).
  - a. Par exemple, si un candidat est producteur de pain, l'équipe d'animation de la CACM invitera au moins un producteur de pain et un vendeur de pain de la CACM à participer et à délibérer au sein de l'organe d'admission, et éventuellement aussi la

plateforme logistique de la CACM. Si le candidat est un traiteur de la région de Charleroi, l'équipe invitera les traiteurs proches de ce territoire à délibérer au sein de la dite commission ainsi aussi que des acheteurs potentiels de ces produits.

5. Pour le choix des personnes qui font partie de l'organe d'admission ad hoc, l'équipe d'animation communique aux acteurs de la CACM concernés l'existence de la candidature, et demande que se manifestent ceux et celles qui veulent faire partie de l'organe d'admission.
6. A défaut de la présence des acteurs de la CACM invités, la délibération est réalisée sans eux-ci.
7. L'organe d'admission ad hoc peut décider de se réunir plus d'une fois, y compris en invitant d'autres acteurs de la CACM à le rejoindre ; toutefois ceux-ci doivent avoir un lien objectif avec l'activité économique du candidat (par exemple : ne pas inclure un éleveur alors que le candidat est un maraîcher).
8. L'organe d'admission prend ses décisions par consentement mutuel. A défaut de consentement, il prend ses décisions à la majorité des deux tiers de ses membres. Ses décisions font l'objet d'un PV.

### **La perte de qualité « d'acteur de la CACM »**

Par ailleurs, l'équipe d'animation de la CACM identifie les situations devant éventuellement donner lieu, le cas échéant, à la perte de la qualité « d'acteur de la CACM ». Il s'agit de personnes, d'entreprises ou d'organisations dont l'activité ne concorde pas ou plus avec les critères d'admission (par exemple les personnes qui ne participent plus aux tables de concertation).

- Après avoir entendu les personnes concernées, s'il se confirme nettement que l'activité de ces personnes, entreprises ou organisations ne concorde plus avec les critères d'admission, la qualité « d'acteur de la CACM » leur est retirée soit à leur demande, soit par décision de l'équipe d'animation.
- En cas de doute, ou en cas de contestation de la part des personnes concernées, l'équipe d'animation devra constituer un organe ad hoc de manière tout à fait analogue à l'organe d'admission, et fonctionnant selon les mêmes règles et dispositions (excepté bien sûr le fait qu'il ne s'agit pas ici d'admettre un nouvel acteur, mais de décider éventuellement de la perte de cette qualité).
- Au moins une fois par an, l'équipe d'animation informera l'ensemble des acteurs de la CACM des personnes qui ont perdu la qualité « d'acteur de la CACM ».

### **Situations requérant une médiation**

#### **Solutions à apporter à des problèmes éthiques, des problèmes de qualité, etc.**

Le cas échéant, lorsque c'est nécessaire, l'équipe d'animation s'engage à mettre en place, pour chaque sous-filière et pour les canaux de commercialisation concernés, un comité des sages pour analyser et surmonter de manière constructive des dilemmes éthiques qui se poseraient, ou encore tout problème nécessitant de la médiation et facilitation entre acteurs afin de les surmonter dans le respect de chacun (tels des problèmes de qualité des produits livrés).

Le comité des sages sera composé de producteurs et de points de vente, choisis respectivement par leurs pairs, et de la personne responsable de la plateforme logistique. Le comité travaillera en concertation avec l'ensemble des parties prenantes concernées.

## Quels sont les responsabilités et engagements de l'équipe d'animation de la CACM ?

- **Etre activement à l'écoute des besoins**, questions, remarques, etc. de *tous* les acteurs de la CACM, et au besoin, les rapporter de manière transparente aux autres acteurs concernés, voire à toutes et tous.
- **Faire remonter** lors des tables de concertation tous les besoins et pistes de résolution (dès lors qu'elles respectent les valeurs de la CACM) qu'un acteur de la CACM souhaiterait partager à tous et toutes.
- **Animer les tables** de concertation ; les préparer et **assurer leur suivi** aussi.
- **Réaliser un bilan annuel** permettant de faire un état de lieux de l'année écoulée et préparer la saison à venir
- Rechercher une **répartition équitable des revenus** entre l'ensemble des acteurs de la CACM ainsi que des accords entre toutes les parties basés non pas sur des intérêts particuliers et unilatéraux, mais sur base d'une **vision d'ensemble**.
- **Faire vivre et concrétiser les valeurs, les engagements et les règles de fonctionnement** de la CACM dans les cercles de concertation, dans les relations contractuelles entre acteurs de la CACM ainsi que dans les divers projets issus et développés dans le cadre de la CACM.
- **Assurer le lien** avec des partenaires économiques, culturels, publics, internes ou externes au territoire qui ne sont pas acteurs de la CACM (pouvoirs publics, financeurs, autres réseaux d'acteurs territoriaux concernés par les circuits courts alimentaires, presse, etc.). Contribuer à la compréhension de la dynamique d'inter-coopération développée par la CACM auprès des partenaires et aussi contribuer à la compréhension des enjeux des partenaires au sein de la CACM.
- **Assurer la visibilité des acteurs de la CACM** en les mentionnant dans les outils de communication de la CACM (cartographie sur le web, site Internet, listes publiques, etc.).
- **Viser l'intégration des consommateurs**, en ce compris aux décisions relatives aux prix, aux accords de production et aux contrats, la CACM rejetant toute forme de cartels, trusts, «ententes» et autres partenariats inter-entreprises créant des situations de fait oligopolistiques ou monopolistiques au détriment des intérêts des consommateurs.
- Le cas échéant et dans la mesure du possible, **contribuer** à ce que soient mis en place un **soutien**, voire des **accompagnements** pour les projets nés dans le contexte de la CACM, en vue de leur développement selon les valeurs de la CACM (accompagnement à la conception d'un plan d'affaires social, conception de la gouvernance d'entreprise, rédaction de plan financiers...).
- Le cas échéant et dans la mesure du possible, **contribuer** également à ce que les acteurs de la CACM puissent être accompagnés au moment de **donner forme à des engagements réciproques** entre eux (par exemple au moment de rédiger des contrats, des accords commerciaux, etc.).

- Le cas échéant, assurer aux acteurs de la CACM le droit d'utiliser la marque « Ceinture alimentaire Charleroi Métropole » pour qualifier leur participation en tant qu'acteur de la CACM {cette question est encore à travailler}.

La réalisation effective de tous les engagements de l'équipe d'animation susmentionnés, seront fonction des moyens mis à sa disposition. Si ces moyens sont trop faibles pour réaliser *tous* ces engagements, l'équipe d'animation déterminera les engagements qu'elle réalise de manière prioritaire.

L'équipe d'animation de la CACM s'engage à réaliser tous ses engagements **dans la transparence vis-à-vis des acteurs de la CACM, toutefois dans le respect du secret professionnel** chaque fois que celui-ci s'applique, ainsi qu'en veillant à ne divulguer aucune information qui pourrait porter préjudice aux intérêts collectifs ou particuliers des acteurs de la CACM.

---

## Quels sont les engagements de la société coopérative Circulacoop, la plateforme logistique de la CACM ?

---

- Être transparente sur son fonctionnement, ses décisions et ses comptes vis-à-vis des acteurs de la CACM.
- Fournir toutes les données utiles pour la réalisation du bilan annuel par l'équipe d'animation de la CACM.
- Orienter ses choix stratégiques (politique d'achats, politique de prix etc...) et opérationnels en fonction des discussions et décisions prises pendant les processus de concertation réguliers au sein de la CACM, organisés par l'équipe d'animation.
- Mettre en place un système informatique et une administration clairs, transparents et ergonomiques qui facilitent au maximum la passation des offres et commandes et la réalisation des opérations administratives pour tous les acteurs de la CACM.
- Venir en soutien des producteurs et petits magasins, en particulier des TPME, qui ont beaucoup de mal à libérer du temps pour structurer leurs offres commerciales et participer aux réunions de concertation. Pour de si petites structures, le cas échéant et dans un premier temps, la plateforme logistique les aidera à formuler la liste des prix de leurs produits et les modalités pratiques de mise à disposition... Ceci pourra se faire dehors des réunions de concertation. Le cas échéant, les responsables de la plateforme logistique pourront être mandatés par la TPME pour les y représenter si nécessaire, toutefois avec l'accord des autres acteurs participant aux réunions de concertation concernées.
- Communiquer de manière claire et transparente avec les canaux de distribution au sujet de l'origine des produits et toujours davantage au sujet des producteurs eux-mêmes (qui sont-ils, que produisent-ils, avec quelle vision, comment, etc.)

---

## Quels sont les engagements des producteurs/transformateurs acteurs de la CACM ?

---

- Etre détenteur du label bio (ou débiter un processus de conversion dans les deux ans) et à transmettre annuellement son certificat bio actualisé à la plateforme logistique et à l'équipe d'animation de la CACM, ainsi qu'une copie des rapports rédigés et transmis par son organisme de certification bio.
- Vendre à la plateforme logistique de la CACM (Circulacoop) uniquement sa propre production, sauf cas particulier qui doit faire l'objet d'un accord de Circulacoop et de l'équipe d'animation, cas qui est dûment motivé et mentionné dans le bilan annuel.
- Lorsque c'est nécessaire, communiquer en début de saison quels sont les volumes d'approvisionnement à la plateforme et s'y engager.
- De même communiquer de manière claire et à titre indicatif au sujet des prix qui seront en principe appliqués en cours de saison. Chaque fois que possible, les prix intégreront les coûts de production en ce compris la couverture des besoins des travailleurs (cfr. label prix juste : <https://prixjuste.be/demander-le-label/conditions-pour-obtenir-le-label/> )
- Respecter la qualité, le conditionnement et le calibrage des produits discutés lors des tables de concertation, ainsi que les mentions sur les étiquetages et les méthodes d'agrèges éventuellement convenues.
- Livrer ses produits aux lieux et aux heures de livraison convenus entre les acteurs de la CACM.
- Discuter, de manière constructive, avec le « comité des sages » des soucis de qualité signalés à plusieurs reprises par les membres de la plateforme afin de mettre en place une solution concertée (le cas échéant)
- Vis-à-vis des acteurs de la CACM, être transparent sur ses autres canaux de commercialisation.
- Ponctuellement, collaborer et être réactif aux demandes de l'équipe de communication de la Ceinture Alimentaire pour des actions de promotion.
- S'impliquer dans certains évènements de sensibilisation de la Ceinture Alimentaire auprès des citoyens du territoire.
- Respecter, si elles existent, les règles spécifiques aux sous-filières auxquelles il participe (par exemple : le maraîchage, les produits laitiers, etc.) que se donnent les producteurs eux-mêmes. Par exemple des règles relatives à la qualité, à la répartition des volumes de production, etc.

---

## Quels sont les engagements des « points de vente » acteurs de la CACM ?

---

Note : nous entendons ici « points de vente » dans le sens large du terme : (magasins, points de dépôt, groupements d'achat, cuisines ou cantines de collectivité, horeca...).

- Privilégier prioritairement les produits de la CACM (provenant du territoire) par rapport à des produits similaires provenant d'un grossiste (surtout si la production est hors territoire).
- Privilégier l'achat des produits des producteurs de la CACM via la plateforme logistique de la CACM (la SC Circulacoop), chaque fois que possible.
- Faire des retours constructifs aux producteurs et à la SC Circulacoop tout au long de la saison (qualité des produits, prix, conditionnement, etc...).
- Etre transparent sur sa politique d'achat vis-à-vis de la SC Circulacoop.
- Payer les factures émises par la plateforme logistique (SC Circulacoop) dans les 10 jours après réception
- Respecter, si elles existent, les règles spécifiques aux groupements de points de vente auquel il participe (par exemple : le groupement de toutes les cuisines de collectivité ; le groupement des épiceries, superettes et supermarchés, etc.) que se donnent les points de vente eux-mêmes. Par exemple des règles relatives à des campagnes de communication, de répartition des commandes, etc.
- Communiquer de manière visible autour des produits de la Ceinture. Ceci passera par l'utilisation d'un matériel de communication fourni par la CACM. Celui-ci peut s'adapter en fonction des besoins et sera discuté avec l'équipe de la CACM.
- Retourner l'intégralité des outils de communication fournis par la CACM si la qualité d'acteur de la CACM est perdue.

---

## Existe-t-il un risque de « domination » de la CACM sur les acteurs ou sur son territoire ?

---

**La sphère d'activité de la CACM** concerne et organise exclusivement la vie économique, c'est-à-dire **la production, la circulation et la consommation de marchandises** (dans le cas présent des aliments), quand bien même ses acteurs peuvent être des institutions de la vie culturelle ou étatique, qui y participent pour gérer la dimension économique de leurs activités.

14

En accomplissant sa mission, grâce à l'intercoopération **consciente** entre les trois pôles de l'économie (production, distribution et consommation) la CACM deviendra progressivement et notamment un **lieu de « pilotage » de l'activité économique afférente à l'alimentation bio** en circuits courts sur son territoire.

Toutefois, au sein de la CACM, il ne s'agit pas d'établir un pouvoir de domination, mais d'établir **la compensation et la réciprocité des intérêts économiques par des engagements équitables sur des bases objectives**.

C'est pourquoi il importe de préciser ce que la CACM n'est pas !

1. À l'inverse des cartels, trusts, « ententes » et autres partenariats inter-entreprises créant des situations de fait oligopolistiques ou monopolistiques au détriment des intérêts des consommateurs, la CACM veut associer dans un cadre professionnel les consommateurs, en ce compris aux décisions relatives aux prix, aux accords de production et aux contrats. De ce fait, elle ne peut jamais œuvrer à l'encontre des intérêts et des besoins des consommateurs, qui sont la véritable raison d'être de toute l'économie. La CACM a un fonctionnement anti-trust et anti-cartel par constitution.
2. À la différence de certaines coopératives de consommateurs, la CACM ne vise nullement à prendre le contrôle de la production et du commerce par les consommateurs.
3. Elle ne vise pas non plus le contrôle du commerce par les producteurs, ou le contrôle des producteurs et des consommateurs par les distributeurs.
4. Elle ne vise aucunement à contrôler et à dominer les entreprises et acteurs économiques membres, notamment par le moyen de la possession du capital. Au sein de la CACM, ce sont les capacités individuelles mises au service des besoins de la collectivité, qui constitue le critère principal d'attribution d'un pouvoir (par exemple la mise à disposition de moyens de production), et non la possession initiale du capital.
5. La CACM n'est pas un outil de fidélisation de la clientèle. Au sein de la CACM, **il s'agit aussi de s'asseoir à la table ronde avec les concurrents, toutefois sous la vigilance des consommateurs**.
6. La CACM n'est pas un outil qui vise à « pousser » des produits sur le marché, en manipulant l'information et par conséquent les consommateurs, ou en suscitant des besoins artificiels.
7. Elle n'est pas non plus un outil visant à masquer des intentions de profit par une communication sur des buts soi-disant sociaux et solidaires (notamment pas de « social-washing » ou de « green-washing » au sein de la CACM). Elle regroupe les acteurs économiques qui œuvrent **avec sincérité dans l'esprit de la Charte de la CACM**.