

LA SOCIÉTÉ DES
CONSOMMATEURS

RAPPORT
D'ACTIVITÉS
2024-2025

SOMMAIRE

ÉDITO	4
ORGANISATION JURIDIQUE ET FINANCIÈRE	6
2024 AU FIL DES SAISONS	9
CRISE AGRICOLE ET ÉTIQUETTE SOLIDAIRE	10
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE	12
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	14
NOS 8 ANS ! 🎂	16
NOS PRODUITS DANS LES RESTAURANTS	18
EN RAYON	20
CONFORMITÉ ET TRANSPARENCE	22
INTERVIEW DE STÉPHANE PASSOT, PRODUCTEUR DE LAIT EN BRESSE	23
NOTRE MOBILISATION COLLECTIVE	24
CÔTÉ PRESSE	26
LES ACTUALITÉS DE NOTRE DÉMARCHE COLLECTIVE	28
LA VIE DES PRODUITS	28
LES PROJETS DE LA COOPÉRATIVE	28
LE MANIFESTE	30
LA SOLIDARITÉ	32
L'ÉQUITABILITÉ EN 7 PRINCIPES	34
RÉSULTATS DES COMPTES	36
NOTRE AVENTURE COLLECTIVE EN LIGNE : ENSEMBLE MÊME À DISTANCE !	38
TÉMOIGNAGES DES SOCIÉTAIRES	40
EN 2025	42

LA SOCIÉTÉ DES CONSOMMATEURS

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024-2025



ÉDITO

2024 restera une année pleine d'élan pour « C'est qui le Patron ? ! » ! Une forte augmentation du soutien aux producteurs (+10,6 % sur les ventes de produits solidaires - en pleine inflation 😳 😊 🙌), beaucoup de nouveaux magasins partenaires, un engagement collectif toujours plus fort et un impact positif toujours plus grand.

C'est aussi l'année où nous avons décidé tous ensemble de faire un pas de plus dans la transparence et la mise en avant de notre action collective. Pour la première fois, nous publions un rapport d'activités, en plus du traditionnel rapport de gestion.

Pourquoi ce choix ? Parce qu'on a envie de montrer les visages de notre collectif, les images de nos actions, les moments vécus ensemble. Mettre en valeur ce qui se voit parfois moins dans les chiffres et dans les mots, mais qui fait toute la force de notre aventure collective.

Dans ces pages, on revient sur notre incroyable mobilisation qui permet d'aider de plus en plus de familles de gens si précieux qui nous nourrissent tous les jours, de voir notre voix de consommateurs peser de plus en plus dans le débat public

autour du soutien des producteurs et de rencontres marquantes tout au long de l'année.

C'est le reflet d'une autre façon d'envisager notre consommation sur un système bienveillant qui repose sur l'idée simple et puissante de que ce sont les consommateurs, qui décident et choisissent où va notre argent et à quoi il sert.

Merci à tous ceux qui, au quotidien, font vivre cette démarche en permettant cette aide si précieuse pour les producteurs. Bonne lecture !

L'équipe CQLP



ORGANISATION JURIDIQUE ET FINANCIÈRE

La coopérative La Société des Consommateurs (LSDC) est la structure centrale de notre initiative. Elle représente tout le poids que nous avons en tant que consommateurs pour faire changer positivement les choses dans les rayons.

C'est elle qui décide collectivement des orientations et des évolutions des produits, assure la transparence de la démarche et les vérifications par les sociétaires, et recréé le lien direct entre consommateurs et producteurs (rencontres chez les producteurs, animations en magasin, etc.).

Elle appartient à nous tous, consommateurs sociétaires. En effet, tout le monde peut devenir sociétaire pour 1€ symbolique. Sa gouvernance est encadrée par un conseil d'administration de 16 sociétaires (consommateurs et producteurs) ; présidé par Nicolas Chabanne.

Afin de mener à bien toutes nos missions, notre coopérative est accompagnée par deux autres structures qui composent la démarche C'est qui le Patron ?! et dans lesquelles l'équipe travaille au quotidien.

La société C'est qui le Patron ?! (SAS) protège et développe la marque. Au quotidien, elle a pour mission de :

- Co-créer les questionnaires et établir les cahiers des charges
- Contractualiser les engagements avec les partenaires fabricants
- Assurer le respect du cahier des charges via le contrôle d'un organisme certificateur tiers
- Suivre et accompagner la commercialisation des produits

La société LMDM (SAS) comprend quant à elle les fonctions support nécessaires à la vie de notre initiative collective : Finance, Ressources Humaines, Juridique, Développement Informatique, Communication, Design. Elle mène par ailleurs une activité d'expérimentation et de développement des nou-

veaux projets en soutien aux producteurs. Elle appartient à Nicolas Chabanne.

Ces structures participent chacune à leur niveau à faire vivre et développer notre initiative collective.

Leurs destins sont liés car C'est qui le Patron ?! ne peut être cédée, ou céder les marques sans l'accord de notre coopérative.

De même, tout l'argent généré par l'initiative est réparti entre les structures afin de payer leurs charges respectives.

De ce fait C'est qui le Patron ?! perçoit les redevances des fabricants correspondant aux ventes de nos produits (5% du Prix de vente Voté Conseillé (plafonnées à 0,15 € par produit)).

Ensuite, LSDC et LMDM lui facturent les missions réalisées dans le cadre du fonctionnement de l'initiative. Ceci permet à chacune des structures de payer ses charges (salaire, loyers, frais généraux, projets etc.).

Pour LSDC cela correspond à 735.000€ HT sur l'exercice 2024, pour LMDM, 165.605€ HT.

Une fois ces charges supportées, il peut rester des bénéfices.

Aucun dividende n'a été versé depuis le début de l'initiative sur l'ensemble des structures qui la compose. L'intégralité des bénéfices réalisés au sein de la démarche est affectée aux réserves impartageables, lesquels sont utilisés de la manière suivante :

- **Impôt sur les sociétés**
- **Reversés (dons ou prêts) à des associations : FSP, Solidarité Paysans, Des Enfants et des Arbres**
- **Réinvestis dans des projets durables en soutien aux producteurs (Les Gueules Cassées par exemple)**
- **Mis en réserve pour faire face à un besoin futur ou apurer d'éventuelles pertes par exemple, afin d'assurer la pérennité de nos actions en soutien aux producteurs.**

Cette volonté de maximiser le soutien aux producteurs par l'absence de distribution de dividendes, s'exprime encore plus fortement par l'engagement annoncé fin 2024 par Nicolas Chabanne de céder ses parts sociales à une fondation actionnaire (structure à but non lucratif).

2024



AU FIL DES SAISONS



CRISE AGRICOLE ET ÉTIQUETTE SOLIDAIRE

Face à l'urgence et aux difficultés rencontrées par les producteurs au début de l'année, nous avons été près de 30.000 consommateurs à nous manifester pour la création d'une étiquette solidaire : un repère en magasin qui garantit la juste rémunération des producteurs.

Au début de l'année 2024, le monde agricole a été confronté à un nouveau pic dans la crise, entraînant une mobilisation importante de la part des producteurs partout en France. La démarche s'est également fortement mobilisée durant cette période pour porter notre voix de consommateur et démontrer comment, grâce à une juste rémunération, nous pouvions aider des milliers de familles de producteurs et leur permettre de transmettre à terme leurs exploitations.

En effet ceux qui nous nourrissent sont en difficulté. Cela fait des années que la grande majorité d'entre eux travaille sans pouvoir vivre de leur métier (38% gagnent moins que le SMIC et 26% vivent sous le seuil de pauvreté (INSEE, 2021). La juste rémunération des producteurs est au centre de beaucoup d'enjeux comme celui de la souveraineté alimentaire ou du renouvellement des générations. Et nous, consommateurs, nous sommes prêts à agir !

Pour mieux mesurer l'étendue de cette mobilisation et envie de soutien, « C'est qui le Patron ?! » a interrogé les Français à travers une étude YouGov. Le sondage est sans appel : près de 80% des Français sont prêts à ajouter des centimes à l'achat d'un produit si cela garantit une rémunération juste pour les producteurs ; et 77% des Français seraient incités à acheter un produit plutôt qu'un autre si un pictogramme leur garantissait la juste rémunération.

C'est lors de nos prises de parole que nous avons été sollicités par des producteurs de fruits et légumes pour leur apporter notre soutien. Dans un premier temps, notre réflexion s'est orientée vers une solution de très court terme permettant aux producteurs de signaler via une « étiquette solidaire » directement apposée sur leurs propres produits qu'ils bénéficient d'une juste rémunération lorsque c'est le cas et que les magasins jouent le jeu.

L'étiquette solidaire a été déployée jusqu'au mois de mai 2024. Nous avons réalisé notamment des visites sociétaires chez Laurent, producteur d'asperges dans le Médoc et Christophe, producteur d'endives dans la région lilloise. Toute cette pé-



riode nous a permis de nourrir de nombreux échanges sur le terrain, et de connaître plus en détail cette filière.

En faisant le bilan de cette initiative, nous avons convenu avec les producteurs qu'il est nécessaire d'aller plus loin pour garantir une rémunération juste et fixe dans le temps ; nous permettre à nous consommateurs de pouvoir mieux identifier les fruits et légumes solidaires en rayon ; et décider nous-mêmes des cahiers des charges comme nous avons l'habitude de le faire avec les produits « C'est qui le Patron ».

C'est ainsi que nous avons pris la décision de réfléchir à la création de fruits et légumes solidaires créés par nous les consommateurs, pour offrir un soutien

durable aux producteurs. La seconde moitié d'année 2024 a donc été consacrée au travail d'étude, de rencontres, et de discussion avec des producteurs de fruits et légumes de différentes filières permettant d'étendre en 2025.

4 raisons qui nous ont permis de réfléchir à aller plus loin dans le soutien de la filière des fruits & légumes :

- La capacité que nous avons à nous auto-provisionner en France qui est en baisse
- La production agricole nationale qui continue à diminuer
- Des filières qui sont en difficulté et qui ont besoin de notre soutien
- La plupart de nos achats de fruits et légumes s'effectuent en grande distribution



SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

L'édition 2024 du Salon International de l'Agriculture (notre deuxième édition) a été mouvementée due aux revendications portées par les agriculteurs. Les manifestations des agriculteurs courant janvier/février nous ont montré une fois de plus l'urgence de la situation et la motivation des citoyens à agir concrètement.

Notre stand collectif a été animé pendant les 9 jours du salon par 41 sociétaires et 26 producteurs, qui se sont relayés pour expliquer au public l'importance de la juste rémunération. Merci à tous de votre mobilisation !

Le SIA 2024 a été marqué par un temps fort : la création de l'étiquette solidaire garantissant la juste rémunération, portée par Karine Lemarchand sur M6, qui a permis ensuite l'ouverture du chapitre 2 de l'histoire de CQLP autour des fruits et légumes solidaires.

Les impressionnantes relais médiatiques sur ces sujets nous ont permis de gagner une forte visibilité et de sensibiliser toujours plus au sujet de la juste rémunération. Au total ce sont près de :

106 articles de presse sur les 10 jours du SIA (contre 36 en 2023)

346 retombées médias sur la période des manifestations (157 en web, 78 en presse écrite, 63 en TV, 48 en radio)

Cette période-clé a littéralement propulsé la démarche CQLP puisque nous comptions 801 articles en 2024, contre 326 en 2023. Merci à tous ceux, sociétaires et producteurs, qui ont fait vivre notre stand en échangeant avec les visiteurs curieux de découvrir notre démarche.

Grâce à nos échanges et nos témoignages, plus de 1000 nouveaux sociétaires ont rejoint la coopérative sur le premier trimestre 2024.



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Tous les ans, nous nous rassemblons pour l'Assemblée Générale de notre coopérative chez l'un ou l'une des producteurs. trices de notre démarche collective !

En 2024, le samedi 1er juin 2024, nous étions chez Mélissa et Arnaud, producteurs de lait pour notre brique bleue, en Anjou (Maine et Loire)

Depuis leur ferme, transformée pour l'occasion en grand espace convivial de réception avec l'aide de Régis, producteur voisin, nous avons revécu ensemble l'année précédente dans notre collectif !

L'Assemblée Générale annuelle permet de :

- Faire un bilan de l'année passée et de nos apprentissages avec des témoignages de producteurs et sociétaires de la démarche
- Poser toutes nos questions sur les actualités présentées
- Voter les résolutions et exprimer nos voix de sociétaires

En plus du vote des résolutions, l'Assemblée Générale 2024 a été marquée par le résultat de l'élection des six nouveaux sociétaires qui représentent le collège des consommateurs au Conseil d'Administration de LSDC, pour les deux prochaines années. Cette élection fait suite à la refonte de la gouver-

nance de notre coopérative, qui a été travaillée et validée collectivement (nous revenons plus en détails dessus dans ce rapport). Bravo à toutes et à tous pour vos candidatures, votre mobilisation et participation !

Voici la liste des nouveaux administrateurs-consommateurs par ordre alphabétique :

Éric BRETON, Olivier DAUVERS, Grégory FAURE, Éric LESCUREUX, Christian MEILLER et Violaine PIERRE.

Mais cette assemblée générale c'est avant tout un rendez-vous annuel plein d'échanges, de la convivialité, des rencontres entre producteurs, consommateurs, partenaires fabricants... Une vraie "cousinade", d'après les mots de Pierre, producteur de yaourt pour notre démarche !





NOS 8 ANS ! 🎂

Le 15 octobre 2024, lors de la soirée anniversaire des 8 ans, nous avons pu rassembler des acteurs clés de la filière qui ont pris la parole pour partager des témoignages forts, prouvant que notre démarche collective (et la juste rémunération) compte de plus en plus.

Ce soir-là, Carrefour, Leclerc et Intermarché déclinent, sur scène, à l'initiative de Karine Le Marchand, d'unir leurs forces aux consommateurs pour aider à plus grande échelle les producteurs qui nous nourrissent tous les jours. Suite à cette soi-

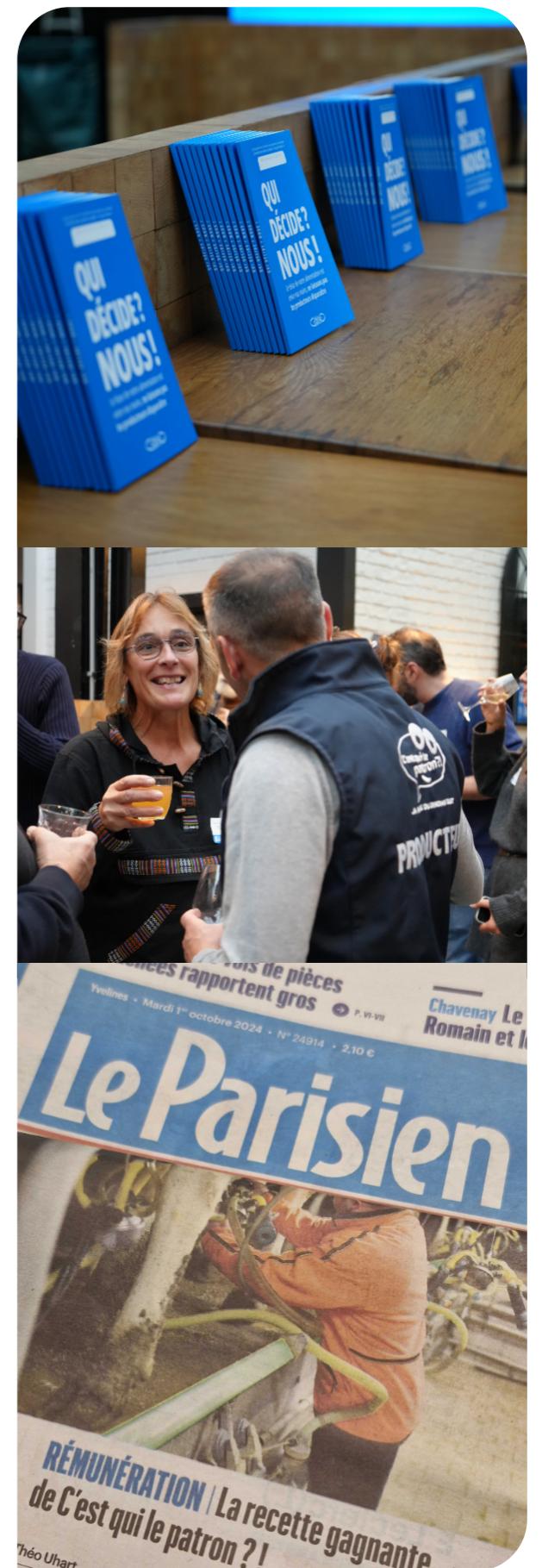
rée, d'autres distributeurs ont déclaré leur intérêt pour participer à cette mobilisation.

Nos 8 ans ont aussi été marqués par le lancement de notre manifeste de consommateurs : « Qui décide ? Nous ! ». Ce livret, publié chez Michel Lafon et diffusé largement (Fnac, Cultura, Furet-Decitre, espaces culturels Leclerc, librairies indépendantes ...) rappelle les chiffres fous de la disparition des producteurs, faute de revenus suffisants. Ainsi que les changements dans la vie des producteurs après 8 ans de juste rémunération, suite à une étude que nous avons réalisé avec les premiers producteurs de lait de la démarche, en Bresse.

En 2024, nous sommes devenus une voix incontournable sur le soutien aux producteurs, renforçant notre présence dans le débat public. Nos sujets prennent plus de place dans les médias.

258 articles et émissions déclenchés sur l'automne 2024 avec le lancement du manifeste, le regroupement des 3 enseignes, et la prise de parole Karine Le Marchand.

Le Parisien, La Provence, les JT de TF1, France 2 et France 3, Ouest France, BFM TV annoncent des chiffres du manifeste et retracent les solutions durables pour les agriculteurs, 8 mois après la crise agricole.



NOS PRODUITS DANS LES RESTAURANTS

En 2024, tous au restaurant pour soutenir les producteurs ! L'année a été riche en rencontres et en évènements, soulignant l'arrivée de nos produits solidaires dans la RHF (Restauration Hors Foyer)

- PASSION FROID** : arrivée des œufs x90 à partir du mois d'avril 2024 dans la région Sud d'Île de France (après la filiale IDF Nord en 2023).
- MÉTRO** : après un test en Île de France fin 2023, les laits demi-écrémé et entier ont été référencés au national à partir d'avril 2024. De plus, un test est en cours dans une vingtaine de magasins pour le fromage blanc.
- PROMOCASH** : déploiement du lait demi-écrémé et entier depuis le mois de janvier 2024.
- GROUPE BERTRAND HOSPITALITY** : 40 restaurants du groupe Bertrand (des brasseries parisiennes essentiellement comme Le Pied de Cochon) se sont engagées sur les œufs plein air x90 depuis le mois de mai 2024 : environ 600,000 œufs par an estimés.
- TRANSAVIA** : par le biais de Newrest, qui gère les menus des TGV, notre jus de pomme 33cl est arrivé à bord des avions de la compagnie.
- AIR FRANCE** : par le biais de SERVAIR, rencontré en début d'année, nos laits (demi-écrémé, entier, écrémé) sont désormais utilisés dans les préparations pour les menus de la compagnie.
- Boutiques RELAY** : en fin d'année 2024, l'acteur du "travel-retail" a référencé notre jus de pomme 33cl.
- BURGER KING** : a pris l'engagement courant 2024 d'utiliser notre lait demi-écrémé dans 100% de leurs restaurants pour leurs boissons chaudes lactées comme les cafés et les chocolats à partir de janvier 2025.



EN RAYON

CERTAINS DE NOS PRODUITS SOLIDAIRES SE SONT REFAITS UNE BEAUTÉ, POUR PLUS DE LISIBILITÉ ET DE COMPRÉHENSION EN RAYON !

Les ventes ont grimpé de 10,6 % par rapport à 2023, preuve que nos produits gagnent en légitimité en magasin !

Notre soutien aux producteurs porte ses fruits ! Cette croissance a été portée par nos produits dits "locomotives" (lait, beurre, oeufs, pomme de terre, yaourt, jus de pommes et farine) qui permettent de faire rayonner aussi tous les autres ! Nous avons aussi mieux structuré nos lancements, comme avec l'emmental, et exploré de nouvelles filières, notamment les fruits et légumes, ce qui promet de belles perspectives pour l'année 2025.

C'est aussi le résultat de toutes les actions menées sur le terrain auprès des magasins par nous tous consommateurs, les producteurs et les référents locaux (en Ile de France et Auvergne Rhône Alpes pour le moment), à travers les nombreuses animations (c'est près de 150 journées en 2024 avec 60 participations-sociétaires et 260 participations-producteurs ! Merci à tous !), les tournées (49 journées tous ensemble cette année!) ou les mises en avant (un grand merci aux enseignes) ! Nous avons aussi eu l'occasion d'inviter des directeurs de magasins et responsables de rayons directement sur les exploitations à travers des journées fermes-enseignes, pour qu'ils puissent discuter des enjeux de la juste rémunération avec les producteurs et les sociétaires locaux.

Près de 400 nouveaux magasins proposent depuis 2024 notre brique bleue solidaire partout en France, notamment chez Intermarché et Coopérative U, grâce aux 978 visites faites par les référents locaux ainsi que chargés de développement de LSDH (la laiterie) et aux 31 rendez-vous réalisés avec les enseignes avec nous, consommateurs, et les producteurs !



Nous notons aussi le gain de 800 nouveaux magasins sur les autres produits dits "locomotives" (oeufs, beurre, oeufs, pomme de terre, yaourt, jus de pommes et farine) ; notamment avec de nouveaux référencements chez Leclerc pour les pommes de terre et le lait sans lactose et chez Carrefour pour le beurre de baratte et le lait sans lactose.

Concernant les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), voici les chiffres des évolutions des ventes de nos produits solidaires auprès des 5 enseignes principales :

- Carrefour : +10,4%
- Leclerc : +3%
- Auchan : +7%
- Intermarché : +52,7%
- Coopérative U : +43,9%

NOUVEAUX PACKAGINGS

Certains de nos produits solidaires se sont refaits une beauté, pour plus de lisibilité et de compréhension en rayon !





CONFORMITÉ ET TRANSPARENCE

Les sociétaires partent à la rencontre des partenaires fabricants et des producteurs pour découvrir les coulisses des produits créés collectivement mais aussi vérifier que les points des cahiers des charges sont bien respectés. 19 visites ont été organisées cette année.

Le format a légèrement évolué afin, par exemple, d'intégrer plus de sociétaires locaux, des temps de préparation amont pour optimiser les visites, ou encore le cadrage amont des besoins en communication (photos, vidéos).

Également, lorsque les producteurs ne sont pas situés à côté des partenaires fabricants, des «doubles-visites» ont été organisées. Ainsi, deux groupes se formaient pour aller visiter l'une des deux étapes de création du produit sur la même

journée avec une visio de préparation commune et un partage de photos et ressentis.

En parallèle, le déploiement des contrôles par un certificateur externe (Bureau Veritas) s'est poursuivi en 2024. La totalité des produits commercialisés ont été contrôlés. L'ensemble des produits contrôlés

font l'objet de plans de contrôles annuels destinés à vérifier l'ensemble des points des cahiers des charges, côté production et côté fabrication.

Au cours de l'exercice écoulé en 2024, 262 contrôles ont été réalisés, il y a eu deux fois moins de non-conformités qu'en 2023 et deux non-conformités dites graves ont été identifiées (sur le jus de pomme uniquement). Ces non-conformités - sur les variétés utilisées et sur le taux de lie dans le jus chez un pressoir - sont en cours de régulation. Tous les résultats sont accessibles sur notre espace sociétaire.

Un très grand merci à Bureau Veritas, qui a accepté en 2024 de réaliser une visite accompagnée par un sociétaire de la démarche (et administrateur), Eric ! C'est un pas de plus pour toujours + de transparence dans notre initiative.

INTERVIEW DE STÉPHANE PASSOT, PRODUCTEUR DE LAIT EN BRESSE

«Juste avant d'entrer dans la démarche, j'étais prêt à arrêter quand ça allait vraiment mal. Ça s'est joué à pas grand chose. Après avoir intégré la démarche et j'ai attendu un an ou deux pour savoir si c'était du concret. Et quand tu vois que ça marche et que les ventes augmentent, je me suis dit, ça y est, je peux me lancer. La salle de traite et le bâtiment avaient 30 ans, ils étaient vieillissants. Le nouveau bâtiment, je l'ai fait pour que les vaches soient dans de bonnes conditions et je l'ai fait aussi pour moi. Je l'ai fait aussi pour préparer l'avenir de mes enfants.»

Est-ce que tu appréhendas le lancement de la démarche en 2016 ?

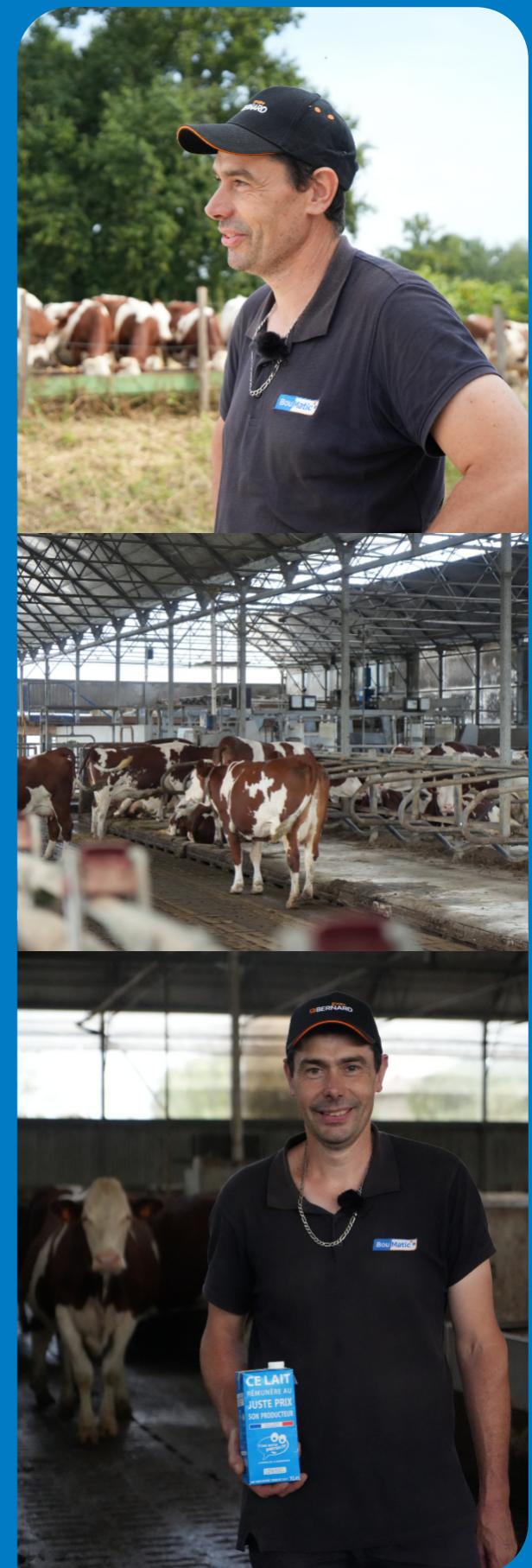
«Ça ne m'a pas fait peur parce que je me suis dit que les gens qui vont s'engager là dedans, c'est qu'ils y croient eux aussi et qu'ils sont prêts à payer. Et en effet, on s'est vite aperçu qu'ils sont prêts à payer plus cher quand ils savent où ça va. Et d'un autre côté, je me suis dit on va avoir un contact avec le consommateur et c'est pas plus mal.»

Tu avais quel rapport avec nous, les consommateurs, avant ton entrée dans la démarche ?

«Aucun. On savait même pas à quoi servait notre lait. Ça c'était un peu frustrant. Tu produis, tu sais pas pour qui, pour quoi ?

«Là, quand t'as des retours en direct avec un conso, c'est hyper agréable, ça nous redonne un peu de l'envie, de la valeur. On sait pour qui on produit.

«On le voit aussi quand il y a des sociétaires qui viennent sur la ferme, ils sont à l'écoute et s'intéressent.»



NOTRE MOBILISATION COLLECTIVE

345 événements en 2024 : quasiment 1 action de mobilisation par jour !

Bravo et merci à tous !

Au 31 décembre 2024, La Société des Consommateurs compte 15 582 sociétaires, soit 2159 nouveaux sociétaires au cours de l'année 2024. Les inscriptions ont été principalement concentrées sur le début de l'année, avec plus de 1 000 nouveaux sociétaires au mois de février autour du Salon de l'Agriculture, dans un contexte de crise agricole et de médiation de la démarche.

Un travail a été réalisé pour améliorer l'accueil de nous tous, sociétaires, au sein de notre coopérative, avec près de 70 appels pour échanger sur les attentes de chacun et présenter la démarche aux nouveaux arrivants ; l'organisation d'une rencontre mensuelle par visio pour accueillir les sociétaires, avec le témoignage et partage d'expérience des « anciens » (merci à tous pour votre temps !)

Parmi l'ensemble des sociétaires, ceux des régions Île de France (30%) et Auvergne-Rhône-Alpes (15%) sont les plus représentés. De nouveaux groupes Whatsapp ont été créés pour nous accueillir localement et aussi thématiquement, avec le lancement d'un groupe dédié aux recettes avec des produits CQLP.

Les rencontres, événements et décisions collectives sont partagés via la newsletter, envoyée chaque semaine à tous ceux qui le souhaitent, ainsi que sur l'espace sociétaire dédié sur le site internet. En 2024, c'est près de 345 événements en présentiel et en visio qui ont eu lieu (40% de plus qu'en 2023), en soutien aux producteurs, réunissant 522 participations-sociétaires et 822 participations-producteurs. Nous avons été trois fois plus nombreux à nous mobiliser en 2024 qu'en 2023 côté consommateurs, bravo à nous tous !

Piliers de l'initiative, les producteurs sont aussi moteurs dans la vie de la coopérative. Leur voix est essentielle : nous entretenons toute l'année des liens pour co-construire les produits ensemble et les inviter à témoigner. Cela passe par l'organisation de réunions (plus de 30 cette année, partout en France !) en présentiel pour se retrouver et échanger sur

l'initiative et leur produit. L'année 2024 a été marquée par une multitude d'événements auxquels les producteurs ont participé pour témoigner et défendre la juste rémunération, notamment auprès de la presse pendant la crise agricole que nous traversons, et par de nombreux échanges pour



construire l'avenir du cahier des charges des produits. Au total, nous dénombrons plus de 800 participations-producteurs à la vie de la coopérative : un grand merci à eux de leur mobilisation en parallèle du travail à la ferme, qui permet de nous nourrir ! En sus, un travail de fond a été fait pour mieux connaître et engager certains producteurs plus en retrait jusqu'alors.

10 décisions collectives en 2024 (hausses ou baisses de Prix Voté Conseillé, changement d'emballage, nouvelle gouvernance, lancement de l'étiquette solidaire...)

- La création d'un produit ou lancement d'un projet (lait sans lactose, projet étiquette solidaire)
- Une nouvelle gouvernance pour le conseil d'administration



CÔTÉ PRESSE, 8 ANS APRÈS TOUJOURS PLUS DE RELAIS DANS LES MÉDIAS

NOUS AVONS EU EN TOUT 801 ARTICLES QUI ONT PARLÉ DE L'INITIATIVE EN 2024 DONT 88 PASSAGES À LA TÉLÉVISION, 284 EN PRESSE ÉCRITE, 79 EN RADIO ET 350 ARTICLES ET MENTIONS WEB.

PAR RAPPORT À 2023, C'EST 2,5 FOIS PLUS !

Retours sur quelques temps forts où nous avons pris la parole dans les médias :

- Le Salon International de l'Agriculture
- Le sondage Yougov
- L'étiquette solidaire
- C'est qui le Patron ?! à la 1ère place des nouvelles marques de ces 10 dernières années
- L'Assemblée Générale des Consommateurs
- Les 8 ans de notre démarche
- Le Manifeste des consommateurs
- La Fondation pour protéger durablement les producteurs

Nous avons également renforcé notre présence en région, en développant des relations privilégiées avec la presse locale, notamment en Auvergne-Rhône-Alpes. Cette approche permet de communiquer sur des initiatives terrain, comme les animations et les visites sociétaires, et d'en faire de véritables moments collectifs, réunissant sociétaires, producteurs et médias locaux.

Les événements ont été multipliés par 4, avec plus de 40 rencontres organisées tout au long de l'année ! Parmi les plus notables, nous soulignons notre présence dans des institutions et grands événements et salons (Assemblée nationale, Forum Végétal, Foire de Sens et de Tours, Journées Nationales de l'Agriculture, le SIA...); les rencontres avec des entreprises (Ma Petite Planète, La Poste, Boursorama, Bouygues...) ainsi que les projections de notre documentaire « Nous, consommateurs » (31 en tout) et des échanges avec le monde académique (NEOMA, IESEG, EM Lyon, ENSAIA, La Sorbonne, AgroParisTech...)



Le Nouvel Obs

Lire le magazine

Le Nouvel Obs

« Si tous les supermarchés vendaient notre lait, nous pourrions sauver les familles lâchées par Lactalis »

Propos recueillis par Morgane Bertrand

Publié le 2 octobre 2024 à 15h14, mis à jour le 2 octobre 2024 à 17h29



Ain

Grâce à la marque C'est qui le patron ?! les agriculteurs ont « retrouvé goût au métier »

C'est qui le Patron ?! a 8 ans cette année. La marque qui rémunère à son juste prix les producteurs a été créée en 2016 dans la Bresse. Pour son anniversaire, elle sort un manifeste le 17 octobre sur la situation des producteurs et éleveurs.

C'est créée en 2016, la marque C'est qui le Patron ?! soutient 696 producteurs et éleveurs répartis dans l'Ain et le Rhône-Alpes, dont 192 dans l'Ain. Les premiers à y avoir adhéré, en 2016, font partie de la coopérative Bresse Val de Saône.

Grâce aux prix, par exemple, d'une briquette d'un litre de lait, les éleveurs peuvent vivre décemment. Cela représente une dépense de « 4 € de plus par personne pour moins de 10 consommateurs moyen », indi-



18

Le nombre de produits actuellement proposés : lait, beurre, crème, fromage blanc, yaourts, œufs, jus et purée de pommes, pommes de terre, concassé de pomme, farine, miel, chocolat et steak haché. Le lait, le beurre, les œufs et le miel sont aussi proposés en bio.

la marque : « On voit la différence. Les éleveurs sont dépendus. Ils se posent des questions, ils sont plus ouverts. »

Un premier lait 100 % français. Parmi ses objectifs, C'est qui

Martine et Martial Darbon avec Wilfried Pacaud. Ils sont fiers du chemin parcouru, huit ans après la création de la marque C'est qui le patron ?!. Photo Clara Zorzet

LES ACTUALITÉS DE NOTRE DÉMARCHE COLLECTIVE

LA VIE DES PRODUITS



LES PROJETS DE LA COOPÉRATIVE

Le Conseil d'administration de la coopérative a tenu six (6) réunions au cours de l'exercice écoulé. Pour rappel, la composition du Conseil d'administration a changé à la suite des renouvellements

de mandats et des élections qui ont eu lieu lors de l'Assemblée générale de la Société le 1er juin 2024 :

Composition du Conseil d'administration jusqu'au 1er juin 2024 : Nicolas Chabanne, Laurent Pasquier, Emmanuel Vasseneix, Olivier Dauvers, Murielle Fraisse, Théo Trichard, Elsa Satilmis, Clément Beaupère et Alessandra Kirsch.

Composition du Conseil d'administration à partir du 1er juin 2024 :

- Eric BRETON
- Nicolas CHABANNE
- Clément COUSSEMENT
- Olivier DAUVERS
- Grégory FAURE
- Isabelle GARNIER
- Olivier LEGRAND
- Eric LESCURIEUX
- Régis MAINGUY
- Christian MEILLER
- Régis NEUGNOT
- Wilfried PACCAUD
- Franck PAILLARET
- Laurent PASQUIER
- Violaine PIERRE
- Théo TRICHARD

L'année 2024 a été marquée par la réalisation d'un travail de fond relativ à la refonte de la gouvernance de notre coopérative, l'objectif étant que notre manière de fonctionner soit réellement à l'image de notre initiative et en incarne les valeurs : co-construction, transparence, représentativité, collectif...

Cette proposition, dont le détail est disponible en ligne sur l'Espace Sociétaire, a été entérinée lors de l'Assemblée générale de notre coopérative qui s'est tenue le 1er juin 2024.

La composition et le rôle du Conseil d'administration ont donc évolué pour appliquer ce que nos groupes de travail et l'assemblée générale ont validé en 2024.

En application des nouveaux principes de fonctionnement adoptés :

- 16 administrateurs ont été nommés, parmi lesquelles 6 administrateurs-consommateurs élus et 6 administrateurs-producteurs ;
- Les portraits et contacts de ces derniers ont été mis en ligne et des permanences gérées à tour de rôle par les administrateurs ont été organisées, afin que nous sociétaires connaissions mieux nos administrateurs ;
- Nous avons consacré une demi-journée à la formation des administrateurs fraîchement élus ;
- Nous avons commencé à rédiger une charte des valeurs du Conseil d'administration, travail qui se poursuit en 2025 ;
- Nous avons listé les différents sujets sur lesquels mettre en place des groupes de travail sur l'année 2025.

Tout au long de l'exercice écoulé, le Conseil d'administration a également poursuivi ses missions plus « classiques » : agrément des nouveaux sociétaires, réélection du Président du Conseil d'administration, validation des priorités sur l'année et par semestre, validation des comptes et du budget, organisation des réunions du Conseil, des permanences et des groupes de travail, etc.

Depuis le début de notre aventure collective, les destins des structures LSDC et C'est qui le Patron ?! sont nécessairement liés dans le développement de notre initiative.

L'une ne pouvant agir sans l'autre au quotidien, il apparaît logique que ces liens aient également une existence juridique : à savoir, permettre de combiner une protection supérieure des marques, tout en les liant de façon irréversible la SAS à la coopérative.

Pour ce faire, octroyer une action de préférence au bénéfice de la coopérative est apparue l'option la plus adaptée. Cette opération et sa mise en place ont été validées par le Conseil d'administration de la coopérative en septembre 2023.

Après un long travail de préparation de l'opération, l'action de préférence a pu être mise en place au début 2025.

Concrètement, cette action de préférence qui permet à elle seule à la coopérative, de disposer d'un droit de veto sur la cession des marques CQLP utilisées pour les produits ; la cession de +50% des actions de CQLP ; l'augmentation de capital qui amènerait un nouvel actionnaire majoritaire de CQLP.

C'est donc la mise en application juridique de ce que nous faisons collectivement depuis 9 ans !

LE MANIFESTE

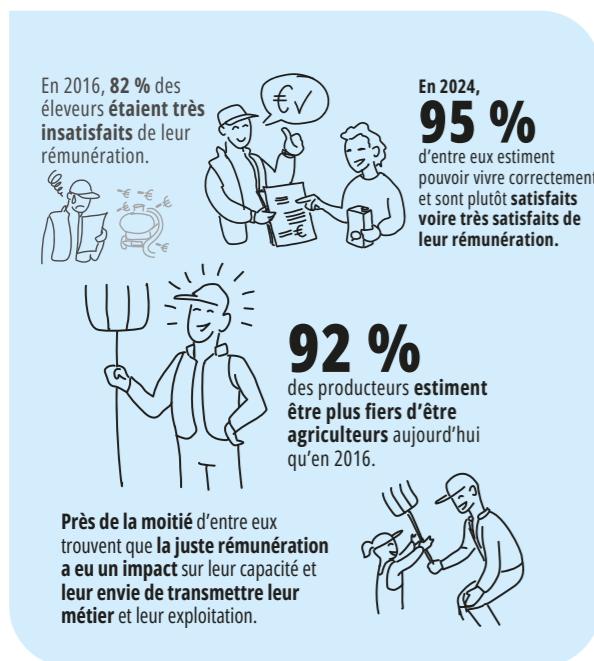
Sorti le 15 octobre à l'occasion des 8 ans de la démarche collective, ce manifeste est publié par nous les consommateurs en soutien aux producteurs (avec l'aide bienveillante des Editions Michel Lafon).

👉 Il montre à quel point les producteurs qui nous nourrissent ont besoin d'aide. Il apporte la preuve concrète que notre mobilisation peut durablement changer la vie des producteurs et productrices qui travaillent dur chaque jour pour remplir nos assiettes et celles de nos enfants.

Plusieurs choses sont dites dans ce manifeste :

- Nous allons manquer de nourriture à nos portes si nous n'agissons pas rapidement en protégeant les producteurs qui travaillent dur pour nous nourrir tous les jours.
- Il y a des solutions faciles à mettre en œuvre à grande échelle si nous décidons d'agir collectivement.
- En tant que consommateurs nous sommes les vrais patrons via nos actes d'achat : si nous demandons massivement aux acteurs des changements durables pour protéger ceux qui nous nourrissent, tout le monde suivra.
- Nous dévoilons les résultats de l'étude qui montre à quel point la vie des producteurs est impactée positivement quand notre consommation devient solidaire et durable.

Nous pouvons l'acheter et le distribuer autour de nous, il est disponible en physique et E-book dans la plupart des librairies 😊



LA SOLIDARITÉ

En 2024, nous avons poursuivi notre action en soutien aux producteurs en difficulté par le biais des aides versées aux agriculteurs accompagnés par l'association Solidarité Paysans pour leur permettre de subvenir à leurs besoins personnels essentiels.

Entre janvier et décembre 2024, 66 agriculteurs en grande difficulté ont reçu cette aide allant jusqu'à 1 500 €, soit une enveloppe totale de 98 300 € pour les soutenir au mieux dans un moment délicat de leur vie personnelle.

Depuis 2021, 323 300 € ont été reversés aux agriculteurs en détresse financière. Les agriculteurs viennent de toute la France métropolitaine dans des types d'agricultures variées (viticulture, maraîchage, élevage...)

Cette aide se poursuit sur l'année 2025 !

L'emprunt à taux zéro sur le plan professionnel

Depuis avril 2023, le partenariat avec Solidarité Paysans s'agrandit. Afin d'accompagner des producteurs sur leur activité, un dispositif d'emprunt de la « deuxième chance » s'est mis en place.

Il vise à accompagner les producteurs accompagnés par Solidarité Paysans en leur permettant d'accéder à un financement professionnel via des emprunts auprès de C'est qui le Patron ?! Et LMDM à 0% d'intérêt.

Ce dispositif permet aux porteurs de projets d'accéder à un emprunt s'élevant jusqu'à 10 000 €, remboursable sur une période allant jusqu'à 7 ans.

Il a permis en 2024 d'accompagner 11 producteurs, pour un montant total prêté de 108 400€, pour permettre l'étalement de leur dette, financer des besoins en trésorerie, des installations ou encore l'agrandissement de leur cheptel, etc...

Rencontre des producteurs bénéficiaires

En octobre 2024, deux membres de l'équipe accompagnés par deux sociétaires de la démarche, sont allés à la rencontre de l'association Solidarité Paysans Lorraine et Haute Marne pour découvrir sur le terrain l'association et rencontrer deux producteurs bénéficiaires de l'aide d'urgence et de l'emprunt à 0%.



Fonds de Sauvegarde des Abeilles (FSAb)

Le FSAb vise à soutenir des projets portés par des agriculteurs pour améliorer la santé des abeilles, diminuer leur mortalité et ainsi préserver notre écosystème. Plus spécifiquement, pour chaque action terrain réalisée par les sociétaires de la coopérative ainsi que pour chaque visio organisée, 150 € sont reversés au FSAb :

- dons en 2023 pour les actions de 2022 : 12 900 €
- dons en 2024 pour les actions de 2023 : 19 800 €
- dons en 2025 pour les actions de 2024 : 32 325 €

Il permet de financer :

- des projets de moyenne durée, de 2 à 3 ans, avec une enveloppe maximum de 500€ (ex : intercultures avec un

mélange d'espèces pollinifères, des mélanges apicole/mellifère pour des prairies...)

- Des projets plus longue durée, de 3 ans ou plus, avec une enveloppe maximum de 1000 € (ex : plantations de mélanges mellifères sur des surfaces agricoles pour des prairies mellifères long terme, plantations de haies mellifères ou arbres mellifères)

Ce fonds a été créé au lancement du miel C'est qui le Patron ?! par notre coopérative, ADA France et Culture Miel. Depuis son lancement, ce sont 116 projets qui ont pu voir le jour et sur l'édition 2023-2024, 37 projets ont pu être financés.

L'édition 2023-2024 s'est déroulée en deux appels à projets, automne et hiver. Ce format a permis aux agriculteurs de postuler selon leurs contraintes saisonnières. C'est ce même format qui est appliqué pour l'édition 2024-2025.



Secours Populaire

L'association UNADERE, centrale d'achats de référencement du monde associatif commande pour le compte du Secours Populaire 92 des produits C'est qui le Patron ?!. Cette dernière reverse l'intégralité de sa redevance pour soutenir l'association. C'est ainsi que 14 701 € ont été reversés en 2024 pour permettre au Secours Populaire 92 d'acheter plus facilement des produits C'est qui le Patron ?! : du lait demi-écrémé, du lait demi-écrémé bio, du chocolat au lait, des purées de pommes, du miel et des yaourts.

Ce sont 106 616 produits qui ont ainsi pu bénéficier au Secours Populaire en 2024.

L'ÉQUITABILITÉ EN 7 PRINCIPES

Dans la continuité du travail entrepris en 2023, nous souhaiterions garantir que les produits CQLP s'ancrent dans une démarche de commerce équitable.

Au-delà de la cohérence avec notre démarche - juste rémunération, engagement pluriannuel, traçabilité, transparence - et de la volonté de participer à cette façon de voir l'économie, cela pourrait nous aider dans le référencement des produits, notamment en Restauration Hors Foyer (exigences de la loi Egalim : au moins 50% des produits achetés dans la restauration collective doivent être de qualité et durables, dont 20% de bio).

Aux termes de la loi française, telle qu'elle nous est connue à l'heure actuelle, la définition du commerce équitable repose sur 7 critères.

Ces travaux consistent à vérifier et certifier que chaque produit respecte les 7 critères de l'équitabilité.

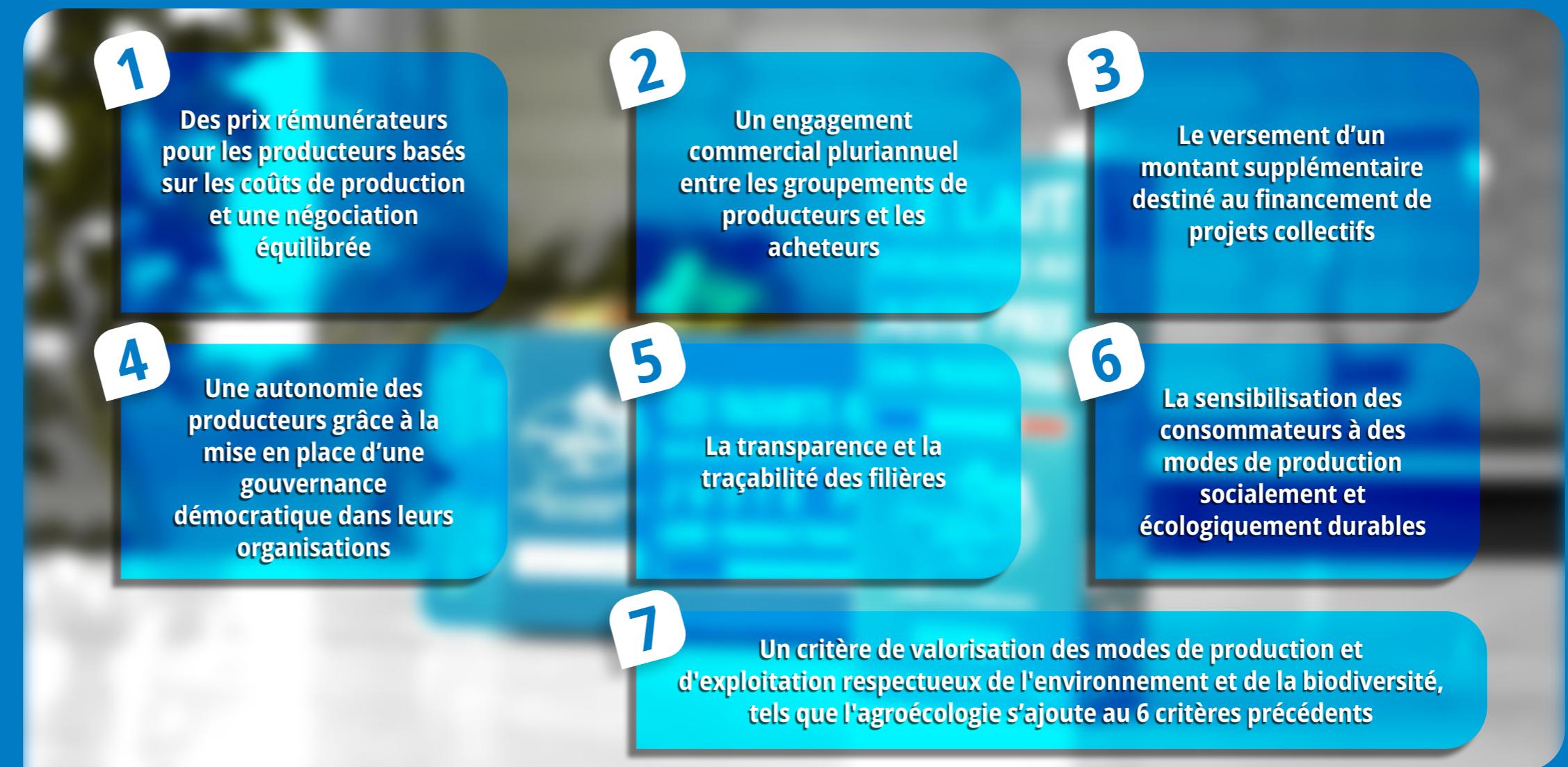
Tout produit "équitable" doit avoir recours à un label ou à un système de garantie équitable.

Afin de vérifier et de certifier que nos produits respectent ces sept piliers, nous avons travaillé sur une grille de contrôle de l'équitabilité de nos produits, en collaboration avec Bureau Veritas, organisme certificateur externe.

Cette grille sera applicable à compter du second semestre 2025 et déployée sur des produits identifiés comme prioritaires à savoir : les œufs, la farine et les yaourts. Le lait a déjà obtenu une certification équitable par ailleurs.

Les contrôles seront déployés progressivement et réalisés en même temps que les contrôles filière "classiques".

Nous ne souhaitons pas nous adosser à un label de commerce équitable, lequel serait payé par le consommateur, car nous considérons que nous sommes notre propre système de garantie, raison pour laquelle nous souhaitons faire contrôler le respect du cadre applicable en la matière par un organisme tiers, dans l'attente de la mise en place de la Plateforme RSE.



Sur les produits qui ne respectent pas, à date, les sept piliers de l'équitabilité, nous travaillons avec nos partenaires fabricants et les producteurs pour assurer :

- Le regroupement des producteurs au sein d'une structure à gouvernance démocratique (par exemple, une organisation de producteurs, une coopérative, une association) => jus de pomme, pomme de terre
- Le fléchage des "centimes équitables" destinés au financement de projets collectifs afin de renforcer leurs capacités et autonomie (financement de formations, de matériel commun, etc.) => beurre bio, beurre de baratte

« C'est qui le Patron ?! » passe en mode « Fondation actionnaire » pour mieux protéger les producteurs.

C'est un modèle juridique rare qui rend inaliénable les valeurs de l'initiative et protège le sort des producteurs (concrètement Nicolas Chabanne cède gratuitement et sans contrepartie la totalité de ses actions à la fondation). Cette structure aura un objet d'intérêt général inaliénable.

Cela représente des millions d'euros apportés au bien collectif. Cela pérennise le projet d'intérêt collectif en garantissant son indépendance et en mobilisant ses bénéfices pour une juste cause.

La fondation actionnaire permet d'assurer un avenir stable et désintéressé sur le long terme (les structures ne pourront plus jamais être cédées à des tiers qui auraient des intentions éventuellement moins louables que celles initialement adoptées). Le but est donc de protéger durablement les inté-

rêts des producteurs qui bénéficieront, sans changement possible, du soutien de notre initiative collective de consommateurs.

Aujourd'hui tous les entrepreneurs peuvent choisir ce chemin et garantir un partage différent de la valeur. C'est un choix qui peut être peu usuel pour certains, mais il est essentiel pour maximiser les impacts positifs de notre consommation. Pour développer ce modèle différent et permettre à d'autres entreprises de s'en inspirer, Nicolas Chabanne a ainsi lancé les « Entreprises du partage » pour démocratiser ce choix de solidarité et de pouvoir multiplier la simplicité et la transparence du fonctionnement de « C'est qui le Patron ?! ».

L'objectif est d'offrir concrètement à nous tous consommateurs la possibilité mécanique de systématiser, via l'achat des produits ou services de cette nouvelle famille d'entreprises, des impacts positifs et durables sur le monde qui nous entoure (socialement, environnementalement, économiquement etc.).

RÉSULTATS DES COMPTES

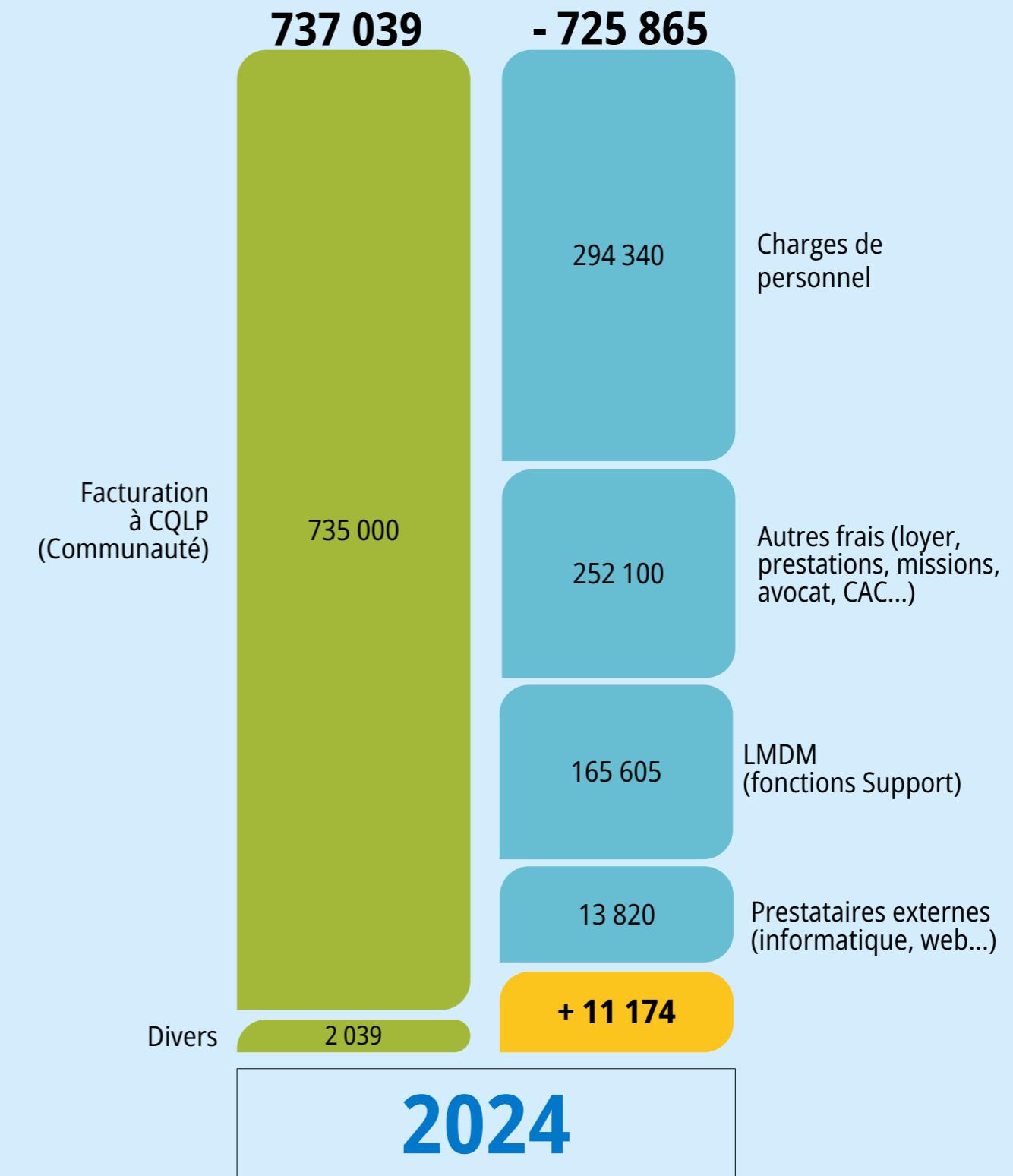
À la clôture de l'exercice social, le chiffre d'affaires de la société a enregistré une hausse de 4,5%, passant de 705 129 € à 736 992 € au 31 décembre 2024. Cette hausse du chiffre d'affaires découle de l'évolution des coûts opérationnels, entraînant une révision à la hausse du montant de la prestation de service facturée à la société C'EST QUI LE PATRON ?!.

Concomitamment, le résultat net comptable de la société a fortement diminué, passant de 95 776 € en 2023 à 23 174 € en 2024, et s'explique par la hausse des charges de personnel ainsi que de la hausse des frais de gestion (fonctions support) facturés par LMDM.

En 2024, nous sommes passé à 4 CDI et 1 stage -> 1 responsable communauté, 2 personnes sur la communauté des producteurs, 2 personnes (dont le stagiaire) sur la communauté des sociétaires. En effet, nous avons décidé de renforcer l'animation des communautés en 2024 pour permettre à la démarche de poursuivre son développement localement et de créer des liens entre les producteurs et les consommateurs.

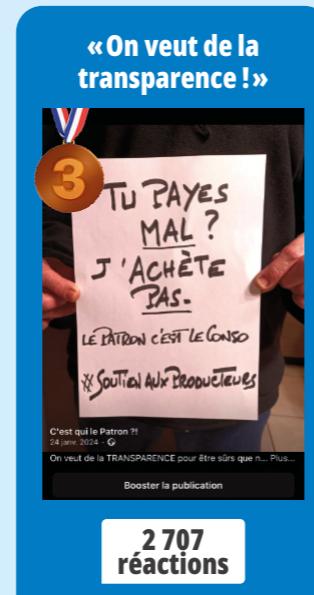
Compte de résultat (en euros)

- Recettes (*Produits*)
- Dépenses (*Charges*)
- Résultat Comptable Avant Impôts (*RCAI*)





Les TOP posts :



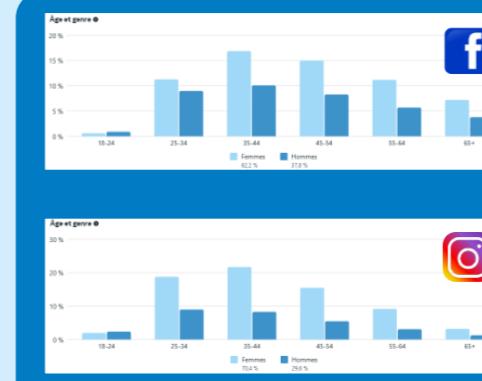
66 484 abonnés
57 938 abonnés
19 098 abonnés

143 520 abonnés au total !

NOTRE AVENTURE COLLECTIVE EN LIGNE : ENSEMBLE MÊME À DISTANCE !

Le collectif et le partage étant le cœur de notre initiative solidaire, les réseaux sociaux ont une importance toute particulière pour notre aventure. Un "j'aime", un commentaire, un partage : tous ces petits gestes aident l'initiative à se faire connaître au quotidien et à garder du lien entre nous tous.

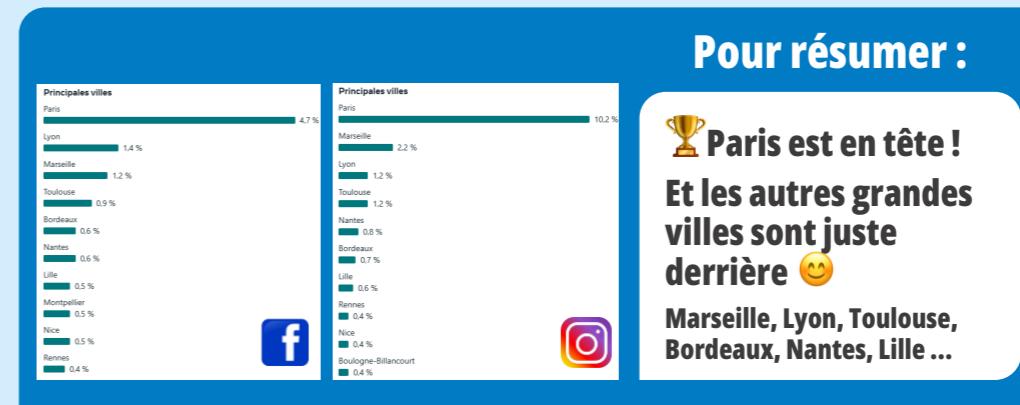
👉 Qui nous suit ?



Pour résumer :

Majoritairement des femmes ! (environ 66%)
De tous les âges ! (entre 25 et 54 ans)

👉 Et d'où ?



Pour résumer :

Paris est en tête !
Et les autres grandes villes sont juste derrière 😊
Marseille, Lyon, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Lille ...

TÉMOIGNAGES DES SOCIÉTAIRES

Le témoignage de Christian, sociétaire, lors d'un apéro sociétaire

“J'ai participé à une tournée des magasins Franprix avec Alexis (équipe CQLP). Cette tournée m'avait donné une idée : si plus de sociétaires organisaient eux-mêmes des animations comme ça, en autonomie, ce serait super parce qu'on serait un véritable mouvement de foule à Paris et dans toute la France aussi ! Chacun devient un référent, non pas local, mais référent de son magasin. Ça peut avoir un vrai impact.”

👉 En 2024, de premières animations 100% organisées par les sociétaires ont eu lieu ! 🎉 Et ça continue en 2025 ! Bravo à tous.

Le témoignage de Catherine, sociétaire, lors d'une visite de ferme avec Intermarché

“Moi, je vais là où les magasins ont le plus de produits CQLP, parce qu'il est important pour moi, en tant que consommateur, d'apporter ma pierre à l'édifice et de contribuer.

Et quelques centimes contribuent à changer la vie de famille entière. Et ça, c'est vraiment hyper important de réfléchir dans son acte d'achat. Parce que nous sommes responsables aussi, il faut avoir en tête que lorsqu'on boit du lait, qu'on mange un yaourt, quand on prend de la farine, quand on achète des œufs, et bien il y a des familles qui s'en sortent grâce aux consommateurs.”

👉 Ces mots sont un écho direct à tout ce qui fait notre aventure 🤝. Cette mobilisation des consommateurs que nous sommes a un rôle déterminant dans le soutien aux producteurs, merci à tous de montrer que c'est possible depuis 8 ans maintenant !



EN 2025

En 2024, nous avons identifié les produits dits «locomotives» qui font rayonner l'ensemble de nos produits.

Grâce à eux, nous soutenons les producteurs, valorisons des produits choisis par et pour nous consommateurs, et assurons un équilibre économique durable. En 2025, il est temps d'aller plus loin en solifiant ces produits : renforcer nos partenariats, affiner nos processus, garantir plus d'équité et améliorer la coordination interne.

Dans cette dynamique, nous faisons de la réussite du lancement des fruits et légumes une priorité. Après la crème, c'est une nouvelle filière en difficulté que nous accompagnons. L'objectif est de structurer et pérenniser cette filière pour apporter un réel soutien aux producteurs.

Par ailleurs, la RHF (Restauration Hors Foyer) représente un potentiel important. Après une année d'exploration, nous devons franchir un cap : clarifier notre ambition et définir un positionnement fort. Cela va nous permettre de devenir aussi une marque RHF.

Enfin, nous devons affirmer notre position en tant que marque du consommateur. Il est essentiel de faire comprendre que l'écoute des consommateurs est une force collective qui redéfinit les règles du jeu. Nous voulons instaurer un référentiel inédit où le bon sens collectif guide nos choix pour une société plus juste et plus solidaire. Aux côtés des marques nationales et des marques distributeurs, nous devons imposer la marque du consommateur comme un acteur incontournable et amplifier son rayonnement.

2025 sera une année clé pour structurer, affirmer et accélérer notre impact ! On appuie sur le champignon !



**Merci
à tous :)**

LA SOCIÉTÉ DES CONSOMMATEURS

44 rue de Turbigo, 75003 Paris 3^{ème}