



**JEU.
27
MAI
19H**

**LAISSEZ TOMBER
VOTRE CADDIE !**

**CONFERENCE – DEBAT
Christian JACQUIAU**



Université Populaire et Citoyenne à Roubaix

L'université populaire et citoyenne est une association loi 1901, fondée en 2004 par des militants engagés dans des actions d'Éducation Populaire sur la Ville de Roubaix. Elle s'est donné pour objet d'organiser des croisements de savoirs entre citoyens sur les questions d'intérêt général. Elle est à la fois :

■ **un lieu de formation citoyen** avec la mise en place de cycles de conférences-débats, de séminaires et de « cafés-citoyens » dans les quartiers. Ces lieux d'échanges et de formation sont gratuits et ouverts à tous.

■ **un lieu d'action collective** avec l'organisation « d'équipes de recherche-action sociales » (Eras) créées à l'initiative de citoyens volontaires, chargées de concevoir et animer différents programmes de croisements de savoirs.

En 2011, quatre recherches-actions proposent un programme riche de rencontres sur quatre thématiques :

■ « **le racisme et la discrimination** » en développant notamment des ateliers d'histoire locale,

■ « **le travail et l'insertion** » en élaborant des propositions visant à « bouger la politique de l'emploi à Roubaix »,

■ « **l'écologie urbaine** » en accompagnant le collectif de l'Union dans le projet d'implantation de l'écoquartier de l'Union à Roubaix-Toucoing-Wattrelos,

■ « **la santé citoyenne** » par la mise en débat d'une première offre publique de réflexion sur les trois axes : la santé surdéterminée par la précarité ; les difficultés à se soigner ; vivre "bien" avec une maladie ou un handicap.

L'Université populaire et citoyenne veut permettre à tous les habitants de participer à la construction des politiques publiques, en leur proposant à la fois des outils et un espace d'expression.

*Université Populaire et Citoyenne à Roubaix
c/o FAL, 20 rue de Lille 59100 Roubaix
Tél : 03.20.82.23.96 / contact@upc-roubaix.org
Toute notre actualité sur www.upc-roubaix.org*

Conférence-débat du 27 mai 2010 avec Christian Jacquiau

LAISSEZ TOMBER VOTRE CADDIE



À l'heure où on célèbre la grande distribution avec l'implantation de l'Edhec (École des Hautes Études Commerciales du Nord) à Roubaix-Croix, à une encablure du quartier des Hauts-Champs, point de départ des supermarchés du même nom il y a cinquante ans, l'UPC a ouvert le débat sur ce modèle économique de la grande distribution.

Christian Jacquiau, ex-expert comptable et spécialiste de la grande distribution, était invité le 27 mai 2010. Il a décrit la dérive que ce monopole de la grande distribution a entraîné sur le commerce, l'industrie, l'agriculture, son impact sur notre environnement, nos activités, notre système social... et nos vies !

Après un long et précis exposé du journaliste, trois représentants d'organisations ont témoigné de pistes de solutions pour « laisser tomber notre caddie ». Gérant d'une biocoop, membre de l'association UFC-Que choisir ou fondateur d'un projet de ferme urbaine, chacun a pu démontrer que des voies existaient pour sortir de cette machine infernale. Le débat qui s'est ensuivi a oscillé entre indignation et sentiment d'impasse.

Avec Christian Jacquiau, lui-même expérimentant d'autres chemins de consommation, nous ressortons avec l'idée qu'« il existe une foule de solutions politiques, pour peu qu'on soit guidé par l'intérêt collectif », persuadés qu'il est urgent de « sortir du supermarché » !

AUX ORIGINES

Un modèle français...

Le modèle de la grande distribution est né en France, juste après la guerre, en pleine période de pénurie d'approvisionnement.

C'est en 1949, en Bretagne, qu'Édouard Leclerc ouvre une petite surface de 50 m², où il arrive à casser les prix de 20 à 70 % par rapport aux autres commerçants. Son commerce a du succès, sans que personne ne parvienne à savoir comment il fait. Ses commerces se multiplient en même temps que leurs surfaces augmentent. Au bout de dix ans, une cinquantaine de commerces Leclerc sont ouverts en Bretagne.

En 1963 s'ouvre la 1^{ère} grande surface Carrefour au sud de Paris. On y retrouve le même principe : « tout sous un même toit », à savoir des produits relevant aussi bien de l'alimentaire, que du vestimentaire ou autre. L'idée consiste à proposer toujours plus de marchandises sur des surfaces commerciales de plus en plus grandes, faisant ainsi en sorte que le client en ressorte le plus tard possible en ayant le plus consommé. (Exemple du projet d'Aubervilliers de 52 000 m²).

Ce type de modèle se développe dans les régions, comme ici dans le Nord, où la famille Mulliez met en place la chaîne Auchan.

... qui semble tomber à pic

Au sortir de la guerre, ce modèle de commerce semble convenir à tout le monde.

Le monde agricole est en profonde mutation. La modernisation, le développement des machines agricoles poussent les paysans vers une agriculture productiviste. La production de masse incite à trouver des débouchés de masse par le biais de la grande distribution. Les consommateurs, eux, cherchent à retrouver du pouvoir d'achat. Les prix attractifs de la grande distribution tombent à pic. Enfin, les politiques cherchent à relancer la croissance. Or, ces nouveaux réseaux de grande distribution relancent l'économie en favorisant la consommation, ils favorisent la production, l'emploi et les cotisations sociales.

UN FONCTIONNEMENT À L'ENVERS

Les marges de base

Le principe est simple : le distributeur achète un produit qu'il revend un peu plus cher avec une marge bénéficiaire, lui permettant de payer ses frais de distribution ainsi que ses propres revenus.

Aux origines, les marges sont extrêmement importantes : entre le prix à la production et le prix à la consommation, le rapport pouvait aller de 1 à 4. Cela pouvait s'expliquer notamment par le nombre d'intermédiaires qu'il pouvait

avoir entre le fournisseur et le distributeur, parfois une douzaine.

Dans les années 1960, ce fonctionnement évolue. Cela commence par le regroupement des achats entre distributeur d'un même groupe. Afin de réduire le nombre d'intermédiaires, mais aussi d'obtenir des « remises sur quantité », chaque groupe centralise l'ensemble des achats des maillons d'une chaîne de distribution au sein d'une « centrale d'achat ».

UN JOURNALISTE QUI COMPTABILISE LES MAUX DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Après avoir travaillé dans la comptabilité et avoir notamment conseillé des PME fournissant la grande distribution, Christian Jacquiau publie en 2000 un premier ouvrage au titre parlant : *Les Coulisses de la grande distribution* (éd. Albin Michel). Il poursuivra ses enquêtes détaillées en sortant un second opus en 2006, en s'attaquant cette fois aux *Coulisses du commerce équitable : Mensonges et vérités sur un petit business qui monte* (éd. Mille et une nuits).

Christian Jacquiau parcourt depuis quelques années la France pour faire connaître l'envers d'un décor particulièrement ancré dans notre pays, cherchant avec d'autres des pistes pour « sortir du supermarché » (du nom d'une association qui a vu le jour en Aveyron à la suite d'une de ses conférences).



Les marges arrière s'ajoutent à l'addition !

À partir de là s'ajoutent une série de mesures imposées par les distributeurs aux fournisseurs pour obtenir des remises ou « marges » sur les produits. Que ce soit la « remise de fin d'année » exigée sur le volume des affaires faites sur l'année précédente, ou le référencement des produits par la centrale d'achat, il existe au final plus de 568 types de « marges arrière » pour exposer le produit en « tête de gondole », sur les « îlots », aux « avancées de caisse », payer le « mètre linéaire », les « panneaux stop », ou encore participer aux frais de rénovation des établissements.

« C'est un milieu où l'on utilise beaucoup de termes issus du langage marin, certainement parce qu'on aime vous mener en bateau ! »

Un système quasi-mafieux

Dans un rapport parlementaire mené par Jean-Paul Charié (UMP), on a observé que ces marges représentaient aujourd'hui de 40 à 50 % du prix du produit. De plus, avec le développement de la mondialisation, les mariages entre les entreprises, on s'aperçoit qu'il n'existe plus que six centrales d'achat qui contrôlent plus de 90 % des produits de consommation courante consommés en grande surface.

Christian Jacquiau utilise l'image du sablier dans lequel 70 000 exploitations agricoles et 300 000 entreprises devraient passer par le crible des centrales d'achat pour parvenir aux 62 millions de consommateurs. Selon le rapport parlementaire, il s'agit d'un « système quasi mafieux ».

IMPACTS SUR LA SOCIÉTÉ, IMPACTS SUR NOS VIES



En France, sur 36 000 communes, 18 000 n'ont plus de commerce de proximité. Christian Jacquiau dénonce ces déserts, tandis que dans les villes, la grande distribution multiplie les surfaces de type supérettes.

Le développement de la grande distribution a des impacts sur différents domaines de la vie : la disparition des artisans, les fermetures de PME, la multiplication des délocalisations dans les pays sans protection sociale ni environnementale, conduisant à une diminution des impôts levés, et donc, à la fermeture des services publics de proximité (poste, gares, services de santé...).

Aux yeux de Christian Jacquiau, ni les politiques, ni les syndicats ne parviennent à faire le lien : pour lui, la crise n'existe pas, la situation que nous vivons est bien liée à des choix politiques favorisant ce type de modèle économique.

L'action politique... limitée

Depuis les années 1970, l'action politique en vue de limiter le développement de la grande distribution a été, selon

Christian Jacquiau, « en dents de scie ». Malgré les lois soumettant à autorisation la construction de commerces de plus de 1000 m², puis de 300 m², la création de grandes surfaces pouvant aller jusqu'à un million de mètres carré a quand même pu avoir lieu. Au manque de réelle volonté politique pour faire appliquer ces lois, s'ajoute, comme l'avoue Michel-Édouard Leclerc, « dans plus d'un cas sur deux, [la] corruption politique ».

Idées reçues sur les avantages de la grande distribution

■ « *La grande distribution favorise les bas prix. C'est bien pour ceux qui n'ont pas de sous !* »

Les parlementaires ont étudié les prix : sur 140 000 prix, il n'y avait que 500 prix d'appel. Les prix bas sont plutôt un mythe.

■ « *La grande distribution permet de consommer des produits qui n'étaient pas accessibles à tous.* »

Certes, mais comme le dévoile l'exemple des poulets élevés en batterie, ces produits sont de très mauvaise qualité.

Un bilan négatif

Lorsque l'on fait un bilan prenant en compte tous les coûts, la grande distribution est en fait très chère : Quand on prend en compte les marges arrière, on se rend compte que les prix des produits sont chers, quand on subventionne les agriculteurs par le biais des impôts, on paie une deuxième fois les produits agricoles, quand on répare les effets néfastes de ce système (santé, environnement...), on palie les carences. Au final, directement ou indirectement, on a payé quatre fois le prix du produit.

ATTENTION : MODÈLE EN DANGEREUSE EXPANSION !

Aujourd'hui le modèle de grande distribution a glissé vers l'ensemble des produits : bijouterie, parapharmacie, voyages, banque, assurance, voiture, assurance, auto-école, ... et même la santé !

Ce modèle s'est exporté sur toute la planète, donc également dans des pays où il n'existe aucun système social pour pallier les conséquences néfastes de ce système.

Peu à peu, les distributeurs sont passés d'un statut de commerçant à celui de financier, de spéculateur « faisant de l'argent sur votre alimentation, votre voiture, avec d'énormes flux financiers qui ne sont pas redistribués », insiste Christian Jacquiau.

Face au développement de la pauvreté, la grande distribution répond par le développement du « hard discount », créant ainsi une consommation à deux vitesses.

Ils décident pour vous : menace sur la démocratie

Pour Christian Jacquiau, le danger de ce modèle va même plus loin, puisqu'il menace la démocratie elle-même. Décidant à la place des consommateurs du choix de plus en plus de produits (au crible des marges et non de la qualité), les distributeurs cherchent à avoir la main aujourd'hui sur la vente et les prix des livres (encore protégés par la loi Lang). Si cela marche, six centrales d'achat décideront des livres que nous lirons.

DES SOLUTIONS EN GUISE DE CONCLUSION

En conclusion de sa conférence, Christian Jacquiau a tenu à rappeler l'énorme pouvoir que détiennent les consommateurs dans ce modèle. Reprenant une citation de Coluche, il nous dit : « il suffirait que personne n'achète pour que ça ne tourne pas ».

Des modèles alternatifs sont à l'œuvre depuis plusieurs années, tels que le système des AMAP (Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne), des associations créent des groupements d'achat solidaires et éthiques (GASE), tandis que d'autres se mobilisent contre l'implantation d'un nouveau supermarché dans leur région.

« Finalement, aujourd'hui, les politiques prennent les décisions à l'envers », s'indigne Christian Jacquiau. Le contexte n'est plus du tout le même qu'en 1945, où l'on pensait pouvoir relancer l'économie par la consommation. Aujourd'hui, nous sommes en pleine mondialisation, les produits sont achetés à l'étranger. Nous sommes pour lui face à un choix de société qui risque de nous mener droit dans le mur si nous n'arrêtons pas tout.

PORTRAITS D'ACTEURS

Dominique DUPONT, UFC-Que choisir



Présentation : UFC-Que choisir est une association, un syndicat de consommateurs. Nous tenons des permanences régulières pour l'aide à la résolution de litiges. En France, nous sommes 150 000 adhérents, dont 2 200 à Lille. Néanmoins, nous avons du mal à regrouper les personnes autour de valeurs consuméristes. Les personnes qui s'adressent à nous, nous considèrent plus comme un service, qu'un réel syndicat.

J'étais content d'entendre que les consommateurs avaient un réel pouvoir. Néanmoins, vous avez essentiellement parlé du pouvoir du boycott. Sachez qu'au début de ses interventions, il y a une trentaine d'années, UFC-Que choisir a appelé au boycott du veau aux hormones. Nous avons été condamnés, car l'appel au boycott n'est pas autorisé par les pouvoirs politiques.

Christian Jacquiau : bien que l'appel au boycott soit interdit, avec l'idée de résistance citoyenne, droit ou pas droit, à un moment donné, il faut peut-être désobéir. Je crois qu'entre le boycott ou le naufrage de millions de gens à cause de ce modèle, il faut choisir. Comme j'aime à le rappeler : ils sont six, nous sommes 62 millions.

Vincent WICKAERT, Gérant d'une Biocoop



Présentation : Biocoop est un réseau de magasins indépendants qui existe depuis 25 ans. Nous vendons de la bio pour développer la bio. Nous nous sommes créés sous forme de coopérative au début. Aujourd'hui cela a évolué, mais nous avons gardé la même éthique, la transparence des produits qu'on vend. Nous cherchons à éviter la démultiplication des intermédiaires et à favoriser une rémunération cohérente. La surface de nos magasins reste à taille humaine (200 m² en moyenne), bien que le plus gros soit de 800 m².

Aujourd'hui se développe « l'après-grande distribution », le « low cost », dans les voyages, mais aussi la consommation de produits quotidiens... Quel avenir ?

Christian Jacquiau : Le « low cost » est un modèle économique fondé sur la financiarisation de produits vidés de tout contenu social. La situation est complexe, parce qu'on a affaire à une sorte de schizophrénie : quand on est consommateur, on laisse le citoyen à la maison et c'est le consommateur qui pousse son caddie. On ne peut pas s'indigner, manifester contre la misère et la précarité, et continuer à pousser le caddie, sans se rendre compte qu'il y a un lien entre tout ça.

Pierre DE SARIAC, Cense de la Tossée



Présentation : La Cense de la Tossée est une nouvelle association au niveau de la Zone de l'Union. Les promoteurs de cette friche affichent un souci de concertation sur l'écoquartier, c'est pourquoi nous proposons de monter une production agricole sur le site, avec ferme urbaine et gestion de l'ensemble du site, notamment par le biais de la création d'une plate-forme de compostage. Nous souhaitons aboutir à tout un circuit de production alimentaire pour un groupe de futurs habitants pouvant aller de 80 à 100 paniers, si nous nous constituons en AMAP, par exemple.

Comme je suis préoccupé par l'environnement, j'aurais aimé en savoir plus sur la taxe d'équarrissage.

Christian Jacquiau : Ce projet de ferme urbaine et la relocalisation en général, me semble très importants, car nous allons vers une crise pétrolière majeure. Aujourd'hui, l'Europe a une réserve alimentaire de vingt jours seulement. Nous ne sommes plus autonomes au niveau alimentaire.

Alors, la taxe d'équarrissage, souvenez-vous ! Lors de la crise de la vache folle en 1997, les ministres décident de collec-

ter les farines animales, les stocker et prendre des mesures pour les détruire. Cela a un coût qui n'était pas prévu au budget. Par conséquent, ce sont les consommateurs qui vont payer une taxe dite d'équarrissage qui s'ajoute au prix de la viande et de la TVA. Après avoir collecté cette taxe jusqu'en 2000, par le biais des distributeurs, la Cour de justice européenne décide que ce n'est pas le rôle des distributeurs de collecter l'impôt, et l'État doit donc depuis rembourser deux milliards d'euros aux supermarchés.

DÉBAT

Je me sens toutes les semaines roulé dans la farine par la grande distribution et malheureusement, ce soir, j'ai eu aussi le même sentiment. Tout ce que vous avez dit est vrai, mais cela me semble assez facile. On accepte ces schémas de société : si nous n'y allions pas, ils ne pourraient pas prospérer. Personnellement, j'essaie d'aller acheter aux cultivateurs, sur les marchés, et pourtant je paie le prix de la grande distribution, parfois plus. Les gens vont au supermarché parce qu'ils croient que c'est moins cher, mais si sur les marchés c'était moins cher, ils iraient plus souvent.

Christian Jacquiau : Vous avez en partie raison, on accepte ce modèle. Néanmoins, il y a quelques manipulations, notamment dans la publicité, qui joue sur l'inconscient des gens. Cela donne l'impression que les prix ne sont pas chers, mais ce n'est pas vrai.

Concernant la vente directe, je suis d'accord avec vous. J'interpelle souvent les paysans quand j'achète en direct, car il faut de la transparence, on a besoin de comprendre.

Je cherche des solutions. Vous dites qu'on ne peut pas boycotter en France, mais on peut détourner la question par des messages en passant par des ● ● ● ●



associations. On peut par exemple annoncer à la grande distribution que tant qu'elle ne baisse pas de 10 %, nous n'irons plus.

Christian Jacquiau : Je ne suis pas d'accord, si pour avoir – 10 % sur les prix, on continue à alimenter la machine : produits importés de Chine ou d'ailleurs, fabriqués dans les pires conditions sociales, avec pour les transporter des murs de camions sur les autoroutes... Il faut sortir de cette approche consumériste des prix, et exiger qu'ils aient du contenu !

Il existe une foule de solutions politiques, pour peu qu'on soit guidé par l'intérêt collectif. À mes yeux, il faut prohiber dès demain les marges arrière. Par exemple, on peut sur certains produits fixer les prix, comme on le fait pour les timbres, les cigarettes, les journaux...

C'est aberrant. Aujourd'hui, ce modèle économique a pour objet d'éliminer l'humain partout : caisses automatiques, robotisation... C'est comme ça que des gens engrangent des milliards d'euros sans payer aucun salaire, donc sans participer aux cotisations sociales. Avec la mondialisation, des centrales d'achat sont même délocalisées en Suisse et les marges arrière s'amassent là-bas.

Est-ce que c'est un leurre de consommer des produits bio et équitables en grande surface ou est-ce un moyen de transformer ce système ?

Christian Jacquiau : Pour rappel, le commerce équitable est un commerce qui respecte toute la filière de la production à la vente... À mon avis, quand on met des produits issus du commerce équitable dans les grandes surfaces, on vide le commerce équitable de son contenu.

Selon les fondateurs de ce mouvement, le commerce équitable était un levier de transformation de la société : « Nous sommes anticapitalistes et nous voulons utiliser notre consommation pour transformer cette mondialisation qui est d'une extrême violence », disaient-ils. Aujourd'hui, quand je vois les partenaires de Max Havelaar (tels que Mac Donald's...), on peut se





poser des questions. On est en train de le vider de son contenu politique.

À propos des référencements, jusqu'où faut-il aller ? Aux États-Unis, les magasins Walmart, ouverts 24h/24, 7j/7, ont plus d'un million de références. À Auchan, on m'a dit qu'il y en avait environ 350 000. Étant adhérent à UFC-Que Choisir, j'ai repéré plus de 200 types de brosses à dents... Mais où ça va s'arrêter ?

Christian Jacquiau : Effectivement, il y a tellement de références, que cela nous fait perdre nos repères. Comment ensuite pouvoir comparer convenablement les prix ? C'est une stratégie de la grande distribution.

Est-ce que vous faites vos courses dans les hypermarchés ? On parle de « fracture sociale », mais on peut aussi parler de « fracture alimentaire », car beaucoup de gens qui n'ont pas de moyen ne peuvent pas s'acheter des produits bio.

Christian Jacquiau : Je ne consomme plus en grande surface et je ne pense pas que ce soit seulement un truc de riche ou de bobo. Des membres de l'association « sortir du supermarché » ont fait une expérience pendant un an. Ils ont calculé que cela revenait pour une famille de 4 personnes en moyenne à 65€ par semaine.

Dans les hypermarchés, ils sont en train de faire disparaître les marges arrière en introduisant non plus des produits de marque, mais des produits de leur marque.

Christian Jacquiau : Effectivement, cela règle un peu la question des marges arrière, mais cela pose la question des conditions générales de vente, car il n'y a plus de traçabilité : on ne sait pas qui a produit le produit.

Les cahiers de l'UPC déjà parus

N°1. Le creuset français, histoire de l'immigration avec Gérard Noiriel

N°2. Les politiques d'insertion sont-elles justes ? avec Simon Wuhl

N°3. Laïcité, Islam et République avec Alain Gresh et Michel Tubiana

N°4. L'Économie solidaire et l'insertion : quels gisements d'emplois ? avec Bernard Eme

N°5. Les différents visages du racisme avec Mouloud Aounit et Pierre Tévanian

N°6. 20 ans de TUC, CES, Emplois jeunes, quel bilan pour avancer ? avec Bernard Gomel

N°7. Mixité sociale ou assignation à résidence ? avec Sylvie Tissot et Saïd Bouamama

N°8. En attendant l'emploi, changer le travail avec Bernard Gazier

N°9. Esclavage-colonisation, qu'avons-nous fait de notre histoire ? Avec Olivier Le Cour Grandmaison et Christiane Taubira

N°10. Décroissance, terre et humanisme, du Sahara aux Cévennes avec Pierre Rabhi

N°11. Quelle autre Europe sociale ? avec Bernard Gazier (à Valenciennes)

N°12. Du RMI à l'allocation universelle avec Yannick Vanderborght

N°13. Quelle autre Europe sociale ? avec Jean Claude Barbier (au pays des Sept Vallées)

N°14. Quelle autre Europe sociale ? avec Jean Gadrey et Nicolas Postel (à Dunkerque)

N°15. La science, le politique et le citoyen avec Jacques Testart *

N°16. A quoi sert l'identité nationale ? avec Gérard Noiriel *

N°17. Quelle autre Europe sociale ? avec Dominique Méda

N°18. Contre le chômage, a-t-on vraiment tout essayé ? Forum citoyen pour bouger la politique de l'emploi

N°19. Faut-il en finir avec l'insertion ?

Quel nouveau service public ?

avec Robert Castel, Jean Gadrey et Bernard Eme.

N°20. Contre le chômage, a-t-on vraiment tout essayé ? 2^e Forum citoyen pour bouger la politique de l'emploi

N°21. Pour sauver la planète, sortez du capitalisme avec Hervé Kempf

N°22. La fin de ce monde n'est pas la fin du monde avec Patrick Viveret

N°23. Quel accompagnement socio-professionnel ? avec Olivier Jeanson et Fabrice Moustiez

N°24. Repenser les migrations

avec Agnès Arquez Roth et Nancy L. Green

N°25. Une "identité nationale", quelle réalité en 2010 ? avec Denis Sieffert, Saïd Bouamama, Bruno Matteï *

N°26. Vers une sécurité sociale professionnelle ? avec Francis Kramarz

N°27. Laissez tomber votre caddie

avec Christian Jacquiau

N°28. Quelle citoyenneté urbaine ? *

avec Jacques Donzelot

N°29. Apprendre de la précarité ?

avec Florence Aubenas

N°30. De l'Alma à l'Union : vers un éco-quartier exemplaire ? avec Sylvain Coquerel et Lucien Kroll

N°31. Inégaux devant la santé : une injustice inéluctable ? avec Pierre Aïach *

N°32. Racisme mode d'emploi avec Rokhaya Diallo

N°33. Que peut-on partager avec les Roms à Roubaix ? avec Clair Michalon

N°34. Dessine-moi une ville en transition *

N°35. Économie solidaire et insertion avec Martin Hirsch

* à paraître



Directeur de la publication : Bruno Matteï

Rédaction & photos : Héléna Salazar

Mise en pages : Martin Granger

Imprimé sur papier recyclé par Raza Prod

Tirage: 1000 exemplaires

ISSN : 1778-039X