



Dominique PATUREL  
UMR INRA-CIRAD 951 Innovation  
Chaire Unesco Alimentations du Monde  
[dominique.paturel@inra.fr](mailto:dominique.paturel@inra.fr)

Avec le soutien de  
Constance de Alexandris  
[constance@ecoceaty.com](mailto:constance@ecoceaty.com)

Démocratie Alimentaire  
et  
Accès à l'alimentation durable des familles à petits budgets



## Table des matières

1. / Un premier temps d'enquête .....	4
Une double tension .....	5
2. / Un deuxième temps d'enquête.....	6
3. / Retour vers la littérature.....	7
Le concept de Démocratie alimentaire .....	8
4. / Vers un indice Démocratie alimentaire.....	8
Indice Démocratie alimentaire .....	9
Bibliographie .....	12
Annexe 1 .....	13
Annexe 2.....	17
Annexe 3.....	20

Dans cette action 1, nous avons comme objectif de recueillir des données auprès d'initiatives intervenant en direction des populations précaires et de voir quels pouvaient être les leviers et les freins quant à l'accès à une alimentation durable<sup>1</sup>. Nous qualifions l'accès (Ndiaye, Paturel, 2015) par trois caractéristiques :

- Une première sur l'accessibilité énoncée dans le droit à l'alimentation : il s'agit à la fois d'un accès économique et physique à la nourriture mais également de produits alimentaires adaptés aux besoins nutritionnels et culturels de la population (notamment en respect des religions).
- Une deuxième sur les conditions du mode de production de l'alimentation ; circuits longs, circuits courts, agriculture paysanne, conventionnelle etc... C'est aussi la question de la durabilité à la fois environnementale et sociale du mode de production qui posera la question des générations futures.
- Une troisième sur les conditions d'accès à l'information et/ou à l'éducation sur ce qu'est un système alimentaire durable : cette caractéristique est rarement évoquée alors qu'elle semble essentielle pour démocratiser les choix alimentaires et introduire des changements tant dans les politiques publiques que les comportements alimentaires.

En amont de cette action, nous avons commencé à établir une typologie des initiatives qui nous semblait couvrir l'ensemble de ce que nous avons pu rencontrer dans d'autres projets de recherche (Marie, Paturel, 2016). Cette typologie permet ainsi d'identifier quatre types d'initiatives : les structures d'aide alimentaire, les paniers solidaires, les groupements d'achat et supermarchés collaboratifs, les initiatives d'éducation alimentaire. Ces quatre catégories intègrent différentes variables pour saisir plus finement chaque type (annexe 1).

---

<sup>1</sup> Consciente, des controverses concernant ce qualificatif « durable », nous faisons le choix de la définition de B.Redlingshöfer (2006).

D'autre part, ce projet AcceCible arrive après plusieurs autres projets de recherche intervention qui ont permis de produire de nouvelles connaissances, en particulier sur les enjeux démocratiques et des apports méthodologiques sur la construction d'indicateurs sociaux (Gadrey, Jany-Catrice, 2012).

L'enquête s'est effectuée en deux temps : un premier avec une série d'entretiens, un deuxième par un recueil de données sur les réseaux sociaux.

## 1. / Un premier temps d'enquête

En amont de l'enquête, deux outils méthodologiques sont construits :

- Une grille d'entretien donnant le cadre des points à renseigner avec des propositions de questions (annexe 2)
- Une première organisation d'indicateurs avec les questions nécessaires pour les renseigner.

Tableau 1 : Les indicateurs

Dimensions	Sous-dimensions	Intitulé
Travail	Statut	Association ? Initiative citoyenne ? Entreprise ESS ?
	Conditions de travail	Bénévoles ? Salariés ? Participation ?
Socio-Économique	Financement	Quels financements ?
	Projet	Y'a-t-il un projet accès à l'alimentation ? Qui le porte ?
	Secteur	Acteur social ? Acteur agricole ?
	Institution	Y'a-t-il participation d'institutions publiques (DRAAF, Santé, Collectivités publiques etc..)
	Produits	L'approvisionnement est-il en local ? en filière longue ? Y'a-t-il des infos sur le mode de production ?
Participative	Circulation de l'information	Quels sont les types d'informations échangées, leurs fréquences et la manière dont elles sont échangées entre les différents acteurs ?
	Mise en commun de compétences	Quelles sont les ressources mises en commun par les différents acteurs ?
	Participation des acteurs	Quelles sont les motivations/attentes de chaque acteur pour le dispositif ? Quels sont leurs engagements ?

14 initiatives sont retenues et les entretiens seront faits par les partenaires du projet<sup>2</sup>. La répartition se fait avec deux critères :

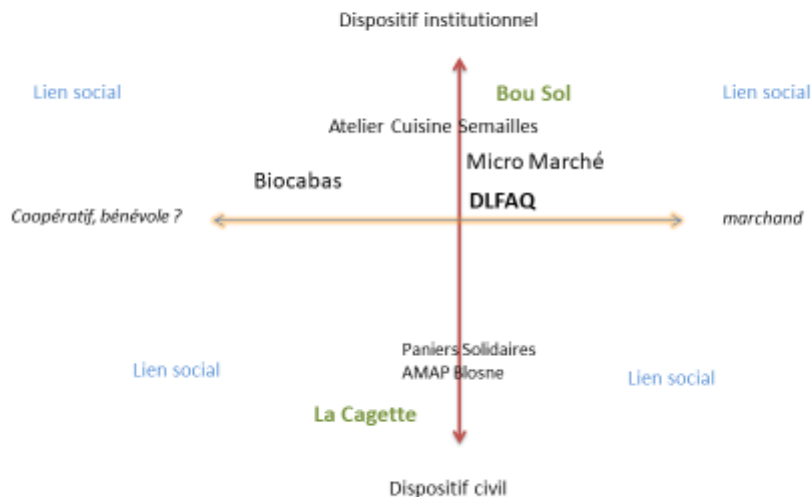
- Une initiative qui n'est pas directement en lien avec la nature de leur activité
- Une initiative accessible soit par la proximité géographique, soit par la disponibilité.

À partir de cette première phase d'enquête, nous en tirons une première analyse.

### *Une double tension*

L'analyse des entretiens fait apparaître une double tension : d'une part des initiatives relevant de dispositif institutionnel et d'autre part des initiatives mises en œuvre par des citoyens. La deuxième tension est liée à la conjonction de deux éléments : celle du modèle économique et celle de la vente (ou du don) des produits.

Schéma 1 - Grille AcceCible: Premiers résultats



Ces tensions vont faire apparaître en creux, deux éléments non-négligeables dans l'analyse et les conditions d'analyse :

- Le premier élément est la dimension participative dans ces initiatives ; si toutes les initiatives affichent la participation de tous et en particulier celle des destinataires de l'initiative, cela est peu présent dans les entretiens : le mode d'organisation de la participation n'apparaît pas de façon claire : qui participe ? à quoi ?
- Le deuxième élément est l'implication des interviewers dans le même secteur d'activité. La circularité des données est importante (Dumez, 2013).

À partir de cette situation, nous ne pouvons exploiter davantage ces entretiens et nous décidons de trianguler par un deuxième temps de recueil de données. Comme les initiatives ont déjà été sollicitées,

<sup>2</sup> Le projet AcceCible est conçu dans une démarche de recherche participative.

nous ne souhaitons pas remobiliser ces personnes avec à peu près les mêmes questions. Nous décidons d'utiliser deux autres sources d'informations : les réseaux sociaux, la littérature grise (rapports de stages d'étudiants, études conduites par ces initiatives, etc.) et les comptes rendus du comité de pilotage qui montrent la façon dont se construisent les points de vue et les choix des partenaires du projet.

## 2. / Un deuxième temps d'enquête

Nous commençons par chercher si les initiatives ont des sites web, des pages facebook, des photos instagram, des comptes twitter, etc... Au final, nous choisissons les sites web et facebook, réseaux majoritaires.

Il s'agit de croiser les données de l'entretien et celles des réseaux. En outre nous rajoutons quelques initiatives pour lesquelles nous ne disposons pas d'entretiens et qui sont évoqués dans les comptes rendus de pilotage (annexe 3). Au total, quinze initiatives font l'objet d'un recueil de données et sont analysées. Elles s'appuient sur la typologie construite au départ.

Tableau 2 : Typologie des initiatives

Initiatives	GA/ Supermarché	Epicerie Paniers	S/S	-	Education alim	Anti-Gaspi
AGORAE			X		X	
AMAP BLOSNE			X			
ANGE GARDINS			X		X	
BIOCABAS			X		X	
BOU'SOL						
CABAS DES CHAMPS	X					
DLFAQ			X			
FAA+					X	
LA CAGETTE	X					
MICRO MARCHÉ	X		X			
NOTRE MARCHÉ AUTREMENT			X			
ONDINE						X
PANIER Marseillais			X			
SEMILLES					X	
VRAC	X					

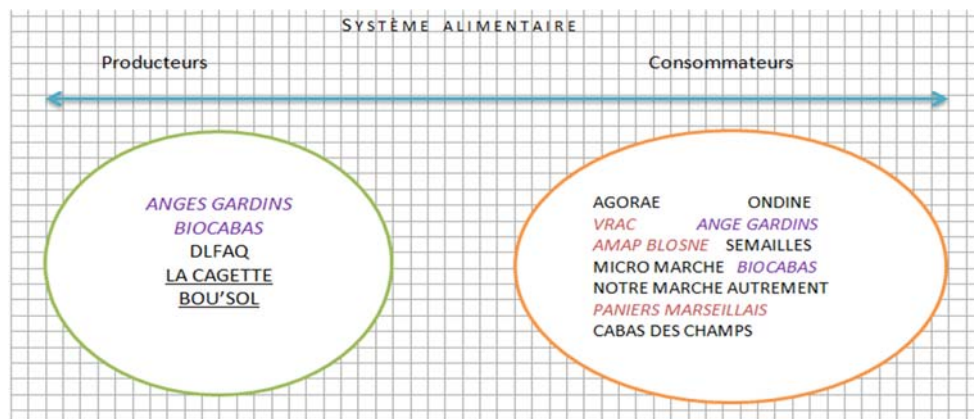
L'analyse va se décliner en reprenant dans un premier temps les indicateurs initiaux : dimension « Travail », dimension « Socio-économique », dimension « Participation ».

Un premier tableau compile toutes les données. Celui-ci montre des « cases » moins remplies ou pas du tout renseignées. Nous reprenons toutes les données en les classant différemment. Nous recentrons notre classification sur ce qui nous semble être le cœur du projet :

- Quel est le type de projet alimentaire
- Le projet est-il à destination des personnes précaires ?
- Y'a-t-il une réflexion sur les conditions de production/distribution ou un lien direct avec les producteurs ?

Ce croisement nous montre une nouvelle répartition des initiatives entre ceux qui viennent des acteurs du monde agricole et ceux qui viennent du côté des consommateurs.

Schéma 2 : Positionnement des initiatives



Ce positionnement des initiatives appuyé sur la notion de système alimentaire (Malassis, 1998), à savoir l'ensemble des activités nécessaires à l'alimentation (production, transformation, distribution, consommation) nous interroge sur les liens réels entre les agriculteurs et les distributeurs en direction des populations précaires.

De façon assez classique, les agriculteurs impliqués s'adressent à des structures d'action sociale identifiées comme étant à même de jouer les intermédiaires : les centres communaux d'action sociale (CCAS), les centres sociaux, les associations caritatives d'aide alimentaire, les services sociaux.

Une vérification sur les sites des centres sociaux, ccas, associations évoqués par les initiatives révèle l'absence totale de ces liens d'intermédiation.

Du côté des initiatives « consommateur », il est quelque fois fait mention de liens avec des producteurs qualifiés de « petit » ou de « local », sans autre indication. Il semble que cela soit suffisant pour justifier une qualité des produits.

En tout état de cause et à ce stade, nous repérons une prise en compte de la notion de système alimentaire très sommaire, peu d'indication sur l'organisation de la participation et une invisibilité du travail des salariés et des bénévoles et des conditions de l'activité de l'initiative.

### 3. / Retour vers la littérature

Un retour vers la littérature scientifique s'avère une étape nécessaire pour appréhender les présupposés ; en effet, le point de départ était que tous les partenaires du projet et par voie de conséquence, le choix des initiatives analysées, partageaient l'enjeu de l'accès à l'alimentation comme un des éléments de la déclinaison concrète d'une démocratie alimentaire.

#### *Le concept de Démocratie alimentaire*

Le concept de démocratie alimentaire a été élaboré par Tim Lang (1998). Celui-ci fait le constat que la régulation du système alimentaire par les états est devenue difficile à cause de la puissance des industries agro-alimentaires. Une des formes d'intervention est donc du côté des consommateurs, ou plus exactement des mangeurs ; sa proposition est de reprendre la main sur les façons d'accéder à la nourriture en prenant en compte les conditions de production de celle-ci mais également les conditions de sa transformation et de sa distribution. Il considère que « *la question alimentaire étant universelle et intemporelle, et s'appliquant à chaque être humain de la même manière, c'est aux populations elles-mêmes que doit moralement revenir la décision des conditions dans lesquelles va être produite et distribuée leur alimentation.* » (Douillet, 2016 :33).

Dans cette conception, le choix du système alimentaire est le résultat d'une élaboration collective, accessible à tous les habitants légitimement reconnus comme citoyens, ayant pu accéder à l'ensemble des connaissances. Ces délibérations sont à décliner à toutes les échelles : micro, mezzo, macro et inter ou multi.

La place de la justice sociale est essentielle et ce sont les pratiques d'égalité (et non d'équité), de liberté de choix, de solidarité et de reconnaissance des besoins différents des divers groupes sociaux qui la construisent. La justice sociale découle de la démocratie alimentaire et n'est pas l'objectif en soi de celle-ci.

Ce concept intègre deux courants majoritaires (Paturel, Ramel 2017) : un courant qui va plutôt être repris du côté du droit à l'alimentation (Hamilton, 2005) et un autre qui présente la démocratie alimentaire comme une pratique collective. Ce courant porté par N.Hassanein, professeure d'études environnementales à l'Université de Montana (USA) repose sur quatre dimensions : l'information sur les conditions de la production, le partage d'idées, l'efficacité et le fait d'être orienté vers le bien-être de la collectivité.

La démocratie alimentaire a le mérite de poser à la fois les questions de justice - *à travers l'accès, la participation et le pouvoir d'agir* - et celles de citoyenneté, et ce pour l'ensemble des acteurs du système alimentaire (producteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs).

À partir de ce retour vers la littérature, nous allons nous focaliser sur les éléments qui nous permettent d'évaluer la dimension démocratique de l'accès à l'alimentation des initiatives observées.

#### *4. / Vers un indice Démocratie alimentaire*

L'enjeu fondamental du concept de démocratie alimentaire repose d'une part sur la compréhension du système alimentaire et de son degré de durabilité et d'autre part sur la participation effective et les modes de gouvernance. D'autre part, les trois caractéristiques que nous mettons en avant sur les conditions de l'accès, nous amènent à nous recentrer sur la 2<sup>ème</sup> (les conditions du mode de production



de l'alimentation et la durabilité) et la 3<sup>ème</sup> (conditions d'accès à l'information et/ou à l'éducation sur ce qu'est un système alimentaire durable et la participation).

Nous allons à partir de ces deux pistes, construire un indice qui rendra compte de la situation de démocratie des initiatives.

Tableau 3 : Indice Démocratie Alimentaire

Dimension DURABILITE		Dimension PARTICIPATION		
Origine des produits	Sensibilisation	Circulation informations	Mise en commun compétences	Gouvernance

À chacune de ces variables, il s'agit d'y attribuer une valeur. L'attribution de cette valeur s'est faite à partir d'autres travaux basés sur le même principe et des échanges entre les rédactrices de ce rapport, la consultation d'agriculteurs et de bénéficiaires de l'aide alimentaire.

Il ressort de ces échanges que la dimension Durabilité est jugée un peu moins importante que la dimension Participation et la différenciation se trouve dans les variables. Nous décidons de le prendre en compte et la répartition se fait de la manière suivante :

Origine des produits	0,2
Sensibilisation	0,2
Circulation infos	0,1
Mise en commun compétences	0,2
Gouvernance	0,3

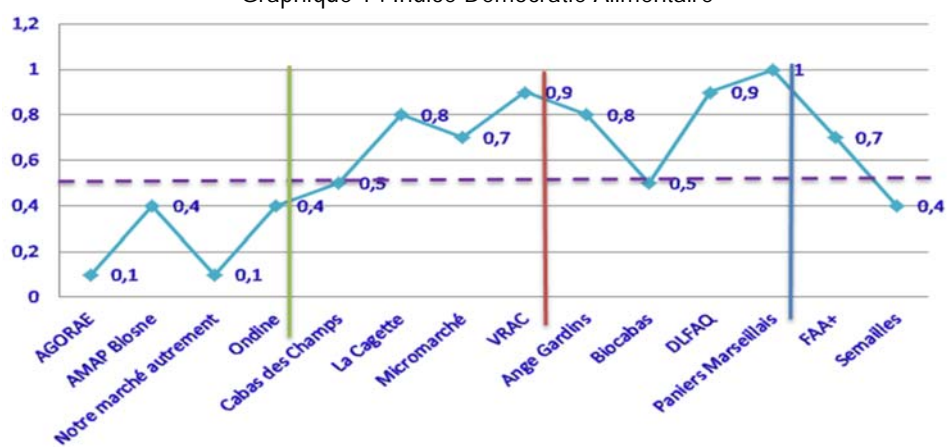
### *Indice Démocratie alimentaire*

L'attribution des valeurs se répartit de la façon suivante dans chaque initiative :

Tableau 4 : Répartition des valeurs par initiatives

	Critère 2 - Durabilité		Critère 4 - Dimension participative			
	Origine des Produits	Sensibilisation au caractère durable	Circulation Information	Mise en commun des ressources	Gouvernance	
AGORAE	0	0	0,1	0	0	0,1
AMAP Blosne	0,2	0,2	0	0	0	0,4
Notre marché autrement	0	0	0,1	0	0	0,1
Ondine	0,2	0,2	0	0	0	0,4
Cabas des Champs	0,2	0	0,1	0,2	0	0,5
La Cagette	0,2	0,2	0,1	0,3		0,8
Micromarché	0,2	0,2	0,1	0	0,2	0,7
VRAC	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,9
Ange Gardins	0,2	0,2	0,1	0,3	0	0,8
Biocabas	0,2	0,2	0,1	0	0	0,5
DLFAQ	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,9
Paniers Marseillais	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	1
FAA+	0,2	0,2	0,1	0,2	0	0,7
Semailles	0,2	0,2	0	0	0	0,4

Graphique 1 : Indice Démocratie Alimentaire



Les initiatives sont réparties selon la typologie indiquée dans le tableau 2. Ce qu'indique ce graphique, c'est que les typologies « Paniers solidaires » et Groupement Achat rassemblent les initiatives avec les indices les plus élevés. Finalement, ce serait plutôt les initiatives portées par la société civile qui répondraient le mieux aux conditions d'accès à une alimentation durable et de façon plus démocratique.

Si nous employons le conditionnel, c'est aussi parce que nous connaissons certaines de ces initiatives et nous savons qu'il faudrait réinterroger celles-ci à l'aune :

- De la question du genre, notamment dans la façon dont sont organisées ces initiatives
- De la question du travail : qui fait quoi ? notamment dans les associations d'insertion et de l'ESS
- De la nature des financements et de l'impact sur le modèle économique
- De la relation avec les intermédiaires

En ce qui concerne la participation, celle-ci apparaît sous des formes très diverses dans ces initiatives. Peu d'entre elles, partent de la demande des personnes à petits budgets ; il y a des porte-paroles ou des intermédiaires et peu de réflexion sur les raisons qui amènent une telle absence des destinataires. La participation est alors davantage comprise comme une sorte de procédure qui se valide par la présence de ces intermédiaires.

L'apparition d'un monde de la participation des pauvres (Bodinier, 2014) s'intègre dans un mouvement plus vaste de transformation des rapports entre le monde de l'action publique et le monde caritatif que nous résumons ainsi :

- La création d'une alliance idéologique et institutionnelle entre les mondes de l'action publique et de l'action caritative.
- La mise en cause par des conflits sociaux des formes de régulation classique entre le monde de l'action publique et le monde caritatif.
- La remise en cause du monopole étatique et une intensification des procédures bureaucratiques.
- La mise en réseau progressive des différentes expériences portées par des « entrepreneurs de la participation ».

Nous avons là le contexte à la fois d'une offre d'une ingénierie de la participation et d'une demande sociale de participer davantage aux décisions qui auront des conséquences dans la vie quotidienne, à la fois réponse du marché en intégrant la demande participative à de nouveaux segments de marché et revendication sociale de participation comme reconnaissance du statut de citoyen.

La participation va osciller entre ces deux logiques et être entraînée, tiraillée, arbitrée ou décidée comme étant plus dans la logique de marché ou plus dans la logique citoyenne : c'est la double tension identifiée lors de la première analyse qui réapparaît.

En conclusion, il apparaît une forte « envie » d'initiatives d'être solidaire de l'accès à une alimentation durable et de chercher à démocratiser cet accès. Les initiatives issues de la société civile semblent plus souples pour mettre en œuvre des réponses auprès d'intermédiaires de l'action sociale. Pour autant, les initiatives institutionnelles répondent de façon plus vaste à la demande d'accès à l'alimentation.

La méthodologie de l'enquête repose sur le fait de croiser des données existantes, sans réinterroger les acteurs concernés, et la littérature scientifique. De cette confrontation, ressort un certain nombre d'interrogations auxquelles il est difficile de répondre dans le cadre du projet AcceCible. Néanmoins, les différents matériaux utilisés nous laissent penser qu'il existe une méconnaissance de ce qu'est un système alimentaire, de la fonction de l'alimentation et du modèle alimentaire français ; cette méconnaissance a pour effet, de plutôt reproduire un modèle distributif (bien souvent de façon plus moderne) que de soutenir une appropriation par les personnes à petits budgets de leur alimentation. Lorsque des innovations se mettent en place, elles vont d'abord profiter à ceux qui sont « éclairés » avant de pouvoir être reprises par les précaires.

Plusieurs controverses ont émergé durant cette enquête concernant l'accès à l'alimentation durable des familles à petits budgets : l'enjeu de la participation comme élément central à la démocratie (Mezziane, 2017), l'appropriation des connaissances par une fraction de la population et une difficulté à les diffuser de façon plus large (Douillet, 2016), la place des intermédiaires classiques comme les travailleurs sociaux mais aussi des nouveaux intermédiaires (ESS, associations éducation populaire, etc.), les représentations d'un système alimentaire à deux vitesses (modèle agro-industriel vs modèle alternatif basé sur les circuits courts et/ou la relocalisation de la production agricole), etc.

Ces controverses ouvrent des perspectives nouvelles quant aux actions possibles en direction des populations vulnérables.

## Bibliographie

Bodinier, E. (2014) Questions posées par l'émergence d'un monde de la participation, in D.Paturel (sld) *Recherche en travail social : les approches participatives*, Nîmes, Champ Social, pp18-44

Douillet, B. (2016) De l'accès à l'alimentation à la démocratie alimentaire : revue de littérature, Rapport stage AcceCible

Dumez, H. (2016) *Méthodologie de la recherche qualitative - Les questions clés de la démarche compréhensive*, Paris, Vuibert

Gadrey, J., Jany-Catrice, F. (2012) *Les nouveaux indicateurs de richesse*, Paris, La Découverte.

Hamilton, N. (2005) Food Democracy II : Revolution or Restoration ? in *Journal of Food Law Policy*, vol 1, n°1, 31p.

Hassanein N. (2003), "Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation", *Journal of rural Studies*, volume 19/1, pp. 77-86

Mezziane, M. (2017) Comprendre la participation, Rapport stage AcceCible action 1

Paturel, D., Ramel, M. (2017) Éthique du care et démocratie alimentaire, *Revue Française Éthique Appliquée*, n°4, 2017-2, pp49-60

## Annexe 1

Chloé Marie, Réseau Civam  
Dominique Paturel, Inra

### *Un essai de typologie des initiatives recensées dans le cadre du projet AcceCible*

#### **Objectifs du classement :**

- Choisir les initiatives à aller enquêter en profondeur (l'enquête devra analyser les éléments relatifs à l'accès, à la prise en compte des conditions des productions...)
- Permettre d'avoir une diversité d'initiatives à analyser, tant du point de vue des acteurs initiaux que des dispositifs

#### **Le choix des initiatives est guidé par les questions que l'on souhaite traiter dans le CasDAR à savoir :**

- La question de l'accès
- Le focus sur les familles à petit budget

- Que cela permette de penser pour tout le monde

Ce premier classement s'est centré sur 3 éléments :

- Le type de dispositif proposé
- Les acteurs à l'origine du projet (ESS, développement agricole, travail social, aide alimentaire)
- Une prise en compte des réponses apportées à la question de l'accès à l'alimentation (prix réduit des produits, qualité et diversité des produits, sensibilisation...)

## 1. L'approvisionnement des structures d'aide alimentaire

### a. La distribution et les dons alimentaires de proximité

Plusieurs initiatives reposent sur le don de produits alimentaires de proximité, issus de surplus ou d'invendus. ***L'accès à l'alimentation repose ici sur le renforcement de la qualité et de la diversité de l'alimentation proposée par l'aide alimentaire par le don de produits locaux, bio...*** Pour l'une des initiatives, il s'agit de favoriser ***un accès géographique à l'alimentation*** (Association Revivre – desserte des zones blanches)

Ces initiatives reposent sur différentes logiques et modalités :

- La mise en relation des producteurs avec les structures d'aide alimentaire ou le lien en association de consommateurs proposant des paniers et ces structures d'aide alimentaire :
  - o La FRCIVAM Auvergne a ainsi mis en place une carte interactive pour faciliter les dons des agriculteurs vers les structures d'aide alimentaire
  - o L'association Ondine met en lien structures de solidarité et agriculteurs pour la récupération des surplus
  - o Les Paniers Marseillais donnent les paniers non récupérés aux structures locales d'aide alimentaire.
  - o L'AMAP de Chateauneuf sur Loire a mis en place des dons de paniers pour les bénéficiaires de l'aide alimentaire accompagnés par le CCAS
- Le glanage, la collecte sur les fermes des invendus puis la transformation des produits et la distribution sous forme de dons :
  - o FNE a réalisé une étude sur le glanage territorial : récupération des surplus sur les fermes et transformation, redistribution sous forme de dons

### b. L'approvisionnement local des épiceries solidaires

Plusieurs initiatives recensées consiste à diversifier les produits proposés par les épiceries sociales, en améliorer la qualité gustative, en proposant notamment des fruits et des légumes locaux, bio. ***L'accès à l'alimentation repose encore une fois ici sur le renforcement de la qualité et de la diversité de l'alimentation proposée par l'aide alimentaire par un approvisionnement en produits locaux, bio...***

Ces initiatives émanent toutes d'associations d'aide alimentation ou d'action sociale et de réinsertion sociale : CCAS, Secours Populaire, chantiers d'insertion... souvent en lien avec l'ANDES.

On retrouve parmi les initiatives, deux modalités d'approvisionnement :

- Un approvisionnement à partir de jardins d'insertion ou de jardins partagés :
  - o Le jardin d'insertion du secours populaire : Jardins Pop
  - o Le potager communal et jardin d'insertion du CCAS de St Flour
  - o L'approvisionnement de l'épicerie du CCAS de Reims par un jardin partagé. Ici, les bénéficiaires participent au jardinage.

Dans la même veine, Boul'Sol sont des boulangeries solidaires approvisionnées par un chantier d'insertion Pain et partage produisant des pains à base de farine bio.

- Un approvisionnement en produits locaux avec lien direct aux producteurs :
  - o Le CIAS d'Aunis Sud : approvisionnement en primeur de l'épicerie solidaire « au panier partagé » par les agriculteurs du programme Uniterres
  - o Le CCAS d'Epinay sous Sénart : achat direct auprès de producteurs locaux (jardins d'insertion + association Revivre)
  - o Le CIAS Lesneven : approvisionnement de l'épicerie avec des producteurs locaux (tomates) (en achat ou en don ?)
  - o L'Épicerie Agorae : public étudiant – dispositif uniterres + distribution de paniers bio

## 2. Les Paniers Solidaires

Le principe des paniers solidaires est de procurer des paniers de fruits et de légumes (locaux, bio) à prix réduits. *L'accès à l'alimentation repose ici sur des prix inférieurs permettant l'accès des personnes à petit budget.* En parallèle, des ateliers cuisine sont parfois organisés.

Pour la plupart, ces paniers sont mis en place par des structures de développement agricoles ou associations de consommateurs (GAB, AMAP, Paniers Marseillais, ARDEAR), en lien avec des associations de quartier ou des CCAS. Les jardins de cocagne, association d'insertion sociale, ont également mis en place ce type de dispositif.

Parmi les paniers solidaires, les initiatives recensées sont :

- Les paniers solidaires des jardins de cocagne
- Les Biocabas – GabNor
- Les paniers étudiants proposés par les paniers marseillais
- Les paniers de quartier proposés par De la Ferme au quartier
- Les paniers « Fourmis solidaires » proposés aux CCAS de Nozay
- Les paniers différenciés de l'AMAP de Blosne
- Les paniers étudiants proposés par OPTIM-ISM à l'université de Bretagne
- Les paniers de la mer vendent leurs invendus aux structures d'aide alimentaire
- Le CCAS de Loon Plage en lien avec les Jardins de Cocagne et une association d'insertion a mis en place un panier solidaire. Plus largement le jardin de cocagne mis en place approvisionne aussi la cuisine centrale de la ville (repas pour restaurant scolaire, restaurant pour personnes âgées..)

## 3. Les groupements d'achat et supermarchés coopératifs

Les groupements d'achats et supermarchés coopératifs émanent soit de groupes d'habitants de quartiers, soit d'entrepreneurs sociaux et dans l'un des cas identifié part de l'initiative d'un CCAS. *Ici l'accès à l'alimentation repose sur la diminution du prix (par l'achat groupé), sur le choix et la diversité des produits. Parfois cela répond aux problématiques d'accès géographique (exemple de VRAC).*

- o La Cagette : Groupement d'achat et supermarché coopératif
- o Les Amis du Zeybu : achat coopératif au sein du quartier des Maisons-Neuves d'Eybens, couplé à Zeybu solidaire – les producteurs font un don pour créditer les comptes des personnes relevant de l'aide alimentaire
- o CCAS Kerangoff : groupement d'achat avec produits locaux qui vient en plus de la distribution alimentaire
- o VRAC : L'association VRAC organise des achats groupés dans les quartiers populaires de Lyon

D'autres initiatives de type groupement d'achat ou supermarchés coopératifs existent mais ces projets incluent ils des personnes ayant des difficultés d'accès ?

(Voir aussi La Louve, Paris ; Otsokop, Pays Basque ; La Chouette Toulouse)

## 4. Education à l'alimentation, accès à l'information et débats citoyens

a. Ateliers cuisine, jardinage et transformation

Un certain nombre d'initiatives sont centrées sur la question de l'éducation à l'alimentation et l'accès à l'information. C'est le cas des ateliers cuisine, des ateliers de transformations, des jardins partagés sont aussi des prétextes pour créer le lien social et permettent d'aborder des questions relatives à la production, à la transformation ou à la consommation.

- Ateliers cuisine :
  - o A partir d'invendus...CIVAM Semailles approvisionnement des paniers des restos du cœur à partir d'invendus des producteurs du réseau CIVAM et atelier cuisine sur ces produits en direction de personnes âgées et des bénéficiaires des paniers
  - o A partir de restes ou recettes de cuisines valorisant les légumes des pieds à la tête ...CIVAM Auvergne (en lien avec une épicerie sociale et solidaire)
  - o A partir de produits bio... Biocoop Le Fenouil, Le Mans
- Ateliers de transformation : Association Ondine : ateliers de transformation à partir des surplus récupérés sur les fermes
- Jardins Partagés et guide de jardinage :
  - o Secours Catholique : jardins partagé à St Briec avec autosuffisance alimentaire en légumes
  - o Anges jardins : manuel de cuisine pour tous, manuel de jardinage sans moyens

b. Education à l'alimentation, accès à l'information et débat citoyen

Deux initiatives relèvent de l'éducation à l'alimentation, de la sensibilisation ou du débat citoyen sur l'alimentation :

- o Le défi alimentation positive porté par la FNAB a pour objectifs de sensibiliser le public (mixité de public) à la consommation durable et biologique, faire évoluer les choix alimentaires
- o Le Secours Catholique Finistère pilote un programme d'information et de réflexion auprès des personnes accueillies sur la question de l'accès digne à l'alimentation

***Les inclassables :***

- Troc Alimentaire :  
CIVAM Auvergne : marché de troc sur des denrées alimentaires (cuisinées ou brutes) ouvert à tous ceux qui peuvent proposer un produit
- Réseau de distribution local :  
Association Ecos / CCAS de Nantes : le micromarché a pour objectif de développer un réseau de distribution local et durable par des commandes de produits locaux puis la création d'un magasin général et le développement de lieux de distributions au sein des quartiers



## Annexe 2

Mélanie Théodore, Réseau CIVAM

*Merci de me recevoir.*

Cette étude porte sur  *votre action en lien avec l'alimentation durable pour tous*. Elle vise principalement à recueillir  *des expériences inspirantes pour les proposer dans d'autres territoires*.

Notre rencontre s'inscrit bien entendu dans les clauses habituelles de confidentialité et d'anonymat de ce type de recherche (*rq : l'anonymat n'empêche pas de relever la fonction de la personne : ex : la directrice de ...*).

Pour des raisons de facilité et de fidélité à vos propos, il serait très utile que nous puissions enregistrer cette rencontre.

Attention à chaque fois qu'un acteur utilise un terme, même a priori « banal », lui demander ce qu'il entend par ce mot, notamment « accessibilité », « durable », etc. + ne pas hésiter à reformuler les propos de la personne pour s'assurer d'avoir bien compris ce qu'elle veut dire et ne pas interpréter.

### Questions pour l'animateur du projet / les travailleurs sociaux / les bénévoles

Thème (à ne pas aborder directement à l'interviewé)	Questions à poser	Si pas abordé : Sous thème (précisions, relances)
Présentation organisme, interviewé et public	Pouvez-vous vous présenter ainsi que l'organisme pour lequel vous travaillez/êtes bénévoles ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de l'organisme (raison sociale, implantation géographique, activités, financement, structuration et organisation (salariés, bénévoles)</li> <li>- Quel est votre parcours de bénévole et/ou professionnel ?</li> <li>- Quel rôle et missions avez-vous au sein de votre structure ?</li> <li>- Sur quel secteur géographique intervenez-vous ? Et vos collègues (salariés et bénévoles)</li> <li>- Depuis combien de temps connaissez-vous/travaillez-vous sur ce territoire ?</li> </ul>
Renseignements généraux sur le projet	En quelques mots, en quoi consiste votre dispositif/action ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quel est son fonctionnement ? idée : demander à la personne de schématiser l'action de l'agriculteur au consommateur et de noter à chaque étape (si elle le peut) qui fait quoi.</li> <li>- dans quel but a-t-elle été mise en place ?</li> </ul>
Prescripteurs	Qui porte le dispositif ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qui a initié et qui porte le dispositif (structure) ?</li> <li>- Qui en sont les initiateurs (personnes) et quel sont leurs parcours (avant et dans la structure) ?</li> </ul>

« pour tous » Public visé et la définition de la précarité alimentaire	A qui le dispositif s'adresse-t-il ?	Comment les gens arrivent et sont orientés dans le dispositif ? Y a-t-il des critères d'entrée ? Lesquels, qui les a défini et pourquoi ces choix/ces publics ? Qui sélectionne les publics ?
« qualité »	Quel type de produits/nourriture proposez-vous ?	-Considérez-vous que ces produits/ cette alimentation sont de bonne qualité ? Au regard de quels critères -Encouragez-vous auprès des bénéficiaires la consommation de certains produits plutôt que d'autres ? -Comment ? -Pourquoi ces choix-là ?
« Durabilité »/ comment la question agricole est-elle posée ?	D'où viennent les produits ?	- Pouvez-vous me décrire les différents circuits d'approvisionnement ? -comment sont produits les produits ? - qui paye les produits ?
Participation	Qui sont les acteurs impliqués ?	- d'où viennent les impulsions ? - qui s'implique et comment ? - les bénéficiaires participent-ils aux choix qui sont fait ? Comment ? -quels sont les liens entre les différents acteurs ?
Modèle économique	Comment le dispositif est-il financé ?	-Est-ce que ça a toujours fonctionné comme ça ? -Qui finance quoi ? -Combien coûte la matière brute alimentaire (quel pourcentage du dispositif ?) -Ce modèle de financement est-il durable ? -Souhaitez-vous évoluer ?

**Question destinées aux personnes à qui s'adresse le dispositif :**

Comment avez-vous entendu parler du dispositif ?

Pourquoi venez-vous ?

Ça vous convient ? Qu'est-ce que vous feriez différemment ?

Qu'est-ce que vous prenez en premier ? Quels produits vous préférez ?

Est-ce que vous avez l'occasion de parler aux autres bénéficiaires ? A des personnes du projet ?

Où faites-vous vos courses ailleurs ?

Est-ce que vous faites la cuisine ? Qui fait la cuisine chez vous ?

### Questions destinées aux producteurs

Pourquoi est-ce que vous approvisionnez ce dispositif ?

Combien (en volume, en chiffre d'affaire et en temps consacré) représente ce circuit de distribution par rapport aux autres ?

Les approvisionnements sont-ils réguliers ?

Avez-vous eu l'occasion de rencontrer les bénéficiaires ?

Avez-vous l'impression qu'il y a une bonne connaissance de vos produits par les gestionnaires du dispositif ?

## Annexe 3

INITIATIVES ACCECIBLE AYANT FAIT L'OBJET D'ENTRETIENS

### AMAP MONDE DU BLOSNE

SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Président de l'AMAP

AMAP créée en même temps et à côté de l'épicerie sociale

Les paniers non récupérés sont donnés à l'épicerie sociale TYSOL animé par le centre social (le prix des paniers étant trop élevé pour les bénéficiaires du centre)

Les produits sont donnés par les AMAPiens mais ce système « n'est pas satisfaisant pour les bénéficiaires de l'épicerie ».

Le dispositif TYPOZ permet d'aider les adhérents des épiceries à migrer vers l'AMAP (le choix des futurs adhérents est confié aux animateurs de l'épicerie)

Travail « d'éducation alimentaire » dans le cadre d'ateliers de cuisine (ce moment permet de repérer les personnes intéressées par les paniers). Les autres cours sont faits avec des produits de la banque alimentaire  
L'initiative au sein du centre social est portée par une conseillère en économie sociale et solidaire

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Site internet de l'AMAP : <http://www.lamapmondedublosne.fr>

Le site est très opérationnel pour le fonctionnement de l'AMAP (produits à commander, adhésion, paiement en ligne).

On y trouve néanmoins l'histoire relative à la création de l'AMAP ainsi que la charte des AMAP dans sa version de mars 2014, qui évoque essentiellement les engagements réciproques entre les AMAPiens et les Paysans dans le cadre d'une coproduction permettant de faire émerger une agriculture de proximité, des pratiques agro-écologiques, la souveraineté alimentaire des territoires, la lutte contre le gaspillage, des actions d'éducation populaire.

Les sujets de solidarité ou de prise en compte des populations qui - pour des raisons culturelles, sociales ou économiques - ne peuvent accéder à ces produits, ne sont pas évoqués.

Le site ne mentionne pas non plus le partenariat avec le centre social (distribution des paniers non récupérés).

Profil facebook du centre social Ty Blosne :

Le profil Facebook du centre social mentionne essentiellement des événements culturels ou des temps de convivialité (repas de Noël).

Il mentionne également l'organisation d'un collectif d'animation (annuel) en mai 2017. Il faudra voir si le fruit du travail de ce collectif est partagé et s'il promeut des actions en lien avec l'alimentation

En tout état de cause, il n'y a aucune allusion au partenariat avec l'AMAP du Monde de Blosne

Page Internet du centre social : <http://www.centres-sociaux-rennais.fr/accueil/les-centres-sociaux/ty-blosne/presentation/var/lang/FR/rub/2506.html>

Attention à la date de mise à jour car le dernier rapport annuel disponible est de 2012 – PM : première distribution de l'AMAP en 2010)

« Le centre social partage les locaux avec six autres entités (Mairie de quartier, CDAS, CCAS, Mission Locale, CAF, Direction de quartier). Il agit en partenariat avec les structures sociales du quartier, les bailleurs, les établissements scolaires, les équipements d'animation du quartier... Il coordonne également le Forum des Associations en septembre »

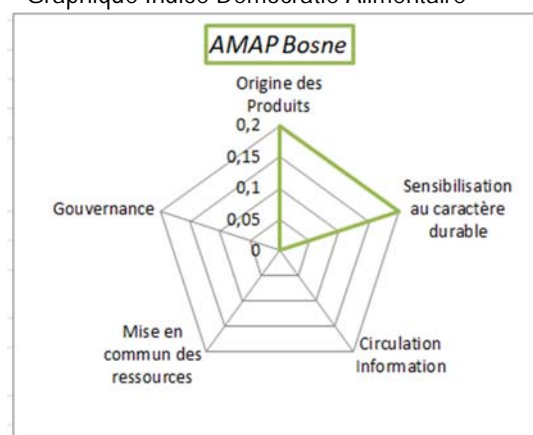
Le Centre a l'ambition d'être une véritable "boussole du quartier".

La page ne fait pas référence à la coopération avec l'AMAP du Monde de Blosne.

QUESTIONS / OBSERVATIONS :

- Essaimage de l'AMAP :  
Sur quels critères s'effectue la sélection des futurs « adhérents » de l'AMAP à travers les ateliers de cuisine ?  
Comment le dispositif TYPOZ permet la transition entre le centre social (panier gratuit) et l'AMAP (notamment d'un point de vue économique) ?  
Quelle quantité de F&L représentent les paniers donnés à l'épicerie ?  
Combien de ces familles ont pu devenir adhérentes de l'AMAP (cette adhésion s'effectue-t-elle dans la durée) ?
- Epicerie sociale :  
En dehors des paniers donnés par l'AMAP, quelle est la politique d'approvisionnement de l'épicerie ? (à priori les produits de l'AMAP ne profitent qu'à un atelier cuisine)
- Quelles sont les motivations / modalités de coopération entre les AMAPiens, les bénéficiaires de l'épicerie sociale, les producteurs et les salariés du centre social ?  
Le site de l'AMAP ne mentionne pas cette action et n'encourage donc pas à une réflexion ou à une action plus substantielle sur ce sujet.

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## BIOCABAS ACCESSIBLES

SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Producteur Bio de l'AMAP du Cambésis (fournisseur des paniers)

L'AMAP approvisionne le dispositif des Biocabas dont 50% du coût est pris en charge par le centre social (via le département).

Les paniers sont distribués aux bénéficiaires du centre social + 1 panier pour les ateliers cuisine.

Organisation de visites de ferme qui permet aux bénéficiaires de « sortir de leur univers » et d'aller à la rencontre de celui des producteurs.

Le récent changement d'animateur du centre social s'est accompagné de la fin des distributions des paniers (centre social moins impliqué sur ces sujets)

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Vidéo sur youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=U0YbPVprvh0>

Site internet : <http://www.bioaccessible.fr/site/>

Il s'agit d'un blog alimenté par GABNOR qui présente l'action de Biocabas Accessible. A noter que ce blog n'a pas été actualisé depuis 2015 (les derniers événements ou témoignages présentés s'étalent sur 2014 et 2015)

Pas de profil Facebook mais relais de l'action « Biocabas Accessible » sur les profils de :

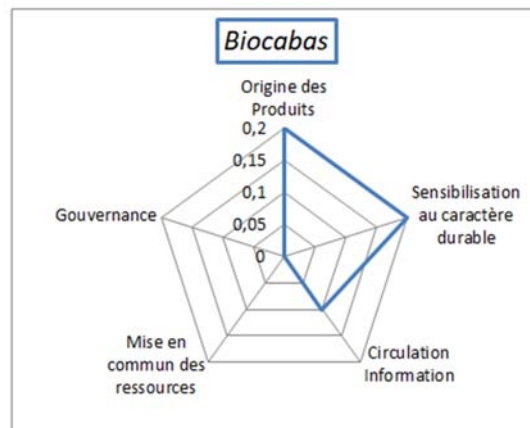
- GABNOR : dernier post sur le sujet en avril 2014 (journée thématique santé de Lille)

- Centres sociaux : Post du Centre social Lazarre Garreau le 24/11/2016 et du Centre social Cocteau en Octobre 2015 sur l'arrivée des Biocabas Accessibles
- Biocabas / Terres de lien : Post en décembre 2012 sur un reportage relatif aux Biocabas Accessibles

QUESTIONS / OBSERVATIONS :

- Quelle est la pérennité du dispositif compte tenu de son financement (50% du coût est supporté par le département) et de sa diffusion (soumise à l'appétence des animateurs des centres sociaux au sujet de l'alimentation durable)
- Sessions de formation organisées par le GABNOR sur le thème de l'alimentation de qualité
- Leadership du projet tenu par GABNOR qui semble être la pierre angulaire du dispositif. Quel est finalement son retour sur investissement ? Cela représente-t-il un débouché important ?
- Pas d'éléments chiffrés sur le public ayant bénéficié de l'action : profil des foyers, nombre, durée d'abonnement...

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



Bou'SOL

SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Entretien avec le chargé de mission communication (27 ans – 3 mois dans le réseau – pas de sensibilité particulière pour l'alimentation de qualité)

Le réseau Bou'sol (SCIC) assure le développement de boulangeries biologiques solidaires « Pain et partage » à Marseille afin d'assurer la structuration de filières biologiques et locales « blé-farine-pain » (véritable démarche d'excellence depuis la production jusqu'au pétrissage de la pâte)

Il soutient d'un côté les producteurs et de l'autre sensibilisation des publics à la qualité alimentaire :

- salariés en insertion (le chantier interroge les publics concernés sur leur propre mode de consommation) /
- bénéficiaire restauration collective (Sodexo) /
- bénéficiaires structures caritatives.

Le réseau Bou'Sol anime un fonds de dotation (lancé en novembre 2016 et financé par Vinci et Fonds Epicurien) qui vise notamment à :

- Former des salariés en insertion
- Proposer des animations pédagogiques
- Approvisionner des structures caritatives (CRF / usagers Habitat Alternatif Social / Courses solidaires, etc.)
- Soutenir les agriculteurs en reconversion biologique.

La personne enquêtée n'a pas été en capacité de témoigner de l'action auprès des structures caritatives (groupe de travail avec élus). Celle-ci désigne les populations précaires par « populations sociales »

Finalités sociales / environnementales / économiques « dans l'air du temps » « cool »

Prix juste : Ne sait pas

Prix bénéficiaire : Fluctuant en fonction de l'importance de la commande

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Site internet : <http://www.bou-sol.eu>

Le site internet présente l'ensemble des actions du réseau. Le projet du fonds de dotation est décrit sur une page incitant au mécénat. Ce fonds de dotation est présenté comme un moyen de décupler les impacts sociétaux et environnementaux du réseau Bou'Sol.

Profil Facebook : Bou'Sol communique essentiellement sur l'action de Pain et Partage. Les informations sur les actions à destination des secteurs caritatifs sont accessibles sur le post concernant le concours Aviva.

QUESTIONS / OBSERVATIONS :

- La question est de savoir quelle(s) action(s) est évalué par le comité « Accécible » (actions menées par le fonds de dotation, actions de sensibilisation des salariés en insertion et de certains publics « convives » de la restauration collective ?). Comme la cible est relativement floue, les informations recueillies sont finalement très généraliste.

L'entretien est réalisé auprès du responsable communication qui semble considérer l'accès à une alimentation de qualité pour les publics les plus précaires (qu'il qualifie de « populations sociales » comme « cool » et « dans l'air du temps » au même titre qu'un certain nombre de valeurs environnementales.

Initiative supprimée -

## CABAS DES CHAMPS

SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Co-créatrices du projet

Initiative citoyenne pour créer une épicerie solidaire mais difficulté administrative (affiliation ?) pour aboutir. Cette initiative a donc débouché sur la création d'un groupement d'achat.

Plusieurs centres sociaux sur Brest ont mis en place ce système de cabas

Ce groupement a fait le choix de ne pas proposer de produits de type « aide alimentaire » tels que les pâtes, le riz, les couches malgré les demandes des familles et du conseil départemental.

Choix de produits faciles à cuisiner (s'intégrant dans « plats de tradition française », pas trop chers (sauf « produits plaisir ») avec des possibilités de conservation longues

Concrètement, il s'agit de : Fruits et Légumes + Lait / Yaourts + œufs + caramel + Crêpes

Pas de viande malgré la demande de quelques bénéficiaires (volume insuffisant et problème de stockage)

Les commandes s'effectuent par mail ou sur des feuilles mises à disposition à l'accueil. Les distributions se déroulent dans le centre social.

Les prescripteurs sont le CDAS et les assistantes sociales.

Le groupement rassemble un noyau dur de clients + des gens qui vont/qui viennent sans que les responsables



ne sachent pourquoi (projet de questionnaire avec la CAF pour analyser ce phénomène).

A noter que le groupement a perdu plusieurs adhérents cette dernière année sans comprendre pourquoi.

Le groupement souhaite faire signer une charte aux adhérents pour éviter qu'ils considèrent ce dispositif comme un simple supermarché (notamment dans leurs attentes vis à vis des bénévoles qui en assurent le fonctionnement). Cette charte ne concerne pas les producteurs.

Concernant les relations avec les producteurs :

Le groupement « veut des légumes d'un bon rapport qualité prix et si possible moins chers que dans les grandes surfaces... Et que les producteurs rentrent dans les quartiers... Pour valoriser les circuits courts ».

Le groupement s'est confronté à un litige avec un producteur de « légumes d'antan » qui ne veut plus travailler avec ce dernier. Il a également connu des difficultés avec un producteur de pommes de terre (qui aurait vendu des légumes atteints d'une maladie et donc peu consommables).

D'une manière générale, les producteurs « n'ont pas le choix » pour proposer leurs prix (les bénévoles se réfèrent aux prix des supermarchés).

Les bénévoles échangent peu avec les producteurs sur la saisonnalité des légumes

Enfin, les producteurs ne sont pas intéressés aux décisions de l'association ou conviés aux repas de fin d'année.

Concernant le financement :

Autofinancement du fonctionnement de l'association

Subvention de la mairie pour acheter le matériel de distribution (balance, stockage...)

Le centre social a un droit de regard sur les finances de l'association. La référente famille du centre conseille l'association sur son fonctionnement opérationnel (conseils plus ou moins suivis selon les affinités entre personnes)

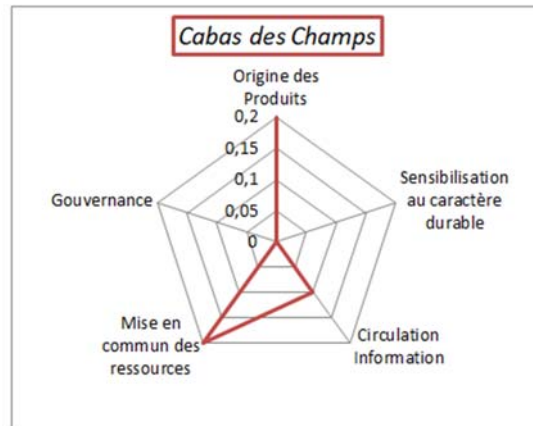
PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Profil Facebook du centre social de Kerangof : Aucune activité

Profil Facebook du centre social de Kerourien : Organisation de repas festif à thème (cuisine palestinienne) et d'animation cuisine (octobre et novembre 2016) mais pas de référence à Cabas des Champs.

QUESTIONS / OBSERVATIONS :

- Le dispositif semble peu participatif :
  - aucune co-construction avec les producteurs et les bénéficiaires, qualité des échanges avec le personnel du centre social fluctuante selon les personnalités.
  - Pas d'interactions entre les parties prenantesCette façon de fonctionner explique peut-être la perte d'une partie des « clients » des cabas.
- Une approche de l'approvisionnement qui semble essentiellement dictée par les prix (à l'exception des tomates). La responsable des Cabas indique que les producteurs n'ont pas le choix sur les prix.



## DE LA FERME AU QUARTIER (DLFAQ)

SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Co-fondateur de DLFOA

Objet : Livraison de paniers « solidaires » + groupement d'achat

Historique :

Inspiration Solid'Arles – finalement non retenue car le fonctionnement de Solid'Arles<sup>3</sup> est très spécifique (producteurs très proches de la ville et gros soutien de la mairie)

Association créée par un groupe composé de l'ADDEAR, de producteurs, de la confédération paysanne et de responsables d'associations de quartier. Tentative de collaboration avec :

- Le Secours Catholique qui était intéressé par les légumes uniquement pour préparer une soupe populaire
- Le CCAS qui a finalement validé la possibilité d'utiliser les chèques CCAS dans le dispositif DLFAQ

<sup>3</sup> Solid'Arles a déposé le bilan en 2017

Fonctionnement :

Panier sur abonnement (3 mois) distribués dans 9 lieux différents

Contenu des paniers : légumes, fruits, fromages, lait, yaourts, viande bovine et ovine, charcuterie, œufs, pain

Groupement d'achat : huitres, agrumes corses AB, lentilles vertes AB Puy en Velay, pâtes artisanales AB, huiles.

DLFAQ est plus populaire que le système AMAP (beaucoup de bouche à oreille + organisation de dégustations)

Conseil d'administration : 1/3 paysans, 1/3 consommateurs, 1/3 responsables des associations livrées par DLFAQ

Prix : Prix des F&L (différent pour chaque producteur en fonction de son prix de revient – lissé grâce au contenu du panier) + % des frais de fonctionnement (calculé en fonction du quotient familial des familles) qui permet au dispositif de s'autofinancer.

Certaines personnes refusent de financer un coût de fonctionnement

Frustration de ne pas pouvoir intervenir auprès des « plus pauvres »

Projet : Ouvrir un nouveau lieu de distribution + développer la vente de surplus

#### Entretien ADDEAR :

Il s'agit d'une activité commerciale (vocation sociale du projet « mise au 4<sup>ème</sup> plan »)

L'objectif de départ était trop ambitieux : 600 contrats, SCOP à créer... (compliqué sur Saint Etienne qui dispose déjà de beaucoup d'AMAP et de marchés de détail).

Les agriculteurs s'investissent peu dans les distributions (c'est un point d'achoppement néanmoins les responsables concèdent que ce point est difficile à exiger compte tenu du volume vendu via DLFAQ).

DLFAQ souhaite encourager la consommation de produits de qualité au-delà des confessions religieuses

#### PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Site internet : <http://www.delafermeauquartier.org>

DLFAQ présente son objectif principal comme étant de « sauver l'agriculture paysanne locale mise en danger par les centrales d'achats imposant des prix de vente inférieurs aux prix de revient et ne permettant pas aux producteurs de vivre de leur métier. »

Le site met l'accent sur l'articulation entre des prix :

- rémunérateurs pour les producteurs
- abordables pour les consommateurs

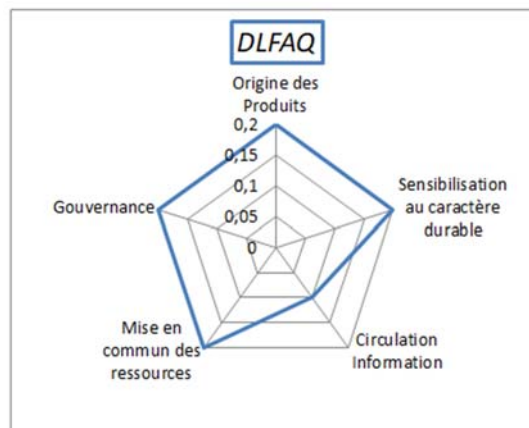
Action relayée sur le Portail pour l'accès aux droits sociaux

Profil Facebook : Actualité sur les 2012 et 2013. Elle concerne uniquement la mise en avant des produits.

#### QUESTIONS / REFLEXIONS :

- Une intégration des producteurs et plus largement du monde agricole dans la construction du dispositif
- Un système qui rappelle celui de « la Ruche qui dit oui ».  
Pour mémoire la Ruche assure son fonctionnement en récupérant 16,7% du chiffre d'affaire réalisé par le producteur (50% de ce « prélèvement » va au responsable de la ruche et les 50% restant à la « ruche-mama »)  
L'autofinancement de DLFAQ repose sur le prélèvement de 10% en moyenne du prix du panier auprès du consommateur et de 15% auprès du producteur.  
Le coût de fonctionnement de DLFAQ et le souhait d'être autonome financièrement impliquent que le dispositif adopte une approche commerciale et écarte de ce fait sa vocation sociale initiale.

#### Graphique Indice Démocratie Alimentaire



#### FAMILLE A ALIMENTATION POSITIVE

##### SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Participante d'un défi

Participation à un défi porté par l'association « Les Coquelicots » (qui essaie de promouvoir d'autres modes de vie)

Découverte de nouveaux circuits de distribution et de nouvelles recettes

Défi rythmé par 5 temps de rencontre (entre novembre et juin) dont :

- l'organisation d'une « biovette » lors de la fête de la musique
- la rencontre de producteurs, d'un traiteur, d'un diététicien

Personne interviewée : Animatrice ARDAB (Association des agriculteurs bio Rhône et Loire)

Dispositif porté par l'ARDAB, initié par Alain Chabrolle (élu chargé de l'environnement et de la santé au conseil régional)

Initialement, volonté de s'adresser à des familles à « faible revenu » - objectif délaissé pour toucher un public plus large

Les équipes FAAP sont constituées via des structures relais du type centres sociaux, MJC, CCAS, associations locales (8 à 12 familles par équipe)

Intégration d'entreprises dans le dispositif pour toucher un public plus vaste

En pratique, le défi est suivi via le site internet de FAA qui permet pour chaque participant de saisir ses achats (libellé, gamme de produits, lieu d'achats, prix, provenance, le nb de convives concernés par les repas)

Fragilité du modèle économique avec le désengagement de la région dans son financement

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Site internet :

Le site présente l'initiative comme visant à « démontrer de manière conviviale que l'on peut avoir une alimentation savoureuse, bio et locale, sans augmenter son budget alimentaire ! »

Il annonce clairement que le dispositif est porté par le réseau des producteurs bio.

Présentation des défis et des animations

Mise à disposition de guides pour « manger bio sans se ruiner » (extrêmement bio construits) et de document de présentation des défis (témoignages, recettes, présentation d'un lieu ou d'un produit)

Profil Facebook :

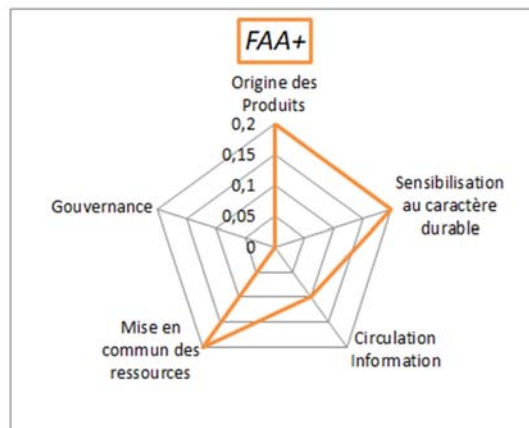
Présentation :

- des défis d'animations en lien avec l'alimentation durable, la gestion des déchets
- de l'actualité relative à la consommation de produits bio (non validation du projet de loi en faveur de 20% de bio dans les cantines, diffusion de documentaires, lancement d'un supermarché coopératif)

#### QUESTIONS / REFLEXIONS

- Quel est le profil des familles touchées par ses défis ? Quelles conclusions en tirer ? (limites liées aux moyens humains et matériels de l'ARDAB ? Problème de diffusion des défis dans les quartiers /villes ? )
- Quel retour sur la composition des équipes ?
- Programme identique quel que soit le public (urbain/rural, revenus variables) – Réflexions à avoir sur la durée (trop longue / courte ? – à moduler selon les défis)
- Quels sont les objectifs du Grand Lyon et les modalités de coopération avec l'ARDAB compte tenu du poids de la collectivité dans le financement du dispositif (et de la pression qu'elle met pour toucher 1000 foyers...)

## Graphique Indice Démocratie Alimentaire



### LA CAGETTE

#### SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Animateur – Salarié de la Cagette

Association créée en 2015 – démarrage en groupement d'achat avec pour objectif d'aboutir à un modèle semblable à celui de la Louve

Implantation en centre ville de Montpellier dans un quartier populaire

L'adhésion est de 25 € ou de 5 € pour les minima sociaux (déclaratif)

Marge unique de 20% sur les produits

Pas de prix préférentiel en fonction du public mais une pluralité de produits en prix d'accès.

500 adhérents

L'association fonctionne en 8 groupes de travail de bénévoles, réunis mensuellement en forum (lieu des décisions). Les 8 groupes se répartissent le fonctionnement et les actions à réaliser : communication-

informatique- comptabilité-financement-appvisionnement- coordination des évènements - administration- petites mains.

5 ou 6 bénévoles permanents par jour

Modèle participatif

Pas de participation des collectivités/institutions

La ligne d'horizon est l'accès à une alimentation « correcte », cela veut dire : de qualité, (si possible bio ou raisonné) et locale ou proche

Le groupement distribue des produits alimentaires de base : riz, farine, huile, fruits, légumes, vins, jus de fruits ...

En pratique, il y a en général le choix entre un produit bio et un non certifié pour permettre l'accès sans bloquer par le prix (ex : huile d'olive à 4€ et 8€). Quand un produit est déclaré accessible par son prix et en bio, il n'y en a pas d'autre (ex : biscuits complets à 2€).

Difficultés d'accès pour certains produits proposés dans des conditionnements importants (Ex : Bidon de 5L d'huile d'olive à 50€)

Chaque produit est présenté dans une fiche

Entre 40 et 50% des produits achetés en direct aux producteurs

Actuellement, les achats sont possibles pendant une semaine en début de mois. Les adhérents sont informés de l'ouverture des commandes sur le site. Ensuite, le salarié a 10 jours pour lancer les achats, les récupérer et préparer les commandes. Distribution des cagettes le vendredi soir et le samedi une fois par mois.

#### Entretien 2 (bénévole de la Cagette) :

Approche engagée (assimilation à mouvement féministe, modèle anti système)

« C'est un projet de société pour des gens qui n'ont pas de revenus »

La personne interviewée évoque régulièrement des « discussions spéculatives » sur les emplois que pourraient générer ce dispositif.

« Les producteurs doivent vivre de ce qu'ils produisent... puis la chaîne s'organise pour que les gens puissent accéder à ces produits »

Pas de représentations des producteurs à la cagette (même s'il y a des producteurs / adhérents)

Objectif d'aboutir à une épicerie qui réponde à 100% des besoins

Stagiaire d'une diététicienne pour produire des étiquettes sur les modes de préparation – fabrication des produits

#### PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

##### Site internet :

La cagette est présentée dans les termes suivants :

*« Nous ne sommes pas satisfaits par l'offre en matière de commerce alimentaire dans notre ville, et avons entrepris de créer un lieu (une entreprise!) qui corresponde à nos idéaux en matière d'alimentation, d'agriculture et de commerce.*

*Nous voulons pouvoir acheter des produits issus d'une agriculture pérenne, respectueuse des sols, de l'eau et du vivant :*

- *Parce que les personnes qui cultivent et transforment nos aliments doivent être rémunérées correctement et travailler dans des conditions dignes.*
- *Pour permettre à tous l'accès à des produits respectueux de l'environnement et des normes sociales.*

*Cette coopérative sera un lieu de vie de notre quartier, un lieu d'échange, de partages et de débats.*

*Le modèle permet ainsi de maintenir des prix inférieurs à la grande distribution classique, tout en offrant un prix juste aux producteurs et en évitant la captation de bénéfices par des actionnaires.*

*Il s'agit simplement de rediriger les bénéfices de notre consommation vers les postes souhaitables (production agricole responsable et prix justes pour les consommateurs), selon le vœu de notre assemblée générale souveraine. »*

Le business plan disponible sur le site et présenté lors de l'AG dédiée à la validation de la reprise du magasin SPAR est basé sur les hypothèses chiffrées suivantes :

- Environ 1000 adhérents
- Panier mensuel moyen : 100 €/mois (dont 20% de marge)

Profil Facebook : Communication sur les événements de l'association (réunions d'informations..)

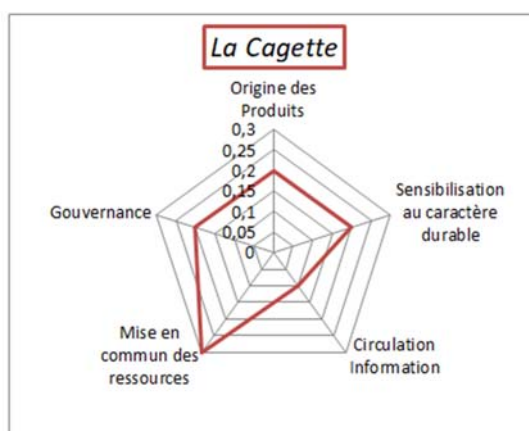
A noter un stand sur forum universitaire « Reac 2 » à l'Université Montpellier 3 en mars 2017



#### QUESTIONS / REFLEXIONS :

- Les prix / Le modèle économique :  
Un système qui rappelle celui de « la Ruche qui dit oui »<sup>1</sup>.  
L'autofinancement de la Cagette repose sur le prélèvement de 20% du prix des produits (ce taux n'est pas fonction des revenus des adhérents). Seul le montant de l'adhésion (symbolique) prend en considération les capacités financières de ces derniers.  
Quel projet de justice sociale à travers ce mode d'élaboration des prix ?  
À noter que le conditionnement de certains produits (bidon d'huile de 5L à 50€) peut également être dissuasif pour certaines familles.  
À préciser : le système de « négociation inversée » qui consiste à remonter le prix de produits jugé « trop bas » (exemple des yaourts dont le prix de 45 c€ est remonté à 80 c€ - ce nouveau prix étant « moins cher qu'en grande surface capitaliste »)  
À qui profite cette négociation ? Dans quel but réaliser une telle augmentation ?
- A quoi correspond le panier moyen pris comme hypothèse lors de l'AG validant la reprise du SPAR (100€/mois/adhérent). La Cagette souhaite pouvoir répondre à 100% des besoins des adhérents. Serait-ce vraiment le cas dans ces conditions ?
- Ce dispositif permet-il à tous les publics de se réapproprier la question de l'alimentation (notamment à travers le prix mais aussi la démarche en terme de fonctionnement participatif, des modes de communication auprès des adhérents...) ?
- Quel est le retour des producteurs sur ce dispositif ?
- Ce dispositif s'appuie sur un important engagement citoyen fort. Il constitue une nouvelle approche du commerce. Il serait intéressant d'étudier les points de divergence (choix des produits, fonctionnement sur le bénévolat) et de convergence (rationalisation des livraisons, prix identiques pour tous...) entre ces deux modèles.

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## MICROMARCHE

### SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Entretien 1 (CCAS Nantes) :

Contexte : réflexion de plusieurs partenaires (CAF, Banques alimentaire, CESF, ECOS...) pour trouver une alternative aux paniers bios / raisonnés

Initialement, les bénéficiaires devaient être détenteur d'une carte blanche (accès préférentiel aux équipements publics). Aujourd'hui le dispositif est ouvert à tous.

Distribution de F&L préalablement commandés sur internet via des associations partenaires d'ECOS comme la Nisanerie

Souhait de mettre en place une charte pour que l'accès aux droits (sociaux ?) soit aussi un objectif

Prix des légumes unique pour tous les publics – la cotisation varie selon les revenus (10 centimes à 2 € en plus du coût du panier)

Le public n'est pas forcément aisé mais il est sensible aux enjeux de développement durable. Pas de public fragile car « ils ne savent pas faire avec le public fragile : ni les chercher, ni les accompagner. Ce public a été chassé »

Projet de travailler sur l'émission de chèques alimentaires dédiés aux micromarchés

Aujourd'hui il n'y a plus de comité de pilotage donc plus d'implication de la CAF, CPAM...

Fin du soutien de l'ARS car les micromarchés sont trop orientés bio et l'équilibre alimentaire n'est pas vu sous le même angle que celui de l'ARS (végétarisme ? régime vegan ?)

Les porteurs du projet de micromarché souhaitent créer une SCOP avec obligation pour les adhérents de donner 3h/mois bénévolement + 20% marge sur produits distribués

### Entretien 2 (Chargée de projet micromarché – salariée ECOS) :

ECOS : Association portant des projets mêlant l'art et l'écologie urbaine

L'objectif initial était de proposer un accès aux produits alimentaires de qualité

Chaque bénéficiaire envoie sa commande et fait son panier lors de la distribution

3 lieux de distribution dans Nantes

Objectif :

- proposer 6 à 8 lieux de distribution
- crée une coopérative d'intérêt collectif afin d'associer toutes les parties du projet (qui se substituera à ECOS)

Le dispositif touche les personnes les plus démunies via les CCAS

Connaissance de tous les producteurs des produits en vente (tous impliqués dans une démarche environnementale et sociale). Il y a des maraichers classiques et des jardins d'insertion. Les prix sont donnés par les producteurs.

Volonté des adhérents de diversifier la gamme de produits

Actuellement, le dispositif est financé par le CCAS, de la Région, du Département et de la Fondation Carasso

### Entretien 3 (salarié du micromarché) :

Public :

- beaucoup de jeunes
- peu de personnes précaires du fait 1/ de l'ajout d'une marge pour financer le fonctionnement du dispositif et 2/ de la stigmatisation liée au statut social ( ?)
- peu de personnes âgées qui ne se sentent pas à l'aise

Le micromarché c'est un modèle hybride, entre l'AMAP et le groupement d'achats (qui fonctionne avec des bénévoles) et la Ruche qui dit Oui (qui fonctionne avec des salariés).

#### PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Site dédié micromarchés : <http://www.micromarche.fr>

Le site présente très rapidement le concept et ne donne aucune information sur l'origine « sociale » du dispositif : « Le MicroMarché est un projet de circuit court de proximité co-géré par ses adhérents, ses producteurs et les différents collectifs et associations y prenant part. Il permet de commander chaque semaine des produits biologiques et locaux, au choix et sans engagement, à des prix attractifs et solidaires ».

Il présente beaucoup plus largement les lieux de distribution, les producteurs, les animations : cours de cuisine, rencontres associatives (pas de détail) et rencontres producteurs (idem).

Il présente en outre les « engagements » de Micromarché :

- Produits bios, locaux, variés et de saison
- « Des commandes au choix et sans engagement »
- « Des prix transparents et équitables » : « Prix fixés par les producteurs « auxquels « s'ajoutent une marge » (fixe de 11%) « et une cotisation solidaire » (de 10 centimes à 2 € selon les capacités de chacun) « permettant de couvrir les coûts de fonctionnement du micromarché »  
« Le produit de cette cotisation sert à montrer la solidarité entre les adhérents ainsi qu'à rendre viable le projet à long terme »
- « Des animations pour maîtriser son alimentation » (cf. ci-dessus)
- « Des dynamiques solidaires pour une économie circulaire » :

*« Les produits proposés sont tous issus de fermes et chantiers d'insertion de Loire-Atlantique ou des départements limitrophes. Les distributions quant à elle sont effectuées par des associations de quartiers partenaires du projet au plus près des habitants. Ce fonctionnement permet de dynamiser le tissu économique et associatif local tout en créant du lien et en limitant les déplacements nécessaires à l'approvisionnement alimentaire des habitants de Nantes Métropole et des communes alentours.*

*Le projet s'inscrit donc ainsi dans les trois axes de développement durable que sont l'environnement, l'économie et le social en faisant interagir les trois sur un territoire déterminé et limité.*

Il présente enfin les modalités de participation au projet de création de SCIC.

Site ECOS : <http://www.ecosnantes.org/micromarche.html>

Les micromarchés sont présentés sous l'angle suivant :

« L'objectif général du projet est de participer à la mise en place d'un système alimentaire durable sur le territoire de Loire Atlantique en lien avec les producteurs, les transformateurs, les acteurs (organisation de producteurs, associations...) et les consommateurs ».

« Le projet vise :

- Le lancement d'un lieu de vente central (...)
- Le développement de points de vente en zone rurale (ex : fermes-relais) sur le même principe que les micromarchés urbains afin de toucher un public disposant de peu d'offre regroupées en produits locaux de

qualité (souvent AMAPs ou vente direct d'un seul type de produit à la ferme) et de créer des interactions ville-campagne au sein de la coopérative ».

### Profil Facebook des micromarchés

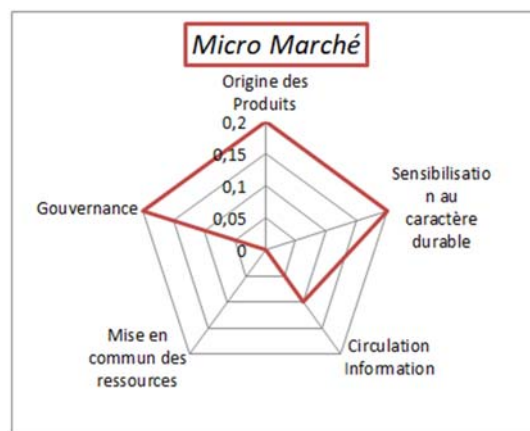
Les posts sur le profil FB des micromarchés portent essentiellement sur :

- le rappel des commandes
- les réunions publiques relatives à l'évolution du dispositif vers le statut de SCIC (+ ouverture d'un bar/épicerie également porté par la SCIC)
- quelques liens vers des articles de sensibilisation aux enjeux environnementaux attachés à l'alimentation, à l'agriculture paysanne...
- des animations en lien avec les producteurs « micromarchés »

#### QUESTIONS / REFLEXIONS :

- Quid proportion de populations précaires parmi les bénéficiaires ? (le CCAS semble dépossédé du projet)
- Préciser les modalités de coopération des producteurs dans le pilotage du dispositif (annoncé sur le site de micromarché mais non explicité)
- La solidarité sur la cotisation panier semble relativement symbolique (comprise entre 10 centimes et 2€/panier)

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## CIVAM SEMAILLES

SYNTHESE DE L'ENTRETIEN :

Personne interviewée : Salariée Semailles

Contexte du territoire :

- structures agricoles de petite taille ayant de vraies difficultés à survivre
- secteur très rural = pb de lien social et d'isolement
- Toulouse qui rejette de plus en plus à la périphérie les habitants les plus pauvres

Actions :

- Organisation de cours de cuisine inter-générationnel (4€)
- Glanage sauvage (familles + 60 à 75 ans)

Aucune participation des bénéficiaires des restos du cœur aux ateliers cuisine et glanage (problème de « stigmatisation » dans un environnement où tout le monde se connaît ?)

- Distribution alimentaire pour les restos du cœur (réalisé également par des bénévoles des Restos du Cœur qui sont également bénéficiaires du dispositif)

L'action c'est d'abord la relocalisation de l'alimentation des habitants du territoire et le lien social

4 à 5 maraichers bio donnent des produits non commercialisables qui servent aux ateliers de cuisine et aux distributions pour le resto du cœur + produits achetés sur le marché de Caussade (ex : Pomme de terre à 1/kg)

D'une manière générale les produits sont choisis en fonction de leur fraîcheur et de l'itinéraire du producteur (le public n'est pas impliqué dans l'approvisionnement)

Partenariat avec association « Histoires recyclables » (qui travaille sur l'éducation à l'environnement et au gaspillage alimentaire)

Financement CAF / MSA / DRAAF / ARS /

Mise à disposition de locaux par la Mairie

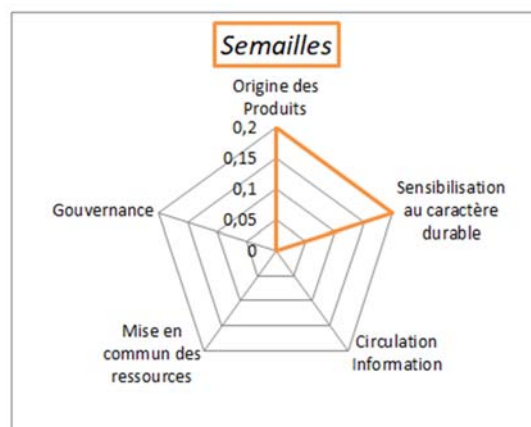
PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Pas de présence sur le net

QUESTIONS / REFLEXIONS :

- Particularité du territoire touché par l'isolement/le vieillissement et la précarité de la population qui donne des enjeux et des conditions très propres à ce territoire (ex du marché de Caussade)
- Pas d'implication des bénéficiaires dans l'achat des produits.
- Pas d'implication des producteurs dans les ateliers/distributions.
- Réflexion à avoir sur les conditions permettant aux bénéficiaires des restos du cœur de s'associer aux ateliers de glanage/cuisine.
- L'entretien ne permet pas de savoir si les Restos du Cœur ont une attention particulière sur leur circuit d'approvisionnement en dehors des dons des maraichers.

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## INITIATIVES N'AYANT PAS FAIT L'OBJET D'ENTRETIENS

### LES ANGES GARDINS

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Sites consultés :

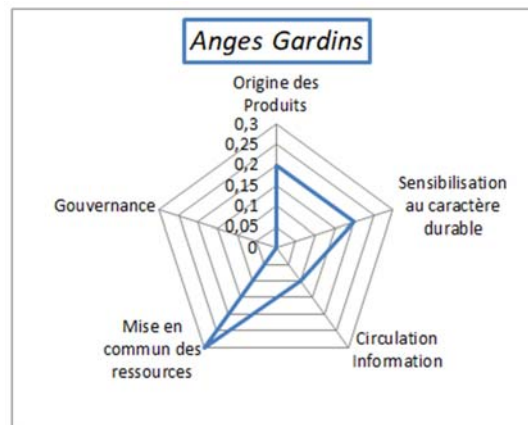
[https://www.fondation-vinci.com/fondation/fr/nos-projets/pages/les\\_anges\\_gardins\\_pole\\_de\\_transformation\\_alimentaire\\_vieille\\_eglise\\_france\\_5456.htm](https://www.fondation-vinci.com/fondation/fr/nos-projets/pages/les_anges_gardins_pole_de_transformation_alimentaire_vieille_eglise_france_5456.htm)  
<http://www.terraeco.net/La-vie-revee-des-Anges-gardins,58773.html>  
<http://www.cotequartiers.fr/a-calais-les-anges-gardins-ambassadeurs-du-bien-vivre-alimentaire/>  
<http://horizontalimentaire.fr/angesgardins>

### Profil Facebook

Posts sur :

- L'actualité du jardin
- Les animations cuisine
- Des événements : « Vivre mieux avec les plantes », formations...
- Les menus de la Table de Cocagne
- Quelques événements culturels

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## VRAC

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

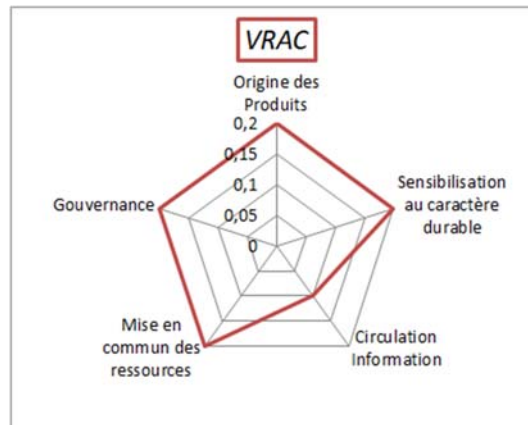
Sites consultés : <http://vrac-asso.org>

Profil Facebook

Posts sur :

- Le concours de cuisine
- Le livre de cuisine
- Les ateliers cuisine
- Les distributions

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## AGORAE

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Sites consultés :

<http://www.fage.org/innovation-sociale/solidarite-etudiante/agorae-fage/>

Facebook (profil pour Agoraé Amiens) – Posts sur :

- La vente de paniers de fruits et légumes
- Les « repas solidaires » (tous les vendredis de « ramasse »)
- L'organisation d'ateliers de cuisine
- Des sujets divers en lien avec la vie étudiante (contraception, politique, recherche d'emploi)

Facebook (profil pour Agoraé Paris) – Posts sur :

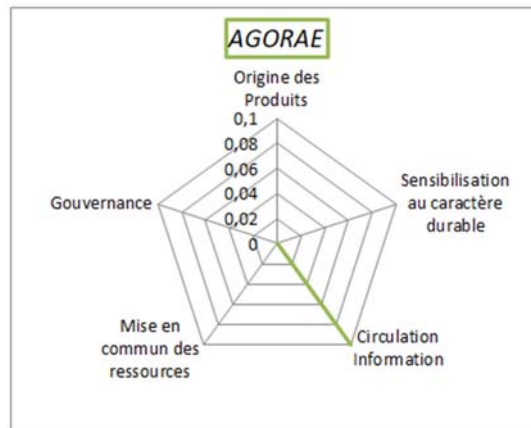
- Des collectes
- D'événement dans le cadre de la semaine étudiante du développement durable (disco brunch, friperie...)
- La possibilité de commandes des fruits et légumes bios

Facebook (profil pour Agoraé Lyon) – Posts sur :

- La composition des paniers de fruits et légumes  
Exemple le 29 mars : 10 champignons - 1 salade - 1 artichaut –  
1 poignée d'haricots verts - 3 pommes de terres - 5 tomates -

- 1 oignon ou 1 aubergine ou 2 asperges -
  - 1 barquette de framboises ou 5 fraises ou 2 bananes
  - Divers événements
- Facebook (profil pour Agoraé Strasbourg) : très peu de post sur l'actualité en lien avec l'épicerie.

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



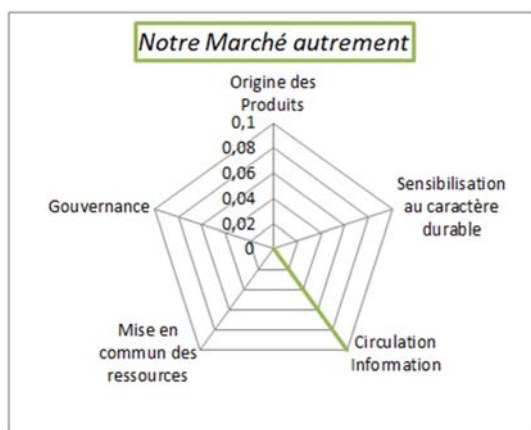
## NOTRE MARCHÉ AUTREMENT

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Sites consultés :

<http://rtes.fr/Ouverture-epicerie-sociale-et>

Graphique Indice Démocratie Alimentaire





## ONDINE

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

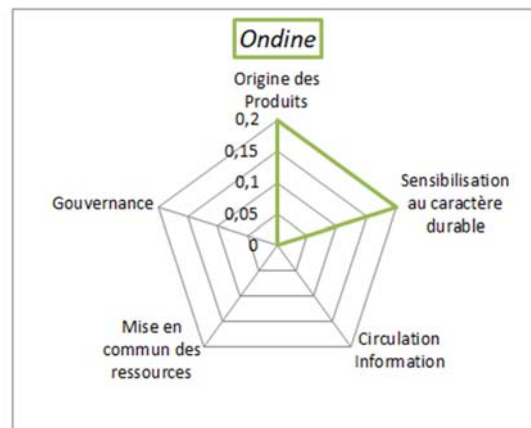
Sites consultés :

<http://www.ondine.info/index.php/wkd/show/informations>

<https://www.agriculturepaysanne.org/files/Rapport-activity-ARDEAR-2011-ly-ger.pdf>

<http://www.rhone-solidaires.org/structures/ondine>

Graphique Indice Démocratie Alimentaire



## LES PANIERS MARSEILLAIS

PRESENTATION DU PROJET VIA LES RESEAUX SOCIAUX :

Sites consultés :

<https://www.lespaniersmarseillais.org>

<http://www.resolis.org/fiche-pratique/les-paniers-marseillais/1137>

Profil Facebook Posts sur :

- L'éducation à une consommation durable
- La participation à des événements festifs
- Les animations (visite de ferme, écoles...)

Graphique Démocratie Alimentaire

