

*Produire autrement,
Acheter autrement,
Vivre Autrement.
PAVA !*

Nous vivons dans une société qui confond bien souvent identité d'un individu et sa propension à consommer. Cette société incite trop souvent à un consumérisme exacerbé et sans contrôle, qui, en fait répond à un objectif majeur, si ce n'est exclusif de maximisation des profits, afin de satisfaire l'appétit des actionnaires, qu'ils soient des entreprises, de grands investisseurs en capitaux ou même des particuliers attirés par des rendements spéculatifs.

Or, l'histoire que raconte cet appétit de consommation - l'identité personnelle de consommateur remplit celle du travailleur - est partisane. Car le **consumérisme maximalise l'exploitation** : il mène à une exploitation toujours plus poussée des sujets les plus faibles de nos sociétés et de ceux des sociétés mobilisées pour servir cet appétit de consommation. En outre, dans ces sociétés "productrices", la protection des travailleurs existe à peine, ou pas du tout, alimentant une pression continue sur la protection des travailleurs des sociétés consommatrices. Les plus faibles sont ainsi pris entre une pression croissante à consommer d'une part et un étouffement des droits et protection d'autre part.

Il est temps de raconter une autre histoire : une société de qualité sera celle où il est possible de produire et consommer dans le respect de l'environnement, du territoire et de l'identité de ceux qui y vivent.

Cette histoire à substituer à celle partisane de l'extase consumériste, est celle d'un **développement solidaire**, qui n'est pas passéiste, mais au contraire qui innove en dépassant la norme actuelle suggérée si pas imposée, de consommation de polluants de toute sorte (chimiques, technologiques, de marketing, ...)

Seul un développement cohérent avec les valeurs de solidarité, valeurs fondatrices de nos sociétés, pourra rassembler les citoyens divisés par le manque de travail, et plus encore par l'absence de culture collective. La fuite dans la consommation n'est un facteur de cohésion,

bien au contraire elle segmente encore plus entre ceux qui ne peuvent que regarder les “étagères bien remplies” et ceux qui peuvent les vider ou les ignorer. Cette segmentation alimente les violences et radicalismes de toutes sortes.

C’est pourquoi les forces démocratiques en Europe, tant associatives que syndicales et politiques doivent se mobiliser et initier la bataille pour Produire, Acheter et Vivre Autrement.

En effet, la solidarité est au centre des activités de l’Association *Cultura contro camorra*, qui, depuis sa création-se bat contre toute forme de crime organisé. Celui-ci, présent et représenté à tous les niveaux de la décision politique opère désormais trop souvent dans une légalité « apparente », divisant la société par la violence et la radicalité

Pour amorcer ce changement, luttons pour soutenir des “biens qui ont une histoire”.

Cultura contro camorra a vocation à favoriser des synergies avec et entre des structures enracinées dans les mêmes valeurs de solidarité, depuis la production des biens et services “qui ont une histoire” jusqu’à leur commercialisation et leur consommation ou utilisation.

Des « biens qui ont une histoire » ce sont par exemple :

- des biens d’entreprises confisquées à des organisations relevant du crime organisé ;
- des biens produits par des coopératives de travailleurs qui ont repris une entreprise « abandonnée » par ses propriétaires ;
- des produits issus de groupements de petits producteurs, locaux travaillant selon des principes éthiques de solidarité.

Ces « biens qui ont une histoire » nous racontent qu’il est possible de :

- produire de la qualité (et même une meilleure qualité) tout en gardant des prix permettant à tous, y compris les plus faibles, d’accéder à cette qualité ;
- permettre aux producteurs de travailler, dans la dignité, de manière respectueuse de leurs clients et de la société dans laquelle ils vivent et notamment en valorisant les traditions et le savoir-faire local ;
- permettre à certains producteurs de surmonter les obstacles qu’ils rencontrent pour trouver des débouchés (par exemple quand ils produisent dans des zones où le crime organisé est très présent, ou dans des secteurs où les distributeurs traditionnels sont en position dominante) ;
- innover dans la manière de distribuer les productions et de commercer, y compris en utilisant des outils technologiques avancés mais en respectant la dignité du consommateur, y compris le plus faible.

Créons des espaces « autres » de rencontres et luttes.

Cultura contro camorra propose :

- de soutenir la création des centres de récolte et de distribution de biens « qui ont une histoire » ;
- et, de créer et soutenir la création de lieux de convivialité multi et interculturelle pour proposer et inciter à consommer autrement, à partir à la découverte de la richesse de la culture et des racines gastronomiques des participants.

Une attention particulière sera portée à la mobilisation et participation des jeunes.

Un centre de convivialité se définira comme une espace permanente de présentation et, le cas échéant, de distribution de produits qui ont une « histoire ».

Les centres de convivialité seront ainsi des espaces « autres » où pourront s'échanger des produits de consommation « nourricière », des techniques de production innovantes ou alternatives, des prestations culturelles quelle qu'en soient le support (livres, films, art plastiques, musique...), tout ce qui donne du contenu concret à l'envie de convivialité, à l'exigence de « vivre ensemble ».

Dans cette perspective, un centre de convivialité est un espace où convergent la production, la consommation, la culture, la discussion et la lutte.

Les initiateurs de cette expérience pourraient être :

- l'association « *Cultura contro camorra* », présente en Belgique et dans d'autres pays européens elle soutient tous ceux qui se battent contre le crime organisé, qui a pour antenne en Italie le "Comitato Don Peppe Diana" ;
- la « *Nuova Cooperazione Organizzata* » (Casal di Principe, Aversa, Maiano di Sessa-Caserte) qui avec ses coopératives sociales gère des entreprises confisquées à la camorra (mafia napolitaine) ;
- la coopérative « *Lesvos Solidarity* », de l'île grecque de Lesbos, qui s'occupe de l'accueil des migrants et produit des sacs avec les gilets de sauvetage utilisés pour passer de la Turquie à l'île de Lesbos ;
- la « *Coop 1336* », détenue et gérée par des travailleurs de l'ancienne usine Lipton (thé et infusions) de Marseille qui, après 1336 jours d'occupation de l'usine, pour éviter sa délocalisation, ont acquis la structure et travaillent en autogestion l'association « *100PAP* », brasserie sociale, de Bruxelles regroupant des travailleurs migrants sans-papiers ;
- tout autre organisation de production ou de commercialisation qui partage nos valeurs.

Seront progressivement associées des organisations en mesure de développer les aspects commerciaux de ces initiatives tout en s'engageant à respecter et intégrer dans leur activité les principes d'éco-durabilité et la valeur éthique des produits.

Typiquement, un centre de convivialité doit se situer dans une zone facilement accessible et devrait disposer de l'espace nécessaire (entre 60 et 100 mc) pour assurer la distribution des produits ainsi que l'organisation des activités de rencontre, de discussion, de dégustation et, plus largement, de convivialité. Cet espace pourrait être disponible à temps plein ou en temps partagé avec des activités compatibles (par exemple un bar de quartier).

Des coopérations avec des structures qui partagent une même conception éthique de solidarité, notamment des structures culturelles (théâtres, par exemple) seront recherchées.

De tels lieux de convivialité active et interculturelle apparaissent particulièrement à même d'intéresser et d'inciter les générations plus jeunes qui pourraient découvrir la richesse de leur culture et des autres cultures qu'ils fréquentent, par exemple en partant de leurs propres racines gastronomiques et en les confrontant à celles qui les entourent. L'engouement actuel pour la gastronomie chez une grande partie de la jeune génération - hommes et femmes - apparaît ainsi comme un vecteur important, si ce n'est privilégié - pour la création de ces centres de convivialité.

Comment nous organiser à Bruxelles ?

Cette nouvelle initiative pourrait être testée en Belgique, et sur base de ses résultats, de tels lieux de convivialités pourraient se développer dans d'autres localités et d'autres États membres de l'Union européenne.

Dans une première phase, la structure initiatrice du projet, qui pourrait prendre le statut d'ASBL (association sans but lucratif), se basera sur le travail bénévole fourni par les membres associés.

En fonction du développement de l'initiative, le recrutement de personnels externes pourrait être envisagé, en respectant les exigences éthiques de ces postes.

Des contributions financières directes pourraient être fournies par :

- les exposants des produits en vente ;
- les ventes des produits ;
- les cotisations volontaires ;

- les recettes du bar et des activités organisées (soirées pour présenter et « expliquer » les produits en vente) ;
- les campagnes de soutien.

L'ambition est d'assurer la viabilité économique à long terme de ces centres de convivialité.

Tous ensemble nous serons en mesure d'imposer avec l'exemple, la cohérence et la lutte, qu'il est POSSIBLE de **P**roduire autrement, **A**cheter autrement, **V**ivre **A**utrement.