

Magasins de Producteurs



Accessibles et Solidaires

Recueil d'initiatives inspirantes pour une « Alimentation accessible et solidaire »

Janvier 2022

Trame - La Bardane

Projet piloté par :



Partenaires techniques :



En collaboration avec :



Financé par



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASADAR





Ce recueil d'initiatives est le fruit d'un travail bibliographique dans le cadre du projet MAPPI.

Lauréat d'un appel à projet France relance en 2021, et de sa mesure « Alimentation locale et solidaire » lancé par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, Trame, l'AFIPAR et le Pôle Circuits courts Terre d'envies – CEGAR ont développé le projet MAPPI : vers des Magasins de producteurs accessibles aux publics précaires et isolés.

Dès avril 2021 a débuté ce projet expérimental. D'une durée de huit mois, l'objectif de l'étude-action était d'essaimer et de démultiplier des initiatives locales de magasins de producteurs qui innovent dans leurs pratiques pour rendre l'offre alimentaire locale accessible à des publics précaires (notamment des étudiants) et isolés des points de vente (financièrement, géographiquement, culturellement et socialement).

Neuf magasins de producteurs en Hauts-de-France, Nouvelle-Aquitaine, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Grand-Est et Auvergne-Rhône-Alpes ont participé à cette expérimentation. Un accompagnement personnalisé a été proposé en fonction de l'environnement du point de vente et des besoins exprimés par chaque collectif de producteurs. Selon le magasin, il s'est fait selon différents axes d'étude : en travaillant soit sur la perception des prix, soit sur la pertinence des outils numériques dans l'accessibilité des publics éloignés.

Le projet s'adressait d'une part, aux agriculteurs associés des magasins de producteurs, et d'autre part, au public cible identifié comme non-consommateurs de ces magasins, c'est-à-dire aux étudiants, aux jeunes, aux familles monoparentales, aux personnes âgées, aux personnes actives éloignées géographiquement ou désintéressées sociologiquement et aux travailleurs pauvres qui ne consomment pas dans ces magasins. Pour faciliter la mise en relation des producteurs avec les non-consommateurs, l'équipe projet s'est intéressée aux structures sociales et étudiantes locales proches des magasins de producteurs qui connaissent leurs adhérents et qui sont plus à même de réaliser de la pédagogie autour des pratiques alimentaires.

Pour plus d'informations sur le projet MAPPI, n'hésitez pas à contacter :

- Trame - trame@trame.org
- l'AFIPAR - afipar@wanadoo.fr
- le Pôle Circuits courts Terre d'envies – CEGAR - terredenvies@cegar.fr





Sommaire

AlterConso	p. 4
ANDES	p. 5
BelleBouffe	p. 6
EPISOL	p. 7
Kelbongoo !	p. 8
La Bio pour tous	p. 9
La Fourmilière	p. 10
Le Cabas des champs	p. 11
Le Cabas solidaire	p. 12
Les SSUpers paniers pour les étudiants	p. 13
P.A.N.I.E.R.S	p. 14
Paniers Solidaires	p. 15
VRAC	p. 16



AlterConso

Périmètre : Grand Lyon

Public cible : personnes en situation de précarité et étudiants

 alter-conso.org

 @AlterConso

 @alterconso

Contact : contact@alter-conso.org

Les missions assurées

- Distribution de paniers bio et locaux.
- Valorisation de l'agriculture paysanne, création de lien entre ville et campagne.
- Aide à l'installation des producteurs, soutien logistique et financier (avance de trésorerie pour les producteurs en difficulté sur des années difficiles par exemple).
- Mise d'un place d'un réseau d'entraide pour les producteurs, également pour les consommateurs (ex : impossibilité de récupérer son panier).
- Promotion l'auto gestion et d'un système coopératif où tous les acteurs (producteurs, consommateurs et salariés) participent pleinement à la gestion et au développement de la coopérative.

Objectifs de l'initiative

- Vocation initiale d'AlterConso : Penser l'alimentation locale comme un bien public. Toucher les publics précaires et isolés, et volonté de s'implanter dans des quartiers (ex : Vaulx-en-Velin, Vénissieux, Rillieux-la-pape). AlterConso s'est bien implanté dans ces quartiers, mais avec le temps les coopérateurs réalisent qu'ils ne touchent pas le public cible.

Moyens mis en œuvre

- Tarif réduit sur les frais de fonctionnement :
 - ↳ Aucun frais pour les personnes au RSA, minimum vieillesse et adultes handicapés
 - ↳ 10% pour les personnes non imposables, chômeurs ayant une indemnité journalière inférieure à 30€, étudiants de moins de 26 ans.
 - ↳ 20% pour les autres.

Chiffres clés

- 850 paniers distribués par semaine.
- 1 million d'euros de CA en 2020 (bénéfices en 2020 : 40 000€).
- 3% des adhérents sont des étudiants.
- 61% des adhérents sont à un taux de frais de fonctionnement de 20% (max).
- 35% des adhérents sont à un taux de frais de fonctionnement de 10% :
 - ↳ 17% de non imposables.
 - ↳ 2% de chômeurs.
 - ↳ 3,19% des adhérents ne paient pas des frais de fonctionnement.

Difficultés rencontrées

- AlterConso a fait le choix de stabiliser son système économique pour être totalement indépendant et ne dépendre d'aucune subvention extérieure. Sa vocation de rendre accessible à tous des produits locaux et de qualité est toujours d'actualité mais se confronte à une réalité économique et sociale.
- Les habitudes sociales et culturelles sont des freins.
- Le paiement en avance par chèque est un frein.

Clés de réussite

- Présence physique du producteur.
- Maximum de diversité dans les paniers.
- Fidélité des producteurs et des consommateurs.
- Débouché sûr, stable, régulier pour les producteurs.

Perspectives

- Amélioration de toutes les commissions (producteurs, salariés, consommateurs).
- Communication du système à plus grande échelle.
- Mutualisation des moyens avec d'autres structures de paniers et d'autres structures de l'ESS.
- Travail sur la croissance de la coopérative ainsi que sur les enjeux environnementaux et écologiques.

Agir
avec
sens

ANDES

Périmètre : France

Public cible : personnes en situation de précarité dont étudiants

Partenaire : association Fermes d'Avenir

 andes-france.com |  @andeslesepicieriesolidaires

 @andes les épiceries solidaires |  @AssoANDES

Contact : contact@andes-france.com

Contexte

ANDES, membre du groupe SOS, fédère et anime un réseau de 450 épiceries solidaires.

Les missions assurées

- Conseil et accompagnement des porteurs de projet dans toutes les phases de création d'une épicerie solidaire.
- Appui financier aux porteurs de projet en leur versant une contribution aux investissements nécessaires à l'ouverture de l'épicerie.
- Services aux adhérents : habilitation aide alimentation, formations thématiques, solutions d'approvisionnement et de financements, partenariats.

Objectifs de l'initiative

- Accompagnement gratuit des épiceries solidaires en création afin de renforcer leur approvisionnement local et durable, en développant notamment les achats en circuits courts et les relations directes avec des producteurs du réseau Fermes d'avenir ou de réseaux locaux.
- Rendre accessible aux publics fragilisés une offre complète, diversifiée et de qualité, composée de produits sains et durables au sein des épiceries.

- Sensibiliser à une alimentation de qualité tout en donnant les moyens aux familles de s'approprier durablement de nouvelles pratiques de consommation.
- Développer avec les producteurs des activités pédagogiques liées à l'alimentation durable et locale (visites de fermes, dégustations, glanage solidaire, etc.).

Moyens mis en œuvre

- Identification des besoins en approvisionnement alimentaire local des épiceries solidaires.
- Identification des producteurs appliquant des pratiques durables au plus proche de chaque épicerie grâce aux réseaux agricoles (chambre, civam, bio, collectivités, etc.).
- Échange avec ces agriculteurs pour valider leur intérêt et la faisabilité de la collaboration (contraintes logistiques, tarifs, volumes, etc.).
- Mise en relation entre les producteurs et les épiceries pour envisager un partenariat.

Chiffres clés

- 45 diagnostics approvisionnement ont été menés auprès de ces épiceries solidaires
- 90 producteurs dont 65 sont intéressés par une mise en relation avec une épicerie solidaire.

- 40 épiceries créées depuis 2020, et 130 à venir d'ici fin 2022.
- Chaque année plus de 200 000 personnes à faibles revenus en France accompagnés dans le réseau des épiceries.

Clés de réussite

- S'adapter aux besoins des bénéficiaires et les sensibiliser en amont.
- Accorder les attentes de l'épicerie avec les ressources financières disponibles : bien définir les ressources disponibles, trouver des moyens de réduire les coûts tout en rémunérant les producteurs (engagement à long terme, groupement d'achats pour atteindre des quantités conséquentes, produits déclassés, surplus de production, achats en vrac, etc).
- Pouvoir consacrer du temps à l'approvisionnement local.

Perspectives

- Souhait de pérenniser et développer l'approvisionnement local et durable des épiceries solidaires, notamment pour les épiceries du réseau déjà existantes.



BelleBouffe

Périmètre : Grand Lyon

Public cible : personnes en situation de précarité, isolés géographiquement, socialement ou culturellement, étudiants

Partenaires : missions locales, Habitat et Humanisme, centres sociaux, Métropole de Lyon, ville de Lyon, ville de Vénissieux

 bellebouffe.com

Contact : marie-amandine.vermillon@bellebouffe.com

Contexte

Association lyonnaise créée en 2019

Les missions assurées

- Favoriser l'accès à une alimentation de qualité, digne et durable pour tous et toutes.
- Construire avec les personnes concernées et engager la population locale (grand public, acteurs professionnels publics et privés) vers une alimentation plus juste et durable.
- Participer à l'animation de l'écosystème local en faveur d'une alimentation plus juste et durable.
- Produire et partager des connaissances pour viser un changement social.

Pour cela, BelleBouffe développe des actions d'éducation populaire et de recherche-action ; propose des modules d'accompagnement et de formation ; crée des démarches numériques en faveur d'un système alimentaire local durable et travaille sur la création d'un tiers-lieu de transitions alimentaires.

Objectifs de l'initiative

- Aller vers plus de justice alimentaire, promouvoir la transparence et l'autonomie alimentaire sur les territoires.

Moyens mis en œuvre

- Partenariats avec des structures sociales sur le territoire.

Chiffres clés (2020)

- ↳ 12 interventions en physique et numérique.
- ↳ 273 personnes touchées, plus 50 000 via la carte interactive mise en place durant le confinement sur les points de vente durable dans la métropole de Lyon.
- ↳ 119 adhérents.
- ↳ 102 BelleBox distribuées à Noël.

Quelques chiffres pour l'année 2021

- ↳ Plus de 60 interventions.
- ↳ 1 projet de vulgarisation de connaissances participatif.
- ↳ 101 BelleBox distribuées à Noël.

Difficultés rencontrées

- Créer du lien avec les structures sociales relais.
- Réussir le changement d'échelle, notamment en termes de logistique.
- Animer la communauté des adhérent·es.
- Rendre lisible le projet BelleBouffe.

Clés de réussite

- Être bien identifié par les acteurs du territoire, notamment les collectivités territoriales.
- Se former et s'appuyer sur des personnes ressources.
- Tester des activités sur son réseau avant de les déployer.
- Ne pas voir trop grand dès le début.
- Ne pas négliger le numérique.
- Ne pas négliger l'identité visuelle du projet.

Perspectives

- Projet de tiers-lieu dédié à la justice alimentaire sur la Métropole de Lyon (restaurant solidaire et d'insertion, espace de travail partagé dédié aux acteurs de l'alimentation durable et de la justice alimentaire, événementiel, travail sur l'approvisionnement, potager pédagogique, etc.).



EPISOL

Structure porteuse de l'initiative : EPISOL, membre du GESRA

Périmètre : agglomération de Grenoble

Public cible : tout public, tarification aidée pour les travailleurs à faible revenu et les étudiants

Partenaires : public et privé

 episol.fr | Contact : episol@episol.fr / benevolat@episol.fr

Contexte

Née en 2014 de la rencontre entre le Secours Catholique, le Diaconat Protestant et le CCAS de Grenoble, face à un même constat que les dispositifs de distribution alimentaire ne répondaient pas à de nouveaux besoins émergents notamment pour les travailleurs pauvres. La Remise rejoint l'initiative par la suite.

Les missions assurées

- Épicerie locale et solidaire.
- Permettre à tous d'accéder à des produits alimentaires de qualité avec un système de tarification différenciée selon les revenus de chacun.
- Soutenir l'économie locale par le développement des circuits courts.
- Favoriser la mixité sociale en intégrant les usagers au fonctionnement de l'épicerie.
- Participer à la lutte contre le chômage par l'activité économique et la création d'emplois.
- Lutter contre le gaspillage alimentaire par la collecte et la revalorisation d'inventus.

Objectifs de l'initiative

- Accès à des produits locaux de qualité accessibles.

- Tarif différencié via une carte avec un code barre remise lors du paiement de la cotisation fixée à 5€ par an (la carte renseigne la tarification à laquelle la personne à droit).
- Distribution de chèques solidaires auprès d'associations et collectivités qui travaillent en lien avec des personnes en grande précarité. Permet aux bénéficiaires d'effectuer leurs achats au magasin et sur la mobile.
- Mixité sociale et lien social. Implication.

Moyens mis en œuvre

- Subventions, notamment de la ville et la Métropole.
- Magasin viable économiquement. Petite marge sur les produits (également sur les inventus ce qui permet de générer un CA de 400€/j).
- Maisons des habitants : ateliers cuisine.

Chiffres clés

- Environ 30 producteurs locaux.
- 3 types de produits :
 - ↳ Bio, local.
 - ↳ Produits classiques : Bellefrance.
 - ↳ Récupération : grossistes (achat/récup) + inventus de supermarchés et du MIN de Grenoble.

- 800 adhérents.
- Entre 2,8 kg et 3,5 kg de fruits et légumes par panier.
- Magasin : 2 ETP en CDI + 6 emplois en insertion + 60-70 bénévoles.

Difficultés rencontrées

- Nécessité de subventionner le fonctionnement des paniers.
- Difficultés à toucher les associations étudiantes et d'autres personnes à cause du visuel magasin.

Clés de réussite

- Travail territorial, gros travail de réseaux, partenariats.
- Liens.
- Mixité des publics.

Perspectives

- Continuer à toucher une diversité de publics notamment les associations étudiantes. Consolider les dispositifs paniers et la mobile.



Kelbongoo !

Périmètre : Nord-Est de Paris et Seine-Saint-Denis

Public cible : classe moyenne inférieure

Partenaires : centres sociaux, Emmaüs

 kelbongoo.com/projet

Contact : contact@kelbongoo.com

Contexte

Entreprise née en 2013.

Les missions assurées

- Entreprise sociale.
- Paniers solidaires, travaille avec des petits et moyens producteurs.
- Commandes en ligne du mercredi au vendredi puis les producteurs livrent leurs produits en vrac dans des points dépôt.
- 4 points de dépôts de commandes.
- Collecte par camion puis centralisation des commandes sur Montreuil.
- Fixation des prix par les producteurs.

Objectifs de l'initiative

- Proposer des produits frais et locaux à des prix accessibles, dans les quartiers mixtes et populaires, tout en soutenant des petits producteurs locaux aux pratiques respectueuses de l'environnement et des animaux.

Moyens mis en œuvre

- Subventions de la ville de Paris + fonds ESS + fonds à impact.

- Locaux physiques des partenaires pour venir retirer leur commande.
- Partenariats avec des centres sociaux : un projet expérimenté pendant un an pour 10 familles qui financent 50 % du prix du panier. Le reste était financé par la ville de Paris. Projet stoppé par manque de temps et d'argent. Bon retour des familles mais sans poursuite d'achat chez Kelbongoo par manque de moyens.
- Dégustations de produits en boutiques.
- Vente de produits en vrac et proposition de recettes.

Chiffres clés (2020)

- Environ 40-50 personnes chez Kelbongoo.
- 1 entrepôt, 4 lieux de dépôt en Picardie pour les producteurs, 4 boutiques à Paris, 5 points retraits en Seine-Saint-Denis.
- 102 producteurs partenaires.
- 40% en bio et le reste produits durables.
- 50% des personnes viennent par du bouche à oreille.
- 25 000 consommateurs actuels avec environ 2 400 commandes / semaine.

Difficultés rencontrées

- Manque de rentabilité pour le moment.
- Difficultés à toucher leur public cible (CSP-). Leurs clients actuels sont surtout des CSP+/"normaux".

- Complexité de la commande pour les consommateurs (créneaux pas simples).
- E-commerce, le parcours client pas simple.
- Qualité des produits : peu de temps entre la réception et la mise en unité. Difficultés sur le contrôle qualité. Dégradation de la qualité entre le lundi et le mercredi.

Clés de réussite

- Avantages pour le producteur : planification maraîchère + juste rémunération.
- Transparence de Kelbongoo : le consommateur sait où va l'argent : 71 % du prix de vente revient au producteur et 29 % revient à Kelbongoo (pour payer les salariés, la logistique).
- Proximité, relation Kelbongoo-consommateur.
- Prix bas : à comparaison égale, 20% moins cher que d'autres points de vente.

Perspectives

- Changement de modèle : amélioration du service Kelbongoo pour répondre aux attentes des consommateurs.
- Ouverture de nouvelles boutiques.
- Amélioration du site marchand pour passer commande.
- Refonte de l'identité visuelle.
- Amélioration du contrôle qualité des produits.



La Bio pour tous

Structure porteuse de l'initiative: GAB 65

Périmètre : Pyrénées Orientales

Public cible : toute personne en situation de précarité

Partenaires : Secours populaire de Tarbes, magasins Biocoop de Tarbes et de Lourdes, le Département, l'agglomération et le GIP-Politique de la Ville

 legrandpic.biocoop.net/la-bio-pour-tous-661.html

Contact : fanny.dunan.gab65@gmail.com

Contexte

Création en 2015

Les missions assurées

- Projet « La Bio pour tous » : aides publiques + contribution des clients de Biocoop à travers l'achat de « produits militants » (collecte de dons grâce à la majoration de prix de produits ciblés) ou en transformant leurs remises de caisse en dons. Ce système permet d'offrir une réduction de 50% à des publics ciblés sur leur ticket de caisse.

Objectifs de l'initiative

- Tarifs solidaires selon des critères sociaux. Permettre au public cible d'accéder à des produits de qualité tout en garantissant l'anonymat et la dignité des personnes bénéficiaires.

Moyens mis en œuvre

- Système de péréquation tarifaire (à destination public cible).
- Ateliers autour de l'alimentation et cuisine + visites de fermes bio (tout public) : objectif : reposer les bases agricoles et alimentaires.

- Livraison de légumes bio et locaux par une association d'insertion à destination de l'aide alimentaire du secours populaire → redécouverte des légumes.
- Ateliers anti gaspi (transformation de légumes, surplus).

Chiffres clés

- 2 gérants de Biocoop partenaires pour un total de 4 magasins Biocoop.
- 30 familles bénéficiaires du système de péréquation tarifaire (pour la plupart déjà sensibilisées à l'agriculture biologique).

Difficultés rencontrées

- Incitation au don par un discours en caisse par les salariés → culpabilisant pour les consommateurs qui ne souhaitent pas donner + gêne des salariés. (Difficulté résolue grâce à la mise en place des « produits militants »).
- Appréhension de se rendre dans un magasin Biocoop par sa réputation d'être réservé à un certain type de clientèle + difficulté aussi de sortir les 30 €.
- Fortement dépendant de l'implication et de la motivation du magasin Biocoop car pas de retombées

directes → dépenses financières + temps de travail et humain.

- Faible implication des publics cibles : ils participent en tant que bénéficiaires mais aucune co-construction. Peu présents sur les ateliers.

Clés de réussite

- Avoir un nombre assez important d'adhérents prêts à donner de leur remise pour dégager du bénéfice, qui peut servir à réduire le coût d'achat pour le public ciblé.
- 30 familles bénéficiaires et intéressées par les ateliers.
- Forte implication des partenaires du projet.
- Financements publics.

Perspectives

- Pouvoir intégrer de plus en plus de bénéficiaires dans le projet.
- Essaimer le dispositif en Occitanie dans d'autres GAB.
- Inspirer d'autres structures.



La Fourmilière

Périmètre : Quartier Bellevue de Saint-Étienne

Public cible : Personnes « entre-deux » : ni grands précaires, ni aisés

 coop-lafourmiliere.fr

Contact : contact@coop-lafourmiliere.fr

Contexte

Ouverture officielle en 2019.

Les missions assurées

- Supermarché coopératif : distribution de produits mieux disant que les grandes surfaces et créateur de lien social.
- Coopérative de consommateurs : parts sociales de 80€, réduit à 20€ pour personne précaire, devenir bénévole pour accéder à l'achat des produits.
- Réflexions pour favoriser l'inclusion de tous les publics (personnes en situation de handicaps, différents modes de consommation, etc.).

Objectifs de l'initiative

- Officialisation d'une gamme accessible par les prix.
- Volet social avec ces 2 structures.

Moyens mis en œuvre

- Le Supermarché Coopératif de Saint-Étienne (SCStEt), érigé en association le 31 janvier 2017, n'a pas encore de nom mais dispose d'un local de 375m² pour ouvrir, tester et perfectionner les modalités de fonctionnement. Rédaction d'une charte. Aménagement

des lieux avec l'aide de l'Atelier et Chantier d'Insertion du Parc Montaud.

- Le magasin propose des gammes de produits secs (épicerie, hygiène, entretien), du vrac et du frais (épicerie fraîche, crèmerie, viande, fruits et légumes).
- Avril 2019 : Ouverture du magasin 19 rue Nicolas Chaize, dans le quartier Centre Deux - Bellevue - Préher.
- Janvier - Juin 2021 : accueil d'une personne du Service par le travail Hors les Murs 1/2j par semaine dans le cadre d'une mise à disposition.
- Été 2021 : permanences dans des associations du quartier, des centres sociaux.
- Septembre 2021 : lancement d'une gamme de produits moins chers entre inclusivité et qualité, d'une gamme de Surgelés et d'une gamme de pains.
- Décembre 2021 - Début 2022 : partenariat avec l'association Terrain d'Entente pour accueillir des personnes issues d'un quartier prioritaire de la ville au sein des crèches.
- Janvier - Juin 2022 : accueil d'une jeune de l'AFEV deux jours par semaine.

Clés de réussite

- Ne pas rester entre soi, s'ouvrir sur l'extérieur.
- Gouvernance partagée.
- Savoir répartir les missions en fonction de chacun.e.
- Permettre l'autonomie de chaque coopérateur (fourmi), et des différentes commissions, tout en s'assurant une coordination minimum entre elles.

Perspectives

- Toucher davantage d'habitants du quartier. Organiser des événements mixtes entre fourmis et non fourmis (ateliers, cuisine...).
- Développer des partenariats avec d'autres acteurs de la vie locale.
- Poursuivre les réflexions, les actions autour de la solidarité alimentaire.



Le Cabas des champs

Structure porteuse de l'initiative: Centre social Kérangoff

Périmètre : Ville de Brest

Public cible : toute personne sans conditions de revenu

Partenaires : CCAS, écoles, mairie, Maison de la bio 29, Biocoop, etc

 centres-sociaux-bretagne.fr/supers_projets/le-cabas-des-champs
letsfoodideas.com/fr/initiative/le-cabas-des-champs-groupe-dachats

Contact : comite.de.kerangoff@laposte.net

Contexte

Projet qui date de 2010, initié à la demande d'habitants du quartier de Kérangoff et soutenu par le centre social. Projet d'habitants qui s'étend à l'ensemble des quartiers prioritaires de la ville de Brest.

Les missions assurées

- Production de services, d'accompagnements et/ou d'appuis (garderie, ateliers cuisine, projet habitant, etc).
- Mise en place d'un système de paniers solidaires pendant la crise Covid grâce à une subvention de la CAF et de la ville.
- Ateliers cuisine.

Objectifs de l'initiative

- Groupement d'achats alimentaires, solidaire et participatif : commandes en gros volumes et revente des produits à prix coûtant afin de diminuer au maximum le prix d'achat.
- Tisser des liens : mise en relation des consommateurs et des producteurs de la région de Brest.
- Offrir une alimentation locale de qualité à destination de tous sans distinction sociale : même accueil, même offre, même prix.

Moyens mis en œuvre

- Vente réalisée une fois par mois, commande sans engagement.
- Proposition de produits bio et non bio.
- Livraison des produits directement par les producteurs.
- Défis familles à l'alimentation positive organisé par la Maison de la bio 29.
- Travail avec une Biocoop pour les produits secs. Ils constituent un stock au centre social (pâtes, riz etc). Tarification préférentielle : réduction de 12% sur l'achat des produits et mise à disposition de sachets en papier.
- Réunion intercabas 1 à 2 fois par an avec l'ensemble des structures, pour échanger sur l'organisation, les bons plans, etc.

Chiffres clés (2020)

- 5 centres sociaux : 102 adhérents.
- Le Cabas des champs du centre social de Kérangoff fonctionne grâce à 6-8 adhérents + 1 salarié du centre.
- Vente de 20-30 paniers/mois.
- Au départ du projet 3 producteurs, aujourd'hui 10
- 1 Cabas des champs par quartier. Les producteurs sont différents par quartier.

Difficultés rencontrées

- Projet participatif et solidaire. Il faut toujours sensibiliser et inciter les habitants à s'impliquer dans ce projet (prise de commandes, encaissement, préparation des cabas).
- Certains produits restent relativement chers.
- Le centre est le seul financeur du projet. Les dépenses doivent s'équilibrer avec les entrées.

Clés de réussite

- Lien avec les producteurs + lien avec les personnes.
- Côté humain important.
- Équipe motivée de bénévoles et de salariés, présente et active.

Perspectives

- Continuer à créer des partenariats avec de nouveaux producteurs pour enrichir l'offre de produits.
- Souhait de mettre en place un temps de marché et d'échange dans un centre pour favoriser le lien producteur/consommateur.
- Création de l'association Vrac 29 pour compléter l'offre et pour développer de nouveaux lieux de circuits courts sur le Finistère.



Le Cabas solidaire

Structure porteuse de l'initiative : Soli'Niort

Périmètre : Agglomération de Niort (40 communes, dont rurales).

Public cible : précaire, isolé géographiquement, socialement et culturellement

Partenaires : DDCSPP 79, Région Nouvelle-Aquitaine, Département des Deux-Sèvres, Communauté d'agglomération de Niort, Ville de Niort, CAF, CPAM, Secours Catholique, MAIF. Fondations : AG2R La Mondiale, Carasso, Cognacq-Jay, MACIF et UGESS

 www.soliniort.fr | Contact : soliniort@gmail.com

Contexte

Ouverture en septembre 2020.

Les missions assurées

Ouverture d'une épicerie solidaire, Le Cabas Solidaire ouverte à tous, où chacun peut payer selon ses moyens : les consommateurs solidaires paient le prix affiché des produits, comme dans un commerce classique. La marge dégagée de ces achats permet de financer des réductions de -40% à -60% pour des personnes en difficultés.

Approvisionnement majoritairement en circuits-courts. Fonctionnement en gouvernance participative.

Développement d'une programmation d'ateliers et d'événements afin de favoriser l'inclusion et la mixité sociale. 4 thématiques :

- Alimentation - santé.
- Estime de soi.
- Culture.
- Développement durable.

Objectifs de l'initiative

- Permettre un accès digne et durable à une alimentation de qualité pour tous.
- Inclusion.
- Non-stigmatisation.
- Solidarité.
- Réinterroger l'aide alimentaire pour redonner de la dignité aux personnes qui ont peu de moyens.
- Respecter le choix à l'alimentation de chacun.

Moyens mis en œuvre

- Proposer un accueil convivial à tous les clients.
- Proposer des ateliers et des événements.
- Permettre à tous de s'investir dans le projet associatif.
- Communiquer largement sur le territoire.

Chiffres clés (2021)

- 65 bénévoles.
- 2 salariés.
- Mardi au vendredi 10h -19h et samedi 10h - 13h.
- 164 000€ de réductions en 2021.
- 681 clients solidaires.
- 439 foyers bénéficiaires.

Difficultés rencontrées

- Difficulté financière liée à la crise sanitaire.
- Recherche de financement.

Clés de réussite

- Partage des valeurs fortes entre administrateurs et bénévoles.
- Professionnalisme (prendre du recul sur le projet, reconnaître ses difficultés).
- Réussir à créer une énergie bénévole.
- Être transparent dans les communications et avec les partenaires.

Perspectives

- Point de vente mobile afin de pouvoir aller dans les quartiers prioritaires et les différentes communes de l'agglomération.
- Développer la programmation d'ateliers et d'événements.
- Proposer des paniers de légumes dans les quartiers prioritaires de la ville.
- Travail sur le gaspillage alimentaire.



LES SSUPER PANIERS Étudiants

Les SSUpers paniers pour les étudiants

Structures porteuses de l'initiative: Service Santé Université (SSU) et Association LieU'topie

Périmètre: Clermont-Ferrand | Public cible: Étudiant.e.s de Clermont-Ferrand

Partenaires: Étudiant relais santé, UNEF, les Marchés de Max et Lucie

lieutopie-clermont.org/les-paniers
sante.uca.fr/prevention-collective/alimentation/les-ssupers-paniers

Contact : contact@lieutopie.org

Contexte

Existe depuis 2014.

Les missions assurées

- ERS (étudiants relais santé) formés par les professionnels du SSU (Service Santé Université) : participent à la promotion de la santé auprès de leurs pairs (comportements à risque, alimentation, sport...). Créent du lien entre les professionnels de santé et les étudiants de l'UCA (Université Clermont Auvergne).
- Missions SSU : soins, soutien psychologique, service social, étude et handicap, etc.
- LieU'topie : café associatif et épicerie solidaire étudiante (produits bio et locaux à prix coûtants), activités de sensibilisation et d'échanges.

Objectifs de l'initiative

- Distribuer des paniers de produits locaux (fruits et légumes de saison, < 50km, issus d'une agriculture raisonnée) adaptés aux étudiant.e.s, accessibles sans engagement et mis en vente sur des sites fréquentés par les étudiants de Clermont-Ferrand, à des tarifs abordables.

- Le SSU (Service Santé Université) subventionne chaque panier à hauteur de 2€ et propose des ateliers cuisines gratuits pour apprendre à préparer les paniers, des recettes.

Moyens mis en œuvre

- LieU'topie et le SSU communiquent chacun de leur côté. Le SSU entre en contact directement avec les étudiant.e.s par le biais de l'Université.
- LieU'topie communique via les réseaux sociaux, des affiches au public qui suit l'association donc majoritairement des étudiants.
- Les Marchés de Max et Lucie (qui font les paniers) sont aussi relais des informations.

Chiffres clés (2020)

- 120 paniers par semaine hors confinement et 60 paniers pendant la période du confinement.
- 2400 paniers de légumes locaux ont été distribués via le système de SSUpers Paniers en 2020.
- 500 étudiant.e.s.

Difficultés rencontrées

- Logistiques les premières années lors de la distribution : perte de paniers, les échanges monétaires se faisaient en espèce, etc.

Clés de réussite

- Partenariat fort entre les 3 structures : le SSU, les Marchés de Max et Lucie et LieU'topie. Que ce soient les structures ou les personnes qui y travaillent, tout le monde croit et travaille dur pour ce projet.
- La sécurisation du projet a été faite par l'embauche d'une salariée de LieU'topie.

Perspectives

- Nous souhaitons développer les SSUpers paniers, car l'accessibilité à une alimentation saine et variée pour les étudiant.e.s est un des principaux objectifs de LieU'topie, pour cela la communication est la clé.
- Nous avons aussi un nouvel objectif : rapprocher les étudiant.e.s de l'agriculture pour les sensibiliser à une meilleure alimentation par le faire. Produire par et pour les étudiant.e.s, voici l'avenir des SSUpers paniers de LieU'topie.



P.A.N.I.E.R.S

Structure porteuse de l'initiative: Bio en Hauts-de-France

Périmètre 2021 : Métropole lilloise, agglomérations de Douai et de Béthune

Public cible : personnes en situation de précarité

Partenaires : Bio en Hauts-de-France, Réseau des AMAP Hauts-de-France et Jardins de Cocagne Hauts-de-France

 paniers-hdf.fr/site | Contact : r.delporte@bio-hdf.fr

Contexte

Réflexion en 2006 sur l'accessibilité alimentaire entre GABNOR et la coopérative Norabio. Les données sociales et de santé ne sont pas bonnes dans le département, qui décide donc de financer 50% du prix des paniers de fruits et légumes réalisés par la coopérative Norabio (= les biocabas).

Les missions assurées

Sur ce volet P.A.N.I.E.R.S, Bio en Hauts-de-France :

- Met en lien les agriculteurs bio et des collectivités pour travailler sur la transition alimentaire des territoires.
- Coordonne le dispositif P.A.N.I.E.R.S.

Objectifs de l'initiative

- Permettre aux personnes en situation précaire d'accéder à des paniers bio abordables : une partie du prix est financée par le bénéficiaire, et l'autre par la collectivité locale, une institution publique ou le fonds de dotation.
- Accompagner des foyers sur 2 ans vers une alimentation durable.
- Renforcer les systèmes de paniers accessibles existants et créer des systèmes de paniers s'ils n'existent pas.

- Mobiliser et mettre en synergie les acteurs sociaux locaux (= structures relais) + acteurs publics + le grand public et les acteurs privés.

Moyens mis en œuvre

- Partenariat avec les centres sociaux et les structures associatives souhaitant porter le projet.
- Actions de formation et de sensibilisation.
- Régionalisation à travers un partenariat avec le réseau Cocagne et le réseau des AMAP.
- Intégration dans des démarches PAT, lauréat PNA Justice sociale en 2018.
- 2015 : réflexion collective avec les structures partenaires pour travailler sur un dispositif régional et mutualiser leurs expériences et compétences.
- 2018 : montage du projet P.A.N.I.E.R.S par les 3 associations régionales. L'objectif du projet est de pouvoir répondre aux enjeux sanitaires et sociaux de la région + soutenir la relocalisation de l'économie.
- 2019 : déploiement du projet.

Chiffres clés (2021)

- 20 structures-relais.
- Plus de 4 500 paniers distribués.
- En 2020 : environ 280 foyers touchés.

Difficultés rencontrées

- Temps de travail sous-estimé.
- Communication pour lever des fonds.
- Création d'un fonds de dotation.
- Moyens limités des partenaires du territoire.

Clés de réussite

- Mobilisation des structures sociales locales pour améliorer l'identification et l'implication des personnes concernées.
- Pas de gratuité des paniers, participation requise, facteur d'engagement.
- Invitation à la codécision des personnes concernées dans les projets locaux.
- Financement dans la durée.
- Animation territoriale pour mobiliser et fédérer.
- Retours positifs du public cible de l'initiative P.A.N.I.E.R.S.

Perspectives

- Projet en phase de déploiement.
- Le recueil de dons via le fonds de dotation vient de démarrer → étape centrale et vitale pour la réussite du projet.



Paniers Solidaires

Structure porteuse de l'initiative : Jardins de Cocagne

Périmètre : national | Public cible : personnes en situation de précarité

Partenaires : Ministère de la Santé et des Solidarités, MSA, Edenred via les dons en Ticket Restaurant®, Naturalia via l'arrondi en caisse, Fondation Pollinisez l'espérance et la générosité de plus de 6000 donateurs (dons directs ou via l'épargne solidaire)

 reseaucocagne.asso.fr/paniers-solidaires

Contact : communication@reseaucocagne.asso.fr

Contexte

Les Jardins de Cocagne, depuis 30 ans, sont des fermes maraîchères certifiées Agriculture Biologique qui travaillent avec des personnes en insertion. Ils fonctionnent avec des abonnements de consommateurs à des paniers hebdomadaires.

En 2010, l'opération « Paniers Solidaires » est lancée, en réaction à la crise de 2008. Certains salariés venaient au jardin le ventre vide.

Le frein financier et la méconnaissance des produits ont été identifiés comme les principaux obstacles à la consommation de produits bio locaux.

Les Jardins de Cocagne ont toujours proposé à leurs salariés en insertion des légumes bio (déclassés, etc.) mais les Paniers Solidaires Cocagne ont permis d'élargir le nombre de bénéficiaires, de créer des habitudes de consommation à travers le système panier et de réfléchir à un accompagnement pour utiliser les légumes (conservation, cuisine, etc.).

Les missions assurées

- Insertion professionnelle via le maraîchage.
- Distribution de paniers bio.
- Ateliers cuisine, sur la conservation des légumes et distribution de fiche-recettes → instaurer des habitudes de consommation en lien avec la saisonnalité.

- Appui à l'organisation de circuits courts en fonction des besoins du territoire (magasins de producteurs, plateforme de distribution, transformation en insertion, etc.).

Objectifs de l'initiative

- Permettre à des familles à faible revenu de manger bio et sain :
 - ↳ Maintenir un prix à minima des paniers (refus du 100% distributif).
 - ↳ Maintenir un espace de distribution partagé des paniers (refus de stigmatiser).
 - ↳ Garantir des produits de qualité (refus d'adapter la qualité au prix).

Moyens mis en œuvre

- Via des partenariats avec des structures sociales locales (les Jardins de Cocagne sont bien ancrés dans le tissu social local) qui ont le rôle de prescripteurs.
- Via des animations dans les CCAS, par exemple la création de jardins partagés.

Chiffres clés

- Environ 100 Jardins de Cocagne en France.
- 600 hectares de maraîchage en bio.

- À date, 1,2 millions de paniers distribués sur 1 500 points de retraits

Difficultés rencontrées

- Trouver le bon modèle économique.
- Créer et entretenir des partenariats.
- S'adapter aux étudiants.

Clés de réussite

- Co-construction avec des partenaires sociaux.
- Mixité entre consommateurs de paniers : l'alimentation est facteur d'intégration sociale.
- Faire avec les plus précaires et non pour les plus précaires dans une logique d'émancipation.

Perspectives

- Doubler le nombre de paniers distribués en 2021 (100 000).
- Envisager différents types de dispositifs : épicerie mobile, marché solidaire, jardin en pied d'immeuble, tiers-lieu.
- Favoriser les coopérations, notamment à travers les dispositifs en test « Territoires à Vivres » en partenariat avec le Secours Catholique, L'UGESS, l'Association VRAC et le réseau CIVAM.



VRAC (Vers un Réseau d'Achat en Commun)

Périmètre : Quartiers Politiques de la Ville et campus étudiants

Publics cibles : personnes en situation de précarité, isolé géographiquement, socialement et culturellement, étudiants

Partenaires : bailleurs sociaux, centres sociaux, MJC, écoles et collèges, fondations, collectivités locales et autres associations

 vrac-asso.org | Contact : contact-france@vrac-asso.org

Contexte

Au départ du projet, se trouve la volonté de lutter contre les inégalités socio-économiques et les inégalités de santé qui concernent les quartiers de la politique de la ville. L'association VRAC (Vers un Réseau d'Achat en Commun) favorise le développement de groupements d'achats de produits de qualité (biologiques, locaux et écologiques) dans ces quartiers.

Son projet est orienté vers l'accès du plus grand nombre à des produits de consommation courante de qualité, sains et durables. Les prix sont raisonnables, grâce à l'achat en grandes quantités, la réduction des coûts intermédiaires via la priorité donnée aux circuits courts, la réduction des coûts superflus par la limitation des emballages et la vente à prix coûtant (sans marge).

Les missions assurées

- Développement de groupements d'achat de produits de qualité à prix accessibles.
- Organisation d'animations diverses visant à valoriser les savoir-faire des habitant.es et accompagner le changement des pratiques de consommation.

Objectifs de l'initiative

- Favoriser le développement de groupements d'achats dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville et sur les campus étudiants.
- Accès du plus grand nombre à des produits de qualité issus de l'agriculture paysanne/biologique/équitable à des prix bas, grâce à la réduction des coûts intermédiaires (circuits courts) et superflus (limitation des emballages).
- Faire face à la précarité et proposer un autre rapport à la consommation, à la santé et à l'image de soi.

Chiffres clés (2021)

- 13 associations locales en France + 1 association nationale tête de réseau et 1 fonds de dotation créé en 2019 chargé de collecter des financements privés pour l'ensemble du réseau.
- 50 groupements d'achats dans les Quartiers Prioritaires de la politique de la Ville (QPV) et campus universitaires.
- 30 salariés.
- Plus de 3 300 familles adhérentes.
- Plus de 10 000 personnes touchées par les groupements d'achats (en tout + de 15 000 personnes si l'on prend en compte l'ensemble des actions, y compris de sensibilisation et d'animation).

- 40€ à 50€ le panier moyen dans les QPV, 30€ le panier moyen sur les campus.

Difficultés rencontrées

- Accès aux produits de VRAC pour les personnes en grande précarité.
- Frein de la pré-commande.
- Logistique des produits frais.

Clés de réussite

- Communication : beaucoup de bouche-à-oreille dans les quartiers, et pour les étudiants sur réseaux sociaux ; dans tous les cas, un besoin d'être sur place dans une logique d'aller vers.
- Soutien des institutions publiques et privées pour pérenniser le dispositif et le relayer.

Perspectives

- Création de tiers-lieux alimentaires.
- Développement des animations via des cuisines et des épiceries mobiles.
- Plaidoyer : participation au collectif pour une Sécurité Sociale de l'Alimentation.

Magasins de Producteurs

MAPP

Accessibles et Solidaires

Retrouvez toutes les ressources sur webtrame.net/trame/les-projets/circuits-courts-et-activites-de-service/magasins-de-producteurs-accessibles-aux-publics-precaires-et-isoles-mappi

Ou contactez les partenaires du projet :

- Trame - trame@trame.org
- l'AFIPAR - afipar@wanadoo.fr
- le Pôle Circuits courts Terre d'envies – CEGAR - terredenvies@cegar.fr

Projet piloté par :



Partenaires techniques :



En collaboration avec :



Financé par



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION
Liberté Égalité Fraternité