



« La Parole aux Acheteurs-Acteurs »



H Boissonnat Pelsy ; Ambre Rollot ; Justine Jourde, Sophie Hege ; JD Billiotte,

Juin 2023

Introduction	7
Méthode	12
Une trame d'Animation	12
Trame d'entretien	13
Les 18 labos participants	15
Constats et analyse	16
Constats généraux sur les conditions de vie	16
1. Les personnes sont en état de stress et de « mal être » face à l'alimentation	16
2. Si le constat de l'augmentation des prix alimentaires et des autres dépenses est bien réel, ils savent faire preuve de résilience.	17
3. L'inflation des prix alimentaires et les autres dépenses	17
4. Leurs lieux d'achat LIDL ALDI ont changé de cible populationnelle, les personnes en précarité alimentaire ne s'y retrouvent plus	18
5. Certains produits, viande, poisson, légumes, fruits frais, œufs et laitages, ne sont plus achetés et d'autres produits deviennent prioritaires parce qu'ils contiennent des protéines destinées aux enfants afin qu'ils grandissent bien	18
a. La viande et le poisson	18
b. Les fruits et les légumes	19
c. Les laitages	19
d. Les œufs	19
e. Les boîtes de conserve	19
6. Les produits alimentaires qui sont priorisés	19
a. Les protéines	19
b. En fonction des choix et des goûts	19
Constats sur l'association Emplettes&Cagettes	20
1. La transformation des regards et des positionnements sociaux	20
a. On a de la fierté et on le fait savoir	20
b. La qualité des produits permet de dépenser moins	20
c. C'est un autre style de vie, il faut prévoir s'organiser, faire ses produits	20
d. Les produits sont de bonne qualité et locaux, bio, bons.	21
2. La transformation des usages alimentaires des acheteurs :	21
a. Un système qui leur plaît	21
b. Un système qui permet à tous d'accéder aux bons produits	21
c. Une base d'épicerie sûre, stable et pas chère	22
d. Un système pratique	22
e. Les contenants sont écolos	22
f. La saisonnalité est respectée	22
g. Les gens ne se justifient pas sur leur vie : « plus besoin de prouver que vous êtes pauvre »	22
h. « Attention ! ça demande plus d'exercice cérébral, il faut commander pour la fin du mois »	22
i. Les personnes n'achètent plus de plats préparés	22
j. Les personnes ont le choix	22
k. La richesse culinaire des acheteurs est à l'honneur	23
l. Le retour des producteurs	23
m. Les personnes disent leur satisfaction	24
3. Les réflexions des acheteurs sur le concept	24
a. Le concept d'acheteurs qui achètent chez des producteurs ensemble est un bon concept	24
b. La question de l'efficacité de l'association et de son impact est posée : à partir des réponses comment se développer sur le long terme ?	24

c.	Pour les publics fragiles isolés, le concept n'est pas facile à mettre en place. En effet, les produits sont des produits à cuisiner et tous ne peuvent pas cuisiner : _____	24
d.	Les forces de l'association sont : l'engagement fort des acheteurs et une réponse à la précarité alimentaire dans la dignité _____	24
	L'engagement _____	24
	Une réponse à la précarité alimentaire _____	25
e.	Les faiblesses de l'association sont liées à la fragilité du modèle économique _____	25
	Le modèle dépend de financements externes _____	25
	Vendre plus cher pour dégager de la marge ? _____	25
	Le système dons contre dons (faire des dons à l'association lorsqu'on reçoit des produits qui ont été donnés) un moyen de trouver de la trésorerie ? _____	25
	Le modèle doit avoir un « équilibre relatif mais régulier » _____	26
	Avoir des recettes régulièrement alimentées par les personnes elles-mêmes _____	26
f.	La production locale peut ne pas suffire à nourrir les acheteurs _____	26
g.	Le positionnement des grandes surfaces _____	26
h.	Les réticences viennent des personnes âgées qui ont connu les privations ou le jardinage comme seul moyen d'approvisionnement. Ce retour à des produits non transformés, avec de la terre... et livrés dans des lieux moins jolis et attrayant que la grande surface, c'est un retour en arrière au temps de leur jeunesse, ils n'adhèrent pas. _____	27
4.	Constats sur les moyens de communication de l'association _____	27
a.	L'information pour les nouveaux acheteurs _____	27
b.	Les personnes qui transmettent l'information : intermédiaires, référents des labos _____	27
c.	La communication acheteurs et association _____	28
d.	Communication avec les politiques sur le concept du projet et son fonctionnement _____	28
5.	Les acheteurs construisent le collectif : la dynamique est portée d'abord par les acheteurs qui entraînent avec eux leurs proches et leurs vis-à-vis. _____	33
6.	La promotion d'Emplettes&Cagettes faite par les acheteurs _____	33
7.	Constats sur les prix des produits, le paiement, le packaging, les bons de commande _____	34
a.	Les prix des produits _____	35
	Les prix sont en phase avec les attentes des acheteurs et leurs possibilités. _____	35
	Pour les plus précaires l'offre ne correspond pas leur attente : trop cher par rapport à leurs possibilités _____	35
	« Le prix se justifie par la qualité mais il faut tenir compte des limites imposées par le portemonnaie » _____	35
	Chaque produit est analysé et le rapport qualité prix est retenu par les acheteurs _____	35
	Le prix est bas et les personnes sont rassasiées avec moins de poids de produit : cela revient donc moins cher _____	36
b.	L'encaissement _____	36
c.	La périodicité _____	36
d.	Le packaging _____	37
e.	Les bons de commande _____	37
8.	Constats et analyse des produits proposés par Emplettes&Cagettes _____	38
a.	On a le choix _____	38
b.	Les produits sont de bonne qualité et en accord avec les convictions des acheteurs _____	38
c.	Des produits qui permettent de bonnes recettes et la transformation des produits chez soi _____	39
d.	Des agrumes qui arrivent d'Espagne, des produits qui ne sont pas calibrés comme dans les supermarchés et qui ont un goût excellent, sont peu chers, et se conservent aussi plus longtemps. _____	40
e.	Les produits plébiscités : le riz, les pommes à croquer et les pommes à compote, les pommes de terre, les compotes, les betteraves, les carottes, les laitages, les œufs, et les produits de pays d'origine des acheteurs _____	40
	Les compotes _____	40
	Les betteraves _____	40

Les carottes	40
Les laitages	40
Les œufs	41
Le riz	41
Les pommes à compote	41
b. Comprendre les produits et leur saisonnalité	41
Les pommes de terre locales	41
Les pommes à compote et pommes à croquer	41
c. Trouver des produits de son pays d'origine	42
d. Les produits trop chers	42
e. Des prix pour les légumes en fin de saison	42
9. Les produits découverts avec Emplettes&Cagettes : les petits avocats d'Espagne, vendus au kg, les carottes bio d'un producteur, les poireaux du maraicher, le céleri, les pâtes artisanales, les patates douces, la tomme locale à l'ail des ours, les laitages d'Alsace lait...	42
a. Les avocats	42
b. Les carottes de M T	42
c. Les poireaux	43
d. Le céleri	43
e. Les pâtes artisanales	43
f. La patate douce	43
g. La tomme locale à l'ail des ours	43
h. Les laitages d'Alsace-lait	43
i. Les producteurs locaux	43
10. Constats sur l'intérêt des bons plans et des tableaux de promotions sur les produits de la semaine	43
11. Les participants aux laboratoires qui se sont exprimés n'ont pas compris que le tableau comparatif des promotions était un outil susceptible d'améliorer leur pouvoir d'achat	45
12. Constats sur les modalités de livraisons	47
Les moments de livraisons et les animations lors des livraisons sont globalement bien appréciés	47
Les horaires sont fixés en fonction des lieux qui les accueillent mais leur amplitude est trop restreinte pour ceux qui ont des obligations par ailleurs et, notamment, ceux qui travaillent	47
a. Les moments de livraisons	47
b. Les animations lors des livraisons	47
c. Les horaires	48
a. Certains adhèreraient volontiers et seraient contents d'avoir accès à cette offre, mais ils habitent dans des petits villages. Pour eux, Toul est trop loin et il n'y a pas de livraisons prévues pour les personnes disséminées :	48
a. La logistique	48
b. L'organisation des livraisons telle qu'elle est conçue, est parfois difficile à mettre en œuvre pour les référents	48
a. Les erreurs dans les livraisons	49
13. Constats sur les liens avec les producteurs	49
14. L'implication des bénévoles acheteurs/ acteurs dans l'association Emplettes&Cagettes	50
a. De nombreuses personnes disent que les moments ensemble, pour préparer les cagettes, pour faire les dossiers, chercher les meilleurs produits, sont autant de moments heureux et constructifs :	50
b. Les acheteurs apprécient les bénévoles et c'est gratifiant pour tous :	51
« Ah oui ! ils sont super agréables, super gentils, ils proposent un café » ; « il y a des bénévoles qui viennent qui sont de nos adhérents » ; « il y a pas mal de monde ». La phrase qui précède prouve une incompréhension du système associatif : « On est adhérent, donc le processus normal est d'être bénévole pour que ça fonctionne, même si, bien sûr, on ne peut pas avoir tout le monde bénévole, mais la logique de base du collectif de faire ensemble.	51

c.	De nombreuses personnes voudraient s'impliquer mais elles travaillent, et les jeunes actifs ne peuvent pas s'impliquer sur ces horaires.	51
d.	L'engagement des bénévoles est réel, ils trouvent leur place et disent être enrichis par leur participation :	51
e.	Les bénévoles sont des courroies de transmission de l'association dans le partage et pour le rappel de l'information :	52
f.	Les bénévoles ont aussi le souci de contribuer au passage de l'accompagnement à l'indépendance des acheteurs :	52
g.	La récupération des commandes, des paiements et des produits repose sur les bénévoles :	52
h.	L'essaimage est grandement porté par les bénévoles :	52
i.	L'implication du bénévolat dans la réalisation de produits mis à disposition des acheteurs	53
15.	L'action des bénévoles lors des jours de préparation des cagettes s'appuie sur un noyau bien constitué avec de nouvelles personnes qui s'y intègrent. Il y a de l'entraide et de la complémentarité, mais aussi parfois des tensions par suite d'incompatibilités entre les personnes. La communication entre tous est indispensable, l'attention à l'ergonomie dans les préparations et la manutention est importante	53
a.	Un noyau bien constitué et des nouveaux qui s'intègrent	54
b.	De l'entraide et de la complémentarité	54
c.	Une attention à une bonne communication entre tous	55
d.	La manutention : « des personnes ont mal au dos lors des préparations ».	55
e.	Il faut "être pris au sérieux et qu'on comprenne notre fonctionnement".	55
16.	L'implication des professionnels acteurs et acheteurs	56
17.	L'implication des associations partenaires	56

Propositions _____ **58**

A propos des produits _____ **58**

1.	Le minimum vital doit être assuré : les produits nécessaires pour bien se nourrir doivent être accessibles à Emplettes&Cagettes	58
2.	« Mettre sur le bon de commande d'autres produits suivant les saisons : huile d'olive, chou frisé, endive, asperges, concombre, petits pois, navets, poires, céleri, courgettes, salades, légumes secs, viande, bananes, yaourts région... »	58
3.	Permettre l'accès à l'achat de viande	59
4.	« Faire un catalogue des produits de l'année accessibles au fil des saisons »	59
5.	Bloquer les prix	59
6.	« Constituer un groupe achat » :	59
7.	« Favoriser et partager la richesse culinaire des acheteurs »	59
8.	« Faire accéder les personnes à des produits « pour se sentir bien »	59

A propos de l'organisation de l'association _____ **60**

1.	Un modèle de développement clair et qui donne de la visibilité sur le long terme	60
2.	Un local adapté aux activités de l'association et à son développement géographique	60
3.	« Stabiliser les fonctions nécessaires à Emplettes&Cagettes »	60
4.	« Les fonctions des uns et des autres doivent être stabilisées »	60
6.	« Soutenir l'implication des élus »	60
7.	Professionaliser les liens avec les partenaires	61

A propos de la communication _____ **61**

A propos des dons _____ **61**

1.	Développer le glanage	61
2.	Les dons alimentaires, surplus, cagettes	61
3.	Les dons monétaires	61

A propos de l'accueil des bénévoles _____ **62**

1.	Faire une affiche pour la recherche de bénévoles	62
2.	Faire une affiche : « comment je peux aider E&C »	62
3.	Soutenir les acheteurs pour qu'ils développent des actions de soutien à leur collectif et au financement	62
4.	Soutenir les personnes qui portent le collectif	63
A propos des bons de commande		63
1.	« Faire un accusé de réception »	63
2.	Préciser la provenance des produits	63
3.	« Le calcul automatique sur le bon de commande »	63
4.	« Mettre les conditions générales de vente »	63
A propos de la périodicité des achats		64
1.	Tous les quinze jours ce serait bien	64
Propositions pour faciliter la préparation des cagettes		64
1.	Planning : « Bien mettre au courant les bénévoles des équipes et du travail à faire »	64
2.	Ergonomie : faire le plus possible sur une table, quand on a la place	64
a.	« Des tables pour avoir moins mal au dos » « Si on a de la place et des tables, mettre les préparations (oranges par paquets, par exemple) sur une table pour éviter d'avoir à se baisser. Faire une table par labo avant de préparer les commandes » « Si on doit avoir deux lieux où préparer les cagettes, faire comme pour les labos Asae et le Bazard à Lisette de Nancy, et décharger dès le départ au bon endroit ».	64
3.	Éviter de déplacer les produits d'un lieu à un autre	64
4.	Optimiser l'utilisation du local	64
5.	Simplifier le repas ensemble à midi	64
6.	Une personne référente par préparation de groupe pour coordonner et vérifier les cagettes, et un référent produit	65
7.	« Une formation et un parrainage : « un mini briefing »	65
8.	Un référent global en cas d'absence de la directrice	65
9.	Attendre que tous les reconditionnements soient finis avant de préparer les commandes individuelles	65
10.	Mettre les bénévoles compatibles ensemble	65
11.	« Mettre les produits reconditionnés dans les caisses en bois et les commandes dans les caisses en plastique qui s'empilent. »	66
12.	« La taille des cagettes doit être adaptée aux possibilités des bénévoles, pas plus de 5kg à porter. »	66
13.	Le chargement du camion : « Une camionnette où on peut se tenir debout » ; « c'est quelques euros plus chers mais on s'y retrouve en fin de journée, et on a livré plus de lieux. »	66
A propos des livraisons		66
1.	Vérifier les commandes et les cagettes de façon mieux organisée et systématique	66
1.	Organiser le retrait des commandes	66
2.	Des lieux de livraisons plus opérationnels : « Des spots de livraisons pourraient être envisagés » ; « ne pas se reposer sur les bénévoles pour les spots de livraison. »	67
3.	« Vérifier les ressources humaines et logistiques des labos qui sont très différents et les soutenir dans leurs engagements. » « Les labos pourraient faire leurs cagettes eux-mêmes, si on leur apporte les denrées ? »	67
4.	Travailler tous ensemble sur une fiche préparation et livraisons	67
Conclusion		70

L'association propose principalement des produits laitiers (lait UHT, fromages, petits suisses), des œufs, des agrumes, des pommes de terre, des légumes et fruits de saison, des aliments secs (pâtes, riz, farine, semoule de couscous), du miel. Ce panier élémentaire a été réfléchi avec les acheteurs et les acteurs, en laboratoire d'usage (labo CAP), pour répondre, au mieux, aux besoins des adhérents en tenant compte de leurs possibilités financières. Ces laboratoires d'usage sont organisés avec les acheteurs d'Emplettes et Cagettes afin d'avoir un retour d'expérience sur le fonctionnement du collectif pour éviter les décalages entre les intentions et les vécus des personnes, et pour que l'action soit la plus interactive possible en lien avec les possibilités, les actions et les besoins des personnes. Associées à la conception et au suivi, elles peuvent proposer des améliorations et faire part de leurs envies. Ces laboratoires permettent aussi aux acteurs et partenaires de comprendre les publics en précarité, leurs contraintes, leurs attentes concernant ce collectif d'acheteurs. Ce processus de suivi-évaluation donne ainsi la possibilité aux personnes de s'engager comme actrices dans le fonctionnement de l'association.

Nous voyons alors les adhérents de l'association passer d'acheteurs, au statut d'acteur et partager avec fierté ce statut d'acteur avec les professionnels de terrain, le dialogue se noue, les constats et les propositions se tricotent ensemble et ce troisième rapport des laboratoires montre la transformation du statut et de l'action des personnes qui passent d'un groupement d'achat, où le produit est mis en avant, au collectif d'acheteurs, où la personne est centrale, au statut d'acheteur/acteur où chacun se met en mouvement pour les autres et pour l'objectif partagé de lutter contre la précarité alimentaire.

Développement de l'association :

L'association a trois objectifs de développement :

- **S'ouvrir à ceux qui sont les plus précaires et aller vers eux,**

- **Favoriser la participation des personnes**



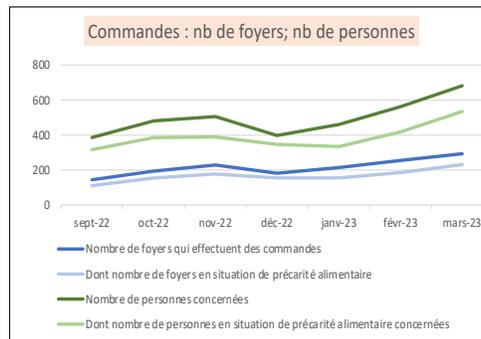
- **Et essayer la démarche. Schéma ANSA²**



² <https://www.solidarites-actives.com/fr/nos-projets/une-boite-outils-pour-reussir-son-essaimage>

Les graphiques et les cartes de 2022 ci-dessous montrent les étapes de développement du modèle.

Objectif 1 : Ouvrir l'association au plus grand nombre de personnes en ayant une attention particulière vers les personnes en situation de précarité alimentaire



Augmentation du nombre de ménages adhérents et +33% du nombre de commandes passées

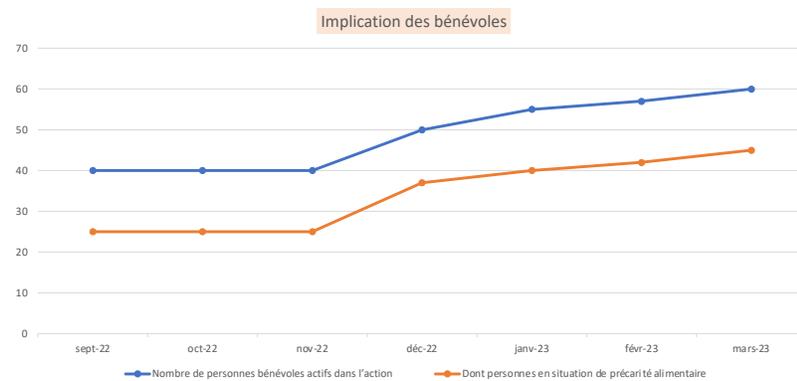
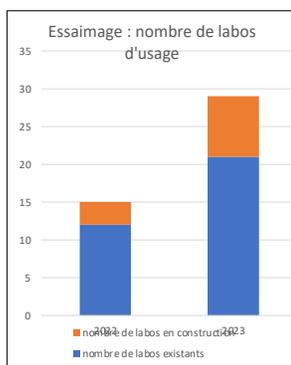
Entre sept et mars : grosse augmentation en automne et augmentation plus faible en ce début d'année

08/06/2023

CA emplettes&cagettes

3

Objectif 2 : Favoriser la participation des personnes afin qu'elles deviennent acteurs



08/06/2023

CA emplettes&cagettes

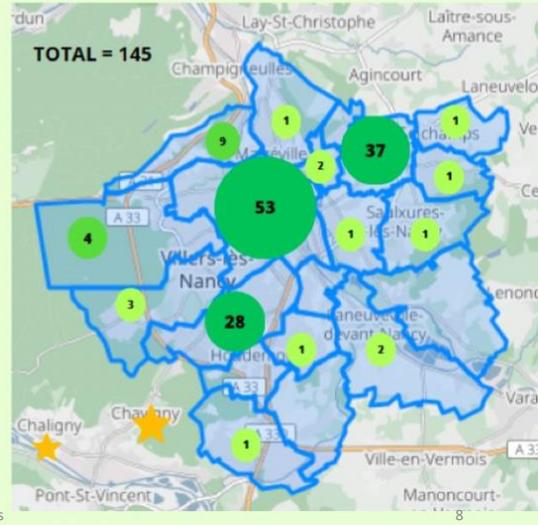
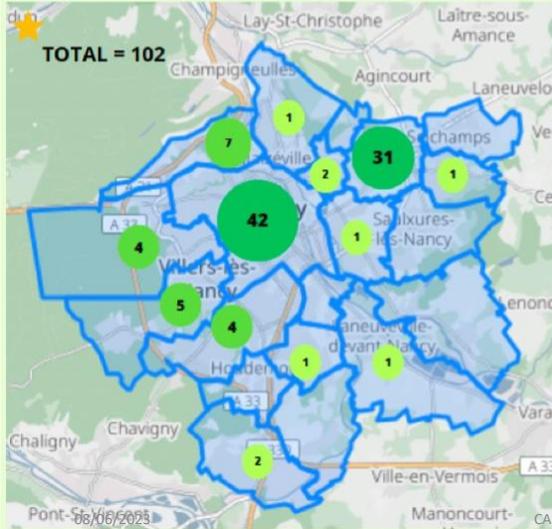
4

(delta sur ASAE – à consolider)

Métropole du Grand-Nancy

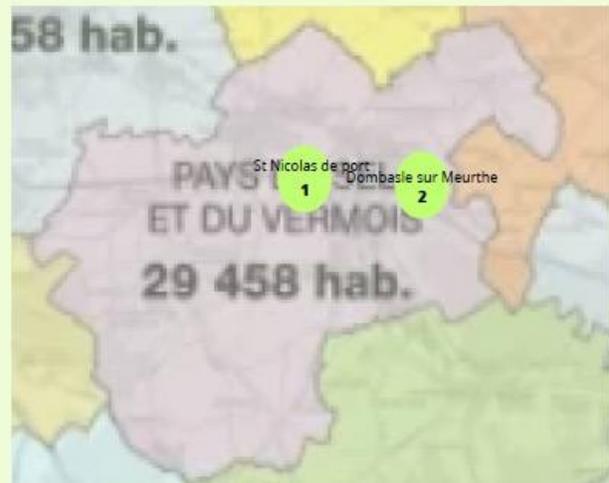
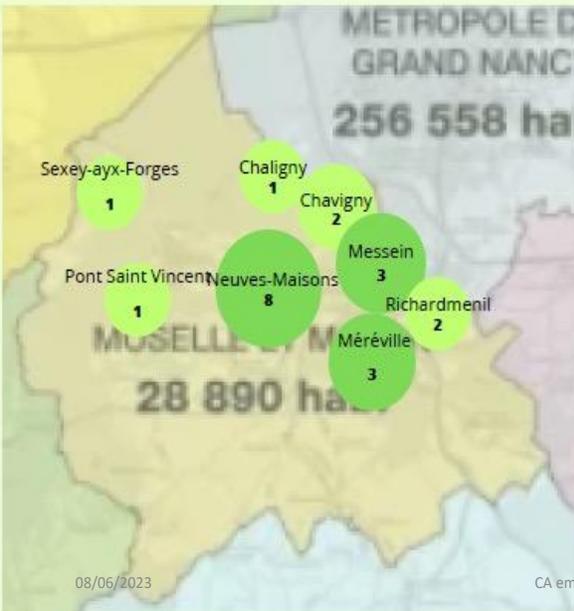
En 2022

En 2023



Moselle et Madon

Pays du sel et du Vermois



C'est dans le cadre de ce développement de 2022 et début 2023 que la parole est donnée aux acheteurs du collectif, ces acheteurs font aussi partie des bénévoles qui préparent les cagettes, et font les livraisons. Ils sont également des acteurs très impliqués dans les choix, les définitions de produits. Il en est de même pour les professionnels qui les entourent et qui sont impliqués, eux aussi, comme acteurs dynamiques. Tous ont à donner un avis, à faire des constats, des analyses de situations qu'ils vivent ce qui les amène à faire des propositions très construites sur lesquelles l'association pourra compter pour un développement harmonieux qui répond aux attentes des adhérents.

Méthode

Des laboratoires d'usage sont tenus régulièrement en s'appuyant sur la méthode d'entretiens de groupes des labos Cap³ avec la participation du cabinet conseil Evaline. Cette méthode est fondée sur des échanges qui favorisent le respect de la personne grâce au cadre proposé au sein des espaces de paroles créés. Une explication de la méthode et son appropriation par les participants dans un souci de transparence et de respect est réalisée. Cette étape essentielle permet la mise en confiance et donne l'assurance que l'expérience est utile, a du sens et prend en compte les réflexions de toutes les parties. En effet, un espace de parole respectueux et rassurant doit être offert afin de favoriser ainsi leur prise de parole et leur expression : les personnes ne sont jamais définies par leur situation dans la vie et ceci à aucun moment. L'animation s'appuie pour sa part sur les principes éthiques de respect des personnes présentes pour ne pas les fragiliser tout en favorisant l'expression de leur vécu et une élaboration constructive. Une analyse sociologique des débats permet d'optimiser la prise en compte de la parole de chacun dans son intégralité. Les débats sont enregistrés, décryptés et analysés puis validés et font l'objet d'un rapport détaillé. Cette méthode a été initiée en 2001⁴ par un comité de recherche multipartenarial qui regroupait des acteurs associatifs, des institutions et des universitaires.

Une trame d'Animation

Elle a été réalisée en février 2023. Il s'agit d'être outillé pour aborder les constats, les propositions des participants mais aussi de mener des analyses pour mieux comprendre pourquoi nous sommes devant ces situations.

Soixante-cinq personnes ont été entendues, en laboratoire d'usage, ou parfois en entretien lorsque le labo auquel elles appartiennent n'est pas encore suffisamment structuré. Les conditions

³<https://www.terresdelorraine.org/UserFiles/File/pat/le-collectif-d-acheteurs-en-action-20220728.pdf>

⁴Accès aux soins des populations défavorisées : la relation soignant-soigné [Huguette Boissonnat-Pelsy, Chantal Sibue-DeCaigny](#) Dans [Laennec 2006/2 \(Tome 54\)](#), pages 18 à 30

d'accueil étaient très variées, rencontres autour d'un café, rencontres en réunions, rencontres dans les locaux des associations partenaires après avoir mis les enfants à l'école et avant de les chercher, ou rencontres sur les lieux de travail pendant les temps de repas

Trame d'entretien

Partie Constats

Général



Les sous et nous =

- Ce qu'on n'a plus acheté depuis longtemps
- Ce qu'on n'achète plus du tout
- Les découvertes d'E&C prix et produits



Avoir trois sacs en papier

Ce qu'on a acheté avec Emplettes&Cagettes

Ce qu'on a découvert

Ce que ça a changé dans notre façon de manger

Ce que ça a changé dans notre façon de nous tenir face à nous-même et aux autres

Mettre des papiers pour écrire et remplir les trois sacs pour que chacun puisse l'écrire discrètement ou le remplir pour les gens en écrivant soi même

Les constats sur Emplettes&Cagettes

Ensuite vient la discussion sur les points suivants accompagnée par les questions d'analyse aux fins d'approfondir ce qui est dit.

Produits / choix / prix /

Mail et réponses et commandes et Facebook

Livraisons / Organisation dans votre labo

Connaissez-vous le prix de ce qui doit être fait Pour que les produits arrivent à vous

Les promotions disponibles chaque 15 jours

Analyse tout au long de l'entretien

Pourquoi c'est comme ça ?

Qu'est ce qui empêche de mieux faire et qui bloque ?

Logistique et conservation des aliments ?

Moments conviviaux ?

Propositions : veiller à ne pas laisser aller les récits mais bien à s'autoriser les préconisations

Commencer ses phrases par « je propose » :

- A propos des prix
- Sur le panier moyen
- Sur les bons plans

Puis :

Je propose :la commande

Je propose :la livraison

Je propose ; les promos chaque 15 Jours

Je propose :les dons et les bons plans

Les 18 labos participants

Toul : Labo spip : 7 participants

Toul : Labo Free : 2 participants référents et un acheteur

Toul : Labo Dinet : en lien avec le centre social : 6 participants

Vezeise : Labo Carmela : personnes en lien avec le secours populaire : 2 participants

Mont l'Étroit : Labo rural : 3 personnes

Uruffe Labo : 2 personnes

Neuves Maisons : maisons des solidarités réalisées avec le labo jardin : 6 participants

Neuves Maisons : labo des jardins : 10 participants

Chaligny Labo VT : référente : 1 participante

Nancy Labo Haide : Beaugard 3 participants

Nancy : Labo ASAE : personnes dont les enfants viennent en soutien scolaire et animation extrascolaire quartier sensible : 18 participants

Vandoeuvre : Labo Bagotte : familles de réfugiés bien intégrés : 2 participants

Nancy : Labo RJP : 2 participants référents

Nancy : Labo GBU : 4 participants ; référent et trois étudiants

Vandoeuvre Labo HB : 3 personnes

Nancy Labo Pépinière : 5 personnes

Nancy Labo Lise : référente

Nancy Labo Faubourg : une personne

Constats et analyse

« *Le salaire qu'on touche, il faut qu'il soit pour trente jours.* » « *Tout ce qui sort du porte-monnaie augmente mais tout ce qui rentre, ça n'augmente pas.* » « *Nos sous ont augmenté de 4% mais l'augmentation de l'alimentation, c'est presque 20%.* »

« *Et on est obligé de manger aussi.* »

Constats généraux sur les conditions de vie

1. Les personnes sont en état de stress et de « mal être » face à l'alimentation

« *Chaque fois qu'il fait les courses, il dit : « ne me parle pas ... ». Il est stressé : c'est un climat, tout le temps ça augmente, on ne comprend pas pourquoi, on sait pas c'est quoi, c'est ça qui nous inquiète.* »

Dans tous les labos les participants qui vivent cette précarité alimentaire et cette **inquiétude du lendemain** émaillent leurs discours d'expressions similaires : « *On ne sait pas ce qui se passera demain* », « *on ne sait pas pourquoi ça augmente, on ne sait pas ce que c'est* ». « *Ben ! on a peur de rentrer dans le moins bancaire à la fin du mois, moi j'ai plus rien tout le temps, pareil.* » « *Les prix, ça augmente, ça s'arrête pas.* » « *On n'est pas content, on est stressé. Le chauffage avant 60 euros, maintenant 113 euros : c'est deux fois avant, ils font n'importe quoi.* »

Et puis, s'insinue **l'inquiétude d'être pris en otage** : « *Ils nous grignotent progressivement, et qu'importe l'enseigne* ». **Les distributeurs sont considérés comme des profiteurs** puisque les participants ne comprennent pas comment les prix peuvent augmenter à ce point : « *Celui qui est le plus touché, c'est les pauvres qui paient le prix de l'augmentation, c'est nous qui sommes touchés pas le fabricant, c'est nous qu'on est touché, c'est pas le fabricant* ».

Se surajoute **l'inquiétude de ne pas « manger bon »** : « *C'est bien ce n'est pas cher mais ce n'est pas forcément bon.* » « *Un de ces 4, les gens, ils vont dire « stop ». Tant pis, hein ! et ils mangeront que du pain et des pâtes.* » « *Oui, oui, c'est bien ça* ».

Alors, revient en boucle **l'inquiétude de ne pas pouvoir payer la somme totale une fois arrivé à la caisse** : « *Bah ! de toute façon, on a la calculatrice à la main pour calculer combien on dépense.* » « *Et on voit qu'en 15 jours, ça augmente* ». D'autre part, les participants **s'inquiètent**

des tromperies générées par des emballages trop grands par rapport à la quantité réelle du contenu : « *Et le prix y descend mais il y a aussi la quantité, et ils nous ont avec ça aussi. Vous allez payer plus cher mais finalement il y en a moins dedans* ». S'ensuit la course aux promotions et c'est stressant : « *Tout est promo, c'est toujours les promos.* » « *Ah bon ! même les pâtes hein ! Moi, je les prends en promotion hein !* ». **L'augmentation des coûts n'autorise plus l'alimentation plaisir**, l'achat qui donne du ressort pour la journée : « *Bah ! on prend ce qui est vital, pas le superflu* ». On ne rêve plus son repas : « *Avant, j'avais beaucoup d'achats d'impulsions. Maintenant, c'est juste l'achat sur la liste de commissions. J'achète que le besoin.* »

On constate que **les participants se privent de ce qui leur permettait de mieux vivre**, le plus qui faisait qu'on se sentait mieux dans sa peau et plus dans l'air du temps : « *Les vêtements, les vêtements, on n'en achète plus* ». « *Bah ! les vêtements, on lave, on remet, on lave, on remet.* » « *Le maquillage* », « *les produits d'entretien...* ». Lorsqu'on n'est pas sûr de manger tous les jours arrivent la remise en question **des périodes de relâche, de récupération** : « **vacances oubliées ... c'est fini !** ». « *Leur priorité, c'est le prix, franchement, honnêtement, c'est général ; c'est le prix, c'est le prix, c'est le prix.* » « *C'est le porte-monnaie* »

2. Si le constat de l'augmentation des prix alimentaires et des autres dépenses est bien réel, ils savent faire preuve de résilience.

3. L'inflation des prix alimentaires et les autres dépenses

« *Cette année, c'est tout ce qu'il a monté : « ça monte ça monte » ; « le premier mars, les prix des magasins, ils ont monté en plus » ; « c'est pire que l'année dernière et moi qui n'ai plus de travail, c'est pas la même chose » ; « mais ça va, on s'en sort. »*

Les participants en situation de précarité montrent leurs capacités de résilience, en compensant de façon active l'augmentation de l'alimentation, « *C'est de plus en plus compliqué clairement* » ; « *en général, c'est trop cher* » ; « *c'est la réalité. C'est de plus en plus cher, donc il faut qu'on trouve des solutions adaptées* » ; « *de toute façon, tout augmente ; mais les salaires n'augmentent pas* ». Ils recherchent alors des alternatives, suppriment le bio, le local, et se ruent sur les promotions : « **Ça a autant augmenté : on peut se passer du bio et du local et on va chercher les promotions** » « *Même les petits plaisirs, pour moi, c'est plus possible : je n'ai même pas 500€ par mois hein ! et manque 3,00€ pour avoir 500€* » (personne retraitée, propriétaire de sa maison). Pour cette famille d'origine étrangère bien insérée dans notre pays, cette situation est difficile : « *Monter les prix, beaucoup, beaucoup, le kilo de tomates 5€, problème* » ; « *c'est beaucoup, nous payons le loyer 300 euros, c'est beaucoup* ». Un participant en profite pour nous rappeler qu'« *il y avait un monsieur qui disait : « Ah bah il nous augmente le loyer, mais par contre, les APL ça augmente pas !* ». Le décalage se creuse entre les rentrées d'argent (salaire faible, prestations sociales) et les prix qui augmentent. Pour les étudiants, la question se pose aussi en termes aigus, d'autant que les jobs étudiants se font plus rares : « *C'est cher. Moi, j'ai eu une grosse division de salaire, perdu le job étudiant, en même temps que l'augmentation des prix des produits. J'étais aussi chez mes parents, donc je faisais moins les courses. Mais là, j'ai vu que ça prenait une plus grosse part*

qu'avant. » « Là, t'as dû bosser en début d'année en plus de tes études, mais là, t'as plus besoin ? »
« Si, mais je ne trouve pas ».

4. Leurs lieux d'achat LIDL ALDI ont changé de cible populationnelle, les personnes en précarité alimentaire ne s'y retrouvent plus

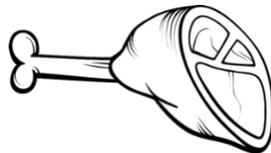
Les discounters ont changé leur fusil d'épaule à cause de la mode des légumes et des produits nature et ils ne sont plus accessibles aux petits porte-monnaie : « *Je fais mes courses chez Lidl parce que le premier prix chez Intermarché qui n'est pas cher, c'est pas bon, donc chez Lidl, je trouve un léger compromis qualité/prix.* » ; « *il y a des enseignes où on n'y va pas, et même ce qu'ils appelaient avant les discounters, comme le Aldi ou le Lidl, c'est pareil, ça monte aussi hein !* » ; « *un pain de beurre, je l'ai acheté 2€35 chez Aldi et là, il était presque à 3€, ça devient du luxe* » ; « *de toute façon, maintenant, tu peux plus dire que Lidl, c'est moins cher.* »
Les discounts, c'est pas vrai que c'est moins cher. »

Mais pour acheter moins cher la solution est de comparer les offres entre elles : « *On compare tout, et on fait attention à ce qu'on achète, et même entre magasins.* »

Cependant « *si on prend la voiture pour aller à droite, à gauche, ben ! on utilise autant d'essence* » ; « *après tu utilises beaucoup d'essence* » ; « *t'essaies d'avoir des magasins qui sont proches* » ; « *regarde, tu vas Frouard et ça te prend déjà* » ; « *nous, de toute façon, maintenant, on va chez Prodor : l'huile, elle est à 1.70, alors que chez Lidl, elle est à 3.49€.* »

5. Certains produits, viande, poisson, légumes, fruits frais, œufs et laitages, ne sont plus achetés et d'autres produits deviennent prioritaires parce qu'ils contiennent des protéines destinées aux enfants afin qu'ils grandissent bien

« *C'est un produit de luxe, la viande maintenant* »



a. La viande et le poisson

Le poisson, la viande deviennent du luxe : « *Avant, le poisson, je mangeais une fois par semaine, maintenant, 1 fois par mois.* » *Viande, poisson, poulet ne sont plus achetés* : « *Bah ! on mange plus de viande ; quand tu vois les prix, tu ne vas pas en manger tous les jours.* » « *Ah Ben oui, hein ! la viande* » ; « *on en achète moins* » ; « *moi, j'achète plus de viande parce que c'est trop cher. Je me retrouve plus avec des œufs : même si on ne peut pas acheter, il faut, on a trois enfants ; comme la*

viande c'est sûr, les produits à boire, laisse tomber ; fromage, j'achetais roquefort 1,19€. À 3,49€ j'ai arrêté, le fromage râpé, j'ai arrêté ». « Même le tranché de poulet-jambon, ça aussi, catastrophe ! tout, tout, imagine d'acheter ça ; c'était 2,50, c'est passé à 4,49 les tranches de poulet. Pour quatre, ça fait 20 euros, c'est pas possible ! »

Pour les étudiants, le sujet est sensible aussi : « **la viande, parce que ça coûte trop cher dans mon budget alimentaire, j'achète de la charcuterie parce que ça ne coûte pas cher. Mais avec Emplettes et cagettes, j'achète plus de légumes.** »

Pour d'autres les économies générées avec Emplettes et Cagettes permettent de compenser ces manques de produits : « Il y a la viande (que j'ai du mal à acheter) mais par contre, maintenant, comme on peut faire des petites économies avec Emplettes et Cagettes, eh Ben ! on en achète de meilleures qualités »

b. Les fruits et les légumes

Les participants nous expliquent qu'ils ont arrêté d'acheter des fruits et des légumes : « déjà **les fruits** » « Ah oui, oui ! les fruits » ; « bon ! les fruits, j'ai arrêté d'en acheter : le kilo de bananes 1.50 » ; « un peu, les fruits, surtout les prix » ; « et les **légumes aussi, les tomates**, moi, j'en prends plus hein ! » ; « il y a des choses qu'on achète plus ; moi, la tomate, j'ai arrêté, j'ai arrêté. »

c. Les laitages

« Le **lait laitage** », « tu peux plus »

d. Les œufs

« Moi, j'ai arrêté, et c'est un truc de fou, **les œufs** aussi. »



e. Les boîtes de conserve

« Les boîtes, oui, parce qu'avant, on mangeait de temps en temps des boîtes, comme des boîtes d'haricots ou des petits pois-carottes » ; « parce que, depuis qu'il y a eu la polémique du botulisme, on est aussi inquiets » ; « parce qu'on n'en a pas besoin aussi » ; « et puis, tu regardes le prix d'une boîte, bah ! excuse-moi mais c'est affolant. »

6. Les produits alimentaires qui sont priorisés

a. Les protéines

La préoccupation première qui ressort des labos d'usage est l'équilibre : « Pour avoir des protéines, histoire de pas être malade et d'avoir quand même des protéines dans des produits, je préfère manger 2 œufs sur le plat le soir, ça me coûtera toujours moins cher. »

b. En fonction des choix et des goûts

« Les enfants n'y mangent pas les fruits, ça part à la poubelle » « Les légumes, ils aiment pas les enfants, je sais pas pourquoi. »

« Mais moi. **J'aime bien les légumes** [...]. Là, je suis toute seule et ça me permet de manger mes légumes. Quand je vivais avec mes parents, on était 5 dont 3 qui ne mangent pas de légumes, donc

on mangeait les trucs basiques. » « Jamais de produits trop transformés : chips sodas yaourts trop transfo. »

Constats sur l'association Emplettes&Cagettes

1. La transformation des regards et des positionnements sociaux

« C'est une fierté » « et ça fait plaisir à manger » « les produits sont différents, les pâtes t'en mets moins dans ta gamelle pour avoir la même quantité et pas avoir faim. »

a. On a de la fierté et on le fait savoir

« On s'est fait des photos pour montrer qu'on se faisait notre plat du roi avec les œufs d'Emplettes & cagettes et le fromage : le fromage, les avocats, les œufs avec une tranche de pain, allez hop ! et pis, on s'envoyait nos photos parce qu'on était fières d'avoir nos œufs à la coque qui venaient d'arriver. » ; « C'est des produits qu'on utilise tous les jours, oui, oui, ma femme, elle cuisine tous les jours ! » ; « Moi, je suis gourmande, je prépare choses arabes, russes, tous les pays, je prépare toutes les choses ! » ; « t'as plaisir à manger ce que t'as fait » ; « et c'est une fierté. »

b. La qualité des produits permet de dépenser moins

« Ça peut paraître, sur le papier, plus cher qu'en supermarché, sauf que les produits sont différents : les pâtes, t'en mets moins dans ta gamelle pour avoir la même quantité et pas avoir faim ; le riz pareil, la semoule de couscous, c'est la même chose. » « Donc, si tu calcules bien, avec un paquet de pâtes d'Emplettes et Cagettes, tu fais 3 fois ; avec un paquet de pâtes normal, tu fais qu'une fois. Donc, si tu calcules ton prix, tu fais des économies sur ton paquet de pâtes. »

c. C'est un autre style de vie, il faut prévoir s'organiser, faire ses produits

« C'est un style à adopter parce qu'il faut prévoir. On y arrive petit à petit. Nous, on n'a pas beaucoup de temps à la maison, donc on va s'en dégager pour avoir du temps, et c'est un style de vie qui est complètement avec nos valeurs : acheter les produits, faire du fait-maison et manger sainement. » « et y a pas de produit superflu qu'on propose chez emplettes et cagettes, comme des chips ou des choses comme ça ; et Ben ! on n'est pas tenté par la malbouffe. »

« On fait beaucoup de choses tout seul » ; « bah ! les sauces tomates, on fait la sauce tomate nous-mêmes ; les œufs, on n'en achète quasiment plus au supermarché ; le lait, on n'en achète plus du tout au supermarché, les pâtes on n'en achète plus. »

« *Savoir faire son pain, son bon pain, c'est pas donné à tout le monde... () innover pour un bon résultat et être fier de soi, alors que acheter une baguette toute simple au marché c'est facile, c'est la carte bancaire qui fait !* »

« *Mais y a pas de vraie valeur derrière ça !* »



d. *Les produits sont de bonne qualité et locaux, bio, bons.*

« *C'est des produits locaux, c'est ça qui motive le plus* » ; « *d'abord des produits locaux ; puis le prix, ça dépend les revenus des familles : certains, c'est le prix, certains, c'est les produits locaux, on sait d'où ça vient* ». « *Nous, on aime bien parce que, **des fois, c'est bio*** » ; « *c'est **pas comme au supermarché*** » ; « *Alors, vous avez des produits de très bonne qualité, ça on peut pas vous l'enlever, et des tarifs que je dirais normaux. Quand tu veux faire un potage et qu'il y a des poireaux à 1.70€, y'a pas photo.* »

2. **La transformation des usages alimentaires des acheteurs :**

a. *Un système qui leur plaît*

« *...et c'est surtout le système qui plaît : c'est des œufs en plein air, c'est des œufs ramassés là, tout de suite ; on s'en fiche qu'ils soient trop gros, trop petits, trop machin, ou comme les carottes pas nettoyées ; au contraire, moins y a de personnes d'intermédiaires, mieux c'est !* »

b. *Un système qui permet à tous d'accéder aux bons produits*

« *C'est vrai que, jusque-là, on peut pas dire que quelqu'un ait été lésé sur la nourriture. Y a pas eu jusqu'à présent, de dire à quelqu'un « Bah non ! t'auras pas, parce qu'il y en a pas assez ». On s'est toujours débrouillé. »* « *Et sinon, la dernière fois, c'est les œufs plein air qui manquaient, bah ! on en a trouvé ailleurs.* »

c. Une base d'épicerie sûre, stable et pas chère

Pour beaucoup les achats servent de base d'épicerie pour le mois : « Pour nous, ça va, on paie début de mois, c'est payé et après on a des produits. » « On regarde toujours E&C d'abord, des fois ça arrive jusqu'à 37€ pour 5 pour le mois. » « Les produits font tout le mois, stock pour le mois ».

d. Un système pratique

« En fait, ce qui est pratique dans votre truc, c'est que tu ne te prends pas la tête. T'as un bout de papier, et ça va vite quoi. [...] c'est super pratique » ; « t'arrives, tu prends ton panier, tu rentres chez toi, hop ! c'est torché. Non, c'est bien c'est pratique. »

e. Les contenants sont écolos

« Alors moi, je suis très écolo [...] ce que je trouve génial, c'est l'écolo. Il n'y a pas quinze mille sachets : même si c'est du papier, vous faites de sorte à tout mettre dans la cagette, et si vous pouvez économiser du papier, c'est ce que vous faites. Et ça moi, je kiffe vraiment. » « ça c'est génial ce que vous faites, par rapport à ça c'est génial ! »

f. La saisonnalité est respectée

« Vous proposez par rapport à la saison et c'est bien. »

g. Les gens ne se justifient pas sur leur vie : « plus besoin de prouver que vous êtes pauvre »

Pour eux, c'est nouveau parce qu'il y a plus de choix, plus de légumes, mais ce n'est pas nouveau au niveau des papiers qu'il faut faire. » « Sinon, ça compliquerait et après, les gens, ils vont se poser des questions. Parce que les gens, ils disent qu'ils en ont marre de se justifier sur leur vie. »

h. « Attention ! ça demande plus d'exercice cérébral, il faut commander pour la fin du mois »

« Tu dois décider en début de mois ce que tu auras en fin de mois. Du coup, faut anticiper tes autres courses en fonction. » « Faut que je réfléchisse pour le mois d'après ce qu'il va se passer » ; « ça me demande plus d'exercice cérébral, mais c'est pas grave. »

i. Les personnes n'achètent plus de plats préparés

« C'est comme les plats préparés, ma compagne, elle en achetait beaucoup, et depuis qu'elle est avec moi, j'ai ralenti parce que on dirait pas mais, dans les plats préparés, il y a beaucoup de sucre, de sel, d'additifs, donc j'ai dit « non » moi, j'en mange pas. T'essayes de réduire et du coup, on en achète plus du tout, et avec les produits d'eplettes et cagettes, y a rien : c'est des produits très simples, basiques et du coup, c'est merveilleux parce qu'on peut tout faire avec » ; « c'est comme la ratatouille, on n'en faisait pas avant qu'il y ait emplettes et cagettes » ; « et tu vois, quand tu fais du taboulé avec la semoule d'eplette et cagettes, c'est quand même autre chose que quand tu mets juste ta boîte dans ton machin : c'est quand même complètement différent et comme la semoule, elle est vachement bonne... »

j. Les personnes ont le choix

Chacun, chacune aime acheter ses aliments et choisir ce qu'il lui faut pour cuisiner, se nourrir et nourrir les siens. Ici, le choix est laissé à l'acheteur, le prix est en phase avec le porte-monnaie de la précarité et il apprécie : « Avant, j'allais à l'Amap, mais j'avais pas le choix et j'étais déçu et

maintenant, j'ai arrêté et je viens juste chez vous. » « Je bosse aussi dans une maison de retraite, on avait une Amap, et eux ils étaient chers, beaucoup plus chers. Et là, ils ont déménagé, ils ont changé de local, et je crois que ça marche plus, et c'était beaucoup plus cher. » « En fait, en proposant vos légumes en plus de notre activité et de distribution des paniers (solidaires), ça permet de créer un nouveau choix pour les personnes sans vraiment leur demander des papiers en plus. » « Disons qu'on cuisine pas forcément ce qu'ils proposent (à l'Amap) » ; « il m'arrivait de gâcher et je supporte pas de gâcher » ; « c'est plus cher et en plus ils imposent des produits. »`

k. La richesse culinaire des acheteurs est à l'honneur



De nombreux constats montrent que les acheteurs savent et aiment cuisiner et manger et qu'ils développent des activités nombreuses autour de cela : recherche de recettes, partage. Il en résulte une joie d'avoir confectionné le produit, et la reconnaissance qu'il y a une « vraie valeur » derrière cette production. Pour les uns, « on regarde sur internet, on regarde des recettes, des idées », pour les autres c'est « comme avec la farine ; avec la farine, on sait tous, faire un petit gâteau, mais savoir faire son pain, son bon pain, c'est pas donné à tout le monde. Pour faire des petites recherches, et c'est intéressant de se creuser la tête, d'innover pour un bon résultat et être fier de soi. Alors que, acheter une baguette toute simple au marché, c'est facile, c'est la carte bancaire qui fait, mais y a pas de vraie valeur derrière ça » ; « à mon avis, ça fait plus plaisir de dire c'est nous qui l'avons fait ou c'est moi qui l'ai fait, et c'est plus appréciable de manger que d'acheter ». « La dernière fois, avec ma compagne, on n'avait pas très faim ; et elle m'appelle et elle me dit : « j'ai des butternuts et j'ai des courges ». Et là, je me suis dit « ça tombe du ciel, c'est parfait », et ça, c'est comme un cadeau. Et du coup, on le prend et on a fait une bonne purée, et on a retravaillé à la maison. »

« Nous, nos recettes elles sont que végétales quelquefois on peut mettre du fromage ou un œuf mais c'est tout et ce sont des recettes des gens du quartier parce qu'on a tellement de richesse culinaire sur le quartier donc on fait de la cuisine du monde adaptée avec les légumes de saison parce que les gens ils amènent leurs recettes et qu'ils aiment bien montrer ce qu'ils savent faire » »

l. Le retour des producteurs

Les acheteurs se demandent aussi comment ce nouveau mode d'achat est vécu par les fournisseurs et quels sont « les impacts que ça a chez eux ».

*« Il faut aussi donner la parole aux producteurs, des labos d'usage avec eux, pourquoi pas ! »
« Quand on a démarré, V avait discuté avec des producteurs avec B, deux personnes qui ont découvert la vie des producteurs et qui leur ont aussi expliqué leur vie et ce qu'ils voulaient faire en achetant en collectif. »*

m. Les personnes disent leur satisfaction

« J'ai demandé à ma mère son avis concernant Emplettes et Cagettes. Elle est très satisfaite du concept ». « Prix plus que corrects en comparaison avec les supermarchés... très abordables... de plus le service de livraison à côté de chez soi, c'est le top... ça évite de prendre la voiture de charger et de décharger. » « En ce concerne la qualité, rien à dire... » « Ils sont également tous satisfaits de la qualité des produits. »

3. Les réflexions des acheteurs sur le concept

a. Le concept d'acheteurs qui achètent chez des producteurs ensemble est un bon concept

« C'est un bon concept, mais il faut que les acheteurs paient vraiment tous à la commande. » ça doit être transparent dans la comptabilité : les achats, c'est le domaine des acheteurs ; l'association, elle est là pour permettre ces achats aux meilleures conditions. »

b. La question de l'efficacité de l'association et de son impact est posée : à partir des réponses comment se développer sur le long terme ?

« Ça semble apporter des réponses » « Est-ce que ça développe des solidarités, des transformations de certains modes de vie, je ne sais pas, peut-être l'expérience n'est pas ancienne. » « Elle semble apporter des réponses à certains problèmes et à certaines situations qui sont difficiles ». « Est-ce que soit l'association, soit les pouvoirs publics sont capables de transformer en modèle pérenne et profitable à tous ceux qui en ont besoin ? »

c. Pour les publics fragiles isolés, le concept n'est pas facile à mettre en place. En effet, les produits sont des produits à cuisiner et tous ne peuvent pas cuisiner :

Pour les publics fragiles isolés le concept n'est pas facile à mettre en place En effet, les produits sont des produits à cuisiner : « des hommes isolés qui ont très peu l'habitude des légumes, de cuisiner tout court, et ce qu'ils ramènent du supermarché, c'est beaucoup des choses toutes prêtes, des choses très peu chères. Donc même si Emplettes&Cagettes serait intéressant niveau tarif, on est sur des personnes qui ne sont pas le public. Mais ça peut quand même en intéresser quelques-uns à la marge. »

d. Les forces de l'association sont : l'engagement fort des acheteurs et une réponse à la précarité alimentaire dans la dignité

L'engagement

« Comme toute structure associative, elle a ses difficultés de fonctionnement, mais en même temps la force de l'engagement des participants. Est-ce que ça règle les problèmes de façon structurelle, est-ce que ça change les vies ? Il faut lui laisser le temps de se développer pour en juger. »

Une réponse à la précarité alimentaire

« Elle semble apporter des réponses conjoncturellement à certaines situations difficiles. »
« Recentrer l'identification du bon sens avec les labos, c'est bien que ce soit fait. »

e. Les faiblesses de l'association sont liées à la fragilité du modèle économique

Ce modèle économique dépend de financements externes pour une partie, de la limite de la production locale qui peut ne pas être suffisante, et aussi du positionnement des grandes surfaces face à cette économie associative.

Le modèle dépend de financements externes

« Et là, est la difficulté, tout **dépend d'un financement externe**, avec la fragilité que ça demande par définition. Il peut s'arrêter d'ou nécessité de revoir fondamentalement le modèle économique ». « Il semble intéresser les pouvoirs publics, mais jusqu'à quel point ils vont suivre. » « Si ce projet doit s'affranchir de la tutelle publique, il doit trouver en lui-même des ressources. » « N'importe qui peut comprendre que si on ne vend pas plus cher qu'on n'achète, on n'aura pas de revenus, il y a un moment ... » « Soit l'association, soit les pouvoirs publics doivent développer un modèle pérenne pour ceux qui en ont besoin. » « Le financement est pour trois ans et alors, qu'est ce qui se passe dans trois ans ? la politique change, les données changent et c'est fini ? »

Vendre plus cher pour dégager de la marge ?

« Ça part d'une idée plutôt géniale sur cette notion de collectif d'acheteurs, mais il y a une fragilité, c'est le modèle économique, parce que, par définition, si c'est un collectif d'acheteurs qui ont des moyens réduits, il va être **compliqué de dégager une marge substantielle** sur la vente et donc d'alimenter pour financer les frais de fonctionnement de la structure ». « Je persiste à penser qu'il faut dans le business model, il faut trouver des recettes pour alimenter (), je vends plus cher je dégage une marge. » « Je ne suis pas sceptique : c'est récent, neuf. À l'évidence, il est prouvé qu'il y a un intérêt à travailler dans ce sens et tous souhaitent que le concept évolue. Comment vont se vivre ces extensions, pour les bénévoles, au niveau des locaux etc ? Et tout cela a un coût, si on en reste à : « j'achète 20 et je vends 20 ... » Comment on va peindre le local ? comment on va payer les charges ? Combien de spots de livraisons, on va pouvoir développer ? »

Le système dons contre dons (faire des dons à l'association lorsqu'on reçoit des produits qui ont été donnés) un moyen de trouver de la trésorerie ?



« Le système le don contre don pas pérenne » ; « il faut écrire de façon transparente : « Est-ce que vous êtes « ok » d'arrondir à la somme supérieure en achetant ? » ; « ce serait un système qui alimente quelque chose. » « Je suis persuadé qu'y compris les personnes précaires, tous seraient prêts à ajouter un petit sou. »

Le modèle doit avoir un « équilibre relatif mais régulier »

« Il faut que tous sachent que le modèle est fragile. » « Les salariés, c'est tous les mois qu'ils ont besoin de leurs salaires. »

Avoir des recettes régulièrement alimentées par les personnes elles-mêmes

Une marge calée, bien calée, partielle ou pas ; () si ce projet doit s'affranchir de la tutelle publique, il doit trouver en lui-même des ressources » ; « ça demande une certaine notoriété ». « Est-ce qu'on peut avoir cette notoriété ? »

f. La production locale peut ne pas suffire à nourrir les acheteurs

Le territoire sud 54 n'est pas un territoire de maraîchage ni de production élevée. Maraîchage intensif, maraîchage de plein champ, la recherche de partenaires et de produits est un réel challenge. Nous n'avons en excédent que de la viande qui n'est pas pour le moment un produit sur le bon de commande. Or les acheteurs s'interrogent sur les achats venant de plus loin pour compenser le peu d'offre du territoire : selon eux, cela nous rapprocherait de la distribution classique : *« Si jamais l'enjeu est d'aller vers local(et qu'il n'y a pas assez de produits), c'est ça une limite : on n'a pas vocation à devenir un substitut de grande surface »*. La question des quantités maximales par foyer est évoquée : *« Est-ce que vous avez un plafond de familles si les productions ne permettent pas de nourrir tout le monde ? »*

g. Le positionnement des grandes surfaces

Les adhérents s'interrogent sur la valeur de vente que peut représenter un collectif comme cela s'il se développe : *« Ce qui est inattendu dans le modèle, c'est que les personnes en précarité alimentaire représentent finalement une réalité économique et ils consomment. Ce chiffre d'affaire pourrait être revendiqué par le système de vente actuel avec des moyens autrement plus efficaces ».* « Comment vont réagir les autres sources, grandes surfaces ? Eux, ils ont la logistique et le stockage : s'ils décident d'attaquer le modèle (ils savent faire), ils prendront le pas ; sain, bio, local si possible, c'est à leur portée. » *« Si un jour Emplettes&Cagettes s'efface parce que ce modèle est repris par les enseignes classiques, ça aurait démontré quelque chose et aura été suivi d'effet. »*

L'équilibre économique

Les acheteurs s'inquiètent de la durabilité de ces collectifs d'acheteurs et de leur économie. *« Le modèle économique, non, il peut être une limite, il faut qu'il trouve des ressources, c'est un sujet qu'il faut traiter. »*

- h. *Les réticences viennent des personnes âgées qui ont connu les privations ou le jardinage comme seul moyen d'approvisionnement. Ce retour à des produits non transformés, avec de la terre... et livrés dans des lieux moins jolis et attrayant que la grande surface, c'est un retour en arrière au temps de leur jeunesse, ils n'adhèrent pas.*

« Moi, quand j'étais jeune, on allait chercher la salade au jardin, il y avait les limaces etc .. on avait une heure chaque jour de pluches et lavages, plus mal au dos , les vieux étaient tous courbés. Et puis, il fallait tuer les lapins au fond du jardin, les dépouiller, ou couper la tête des poulets, les plumer chaque semaine pour manger, c'est ça qu'on veut ? On veut y retourner ? Moi, je laisse ça aux utopistes ! J'aime bien faire les courses, avoir des beaux produits. »

*« Je vois ma belle-mère, elle connaît que les produits de magasin [...] et **pour elle, c'est comme un retour en arrière** et du coup, elle est un peu sceptique. Donc elle dit « testez les légumes et je verrai », mais je lui réponds que c'est des légumes tout simples et y a pas à avoir peur. »*

4. Constats sur les moyens de communication de l'association

La communication se fait par le « bouche à oreille » et les référents des labos d'usage sont indispensables, que ce soit pour diffuser les bons de commande, pour expliquer, pour récolter les bons et les paiements et pour organiser les livraisons ; c'est un rouage essentiel de l'association.

« Mais dans les quartiers c'est comme ça que ça marche, « bouche à oreille » parce qu'il y a beaucoup de familles qui ont envie de donner à manger sain à leurs enfants, mais quand il y a pas l'argent, y a pas l'argent. »

a. L'information pour les nouveaux acheteurs

L'information se fait essentiellement par le bouche à oreille, de personne à personne : « Au niveau de la communication, j'ai eu la chance de connaître [grâce aux référents], mais si j'avais pas connu cette famille-là, j'aurais pas su » ; « c'est ce qu'on disait, c'est le « **bouche à oreille** » ; « mais dans les quartiers, c'est comme ça que ça marche, parce qu'il y a beaucoup de familles qui ont envie de donner à manger sain à leurs enfants, mais quand il y a pas l'argent, y a pas l'argent » « J'en parle beaucoup aussi » ; « et j'en suis sûre qu'il y a des familles avec qui j'ai parlé qui sont venues, pas forcément en passant par femmes relais, mais qui viennent directement. » ; « Pour avoir plus de clients , est répub(est républicain) Facebook, tweeter ? »

b. Les personnes qui transmettent l'information : intermédiaires, référents des labos

On note que les personnes référentes sont indispensables dans beaucoup de cas pour diffuser les bons de commande, pour expliquer, pour récolter les bons et les paiements et pour organiser les livraisons ; c'est un rouage essentiel de l'association.

« C'est une dame qui me donne les bons de commande imprimés, les informations. »

« Moi, au début, j'avais besoin de demander à ma référente « un kilo de ça, ça fait combien ? Par exemple, un kilo de poireaux, ça fait combien de poireaux à peu près ? Parce que je visualisais pas du tout ce que ça représentait. » « Pour, moi un kilo, c'est tellement abstrait » « et finalement, ça change parce que...avec un kilo j'avais 5 petits poireaux ou 3 gros ». Les référents se retrouvent alors à essayer de répondre à des questions qui n'ont pas été forcément anticipées, puisque Emplettes & Cagettes travaille sur des produits non calibrés il est donc peu facile de faire comprendre que le kilo d'un légume ne représente pas un nombre fixe de ce légume.

c. La communication acheteurs et association

Globalement, les acheteurs en sont satisfaits. Les media utilisés sont diverses, le mail est l'outil principal : « Les mails sont bien écrits » ; « les informations passent par les mails ». Il y a aussi le téléphone, Facebook ou encore la communication directe lors de rencontre avec les référents ou la directrice : « Ah oui ! aucun problème, et c'est assez réactif » ; « quand on envoie des questions, ça répond vite, dans l'heure qui suit » ; « non, franchement, peut-être que c'est le fait qu'on soit dans les mêmes locaux. Mais il y a sur Facebook maintenant, il y a les mails et franchement, ça fonctionne très bien, niveau communication. » « Non, je reçois les mails, j'ai été chercher sur Facebook et j'ai mis suivre Emplettes et cagettes. Mais sinon, c'est les 3 techniques de communication » ; « oui, je suis le compte Facebook et je diffuse directement avec ça. »

Pour certains cependant, la communication par mail n'est pas possible : ils ne lisent pas le français, n'ont pas accès aux outils numériques. Ils n'ont donc pas accès aux bons plans et aux tableaux de suivi des promotions : « Toutes les semaines, il y a des cuisses de poulet sur les mails ? » « Je n'ai pas vu de tableaux de promo ».

d. Communication avec les politiques sur le concept du projet et son fonctionnement

Les personnes des labos d'usage savent bien que la dynamique d'Emplettes&Cagettes repose sur une volonté politique et que c'est grâce à leur soutien que l'association peut vivre. Ils en font le constat : « Les politiques donnent des locaux et des soutiens ». La question de la qualité de nos supports de communication se pose : « Auprès de qui veut-on donner une info qui devra être réduite, résumée pour les critères de comm ? » « Sans être réducteur, en faisant connaître le concept » ; « des éléments papier convenables. »

Support de communication réalisés en 2021





Emplettes & Cagettes

Des **achats groupés mensuels** avec la priorité donnée aux personnes en précarité alimentaire : les VIP-rioritaires, avec les VIF-inanciers et les VIB-énvoles

Concept



Réalisation concrète :

Le panier alimentaire élémentaire d'octobre 2021

- 120** foyers touchés soit environ **400** personnes
 - dont 61 foyers ont commandés en direct
 - 3 associations partenaires
 - 6 Labo Cap

7 lieux de livraison (Toul, Neuves-Maisons, 3 lieux à Nancy, Vézelize, Uruffe) : un fort maillage du territoire

16 produits proposés à la vente

10 agriculteurs et commerçants partenaires





Bon de commande – Novembre

Ce bon de commande est à retourner par mail (emplettescagettes@gmail.com) ou à déposer à CSC espace Malraux à Toul **avant le lundi 15 novembre**.

Joindre preuve de virement par mail ou déposer les espèces (somme exacte) ou les chèques (ordre : Emplettes et Cagettes) au site Malraux (Place Henri Miller, Toul)

Informations sur le commanditaire :		Nombre de personnes concernées par la commande :
NOM et prénom :		
Mail :		
Téléphone :		
Adresse :		
Je souhaite être livré à :		
<input type="checkbox"/> Toul (CSC - centre Malraux)	<input type="checkbox"/> Neuves-Maisons	<input type="checkbox"/> Francas Haut du Lièvre
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Uruffe
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Vézelize

Produits	Prix à l'unité	Unité	Quantité commandée	Total
Pommes de terre (variété Elodie)	2,10 €	Filet de 5 kg		
Pommes à croquer (Haute Valeur Environnementale – origine Lorraine)	1,58 €	Kg		
Pommes à compote (HVE – Lorraine)	1,27 €	Kg		
Butternut BIO – local Toulouais	1,50 €	Pièce		
Carottes BIO – local Toulouais	1,00 €	Kg		
Citrons (Espagne)	1,50 €	Kg		
Mandarines (Espagne)	2,00 €	Kg		
Lait UHT (coopérative de producteurs locaux)	0,79 €	Litre		
(Œufs calibre moyen (boîte de 30)	2,85 €	Boîte de 30		
Farine BIO locale (vrac – amener un contenant)	1,35 €	Kg		
Lentilles BIO locales (vrac – amener un contenant)	3,04 €	Kg		
Riz parfumé (vrac – amener un contenant)	1,71 €	Kg		
Pâtes artisanales 1 ^{er} choix locales	4,01 €	Kg		
Pâtes artisanales 2 nd choix (dites « pâtes moches ») locales	2,62 €	Kg		
Semoule fait main – Maroc (vrac – amener un contenant)	3,00 €	Kg		
Miel de thym Maroc - pot de 250g	7,00 €	Pot de 250 g		
Miel de jujubier Maroc - pot de 250g	7,00 €	Pot de 250 g		
TOTAL				

Emplettes et Cagettes
IBAN : FR 76 1027 8046 0000 0207 7490 160
CSC site André Malraux, Place Henri Miller, Toul



Un bon de commande transmis tous les mois à nos adhérents, qui adhèrent au réseau Emplettes et Cagettes et à la charte *De La Dignité Dans les Assiettes*



FICHE D'ADHESION INDIVIDUELLE

Qu'est-ce qu'un membre ?

- Les membres se signalent lors de l'inscription. Ils sont pour certains des :
- VIP : « Votés important personnes », prioritaires lors des achats et des cagettes promo
 - Des étudiants : Adhérents mais à coût réduction financier « VIP »
 - Des membres adultes et bénévoles les VM : « Votés important, bénévoles »
 - Des membres tout simplement

Comment devenir membre ?

- Adhésion annuelle par famille - gratuite en 2021
- Adhésion de soutien possible

- Prioritaire VIP, « le frigo à du mal à se remplir »
- VIP, je cotise plus pour soutenir l'association
- VM, j'ai du temps à donner à l'association

En remplissant cette adhésion individuelle, je déclare adhérer à la Charte de la Dignité dans les Assiettes

Nom/Prénom
 Nombre de personnes dans le foyer :
 Mail :
 Téléphone :
 Adresse :

Nous contacter : emplettescagettes@gmail.com

Des groupements de citoyens et des partenaires conventionnés pour un maillage efficace du territoire Sud 54

Des labo CAP actifs

- .abo Charlotte aux raisins
- .abo Colombey
- .abo EVS
- .abo Haide
- .abo rue du moulin
- .abo Free
- .abo Lise
- .abo Voinémont



24/06/2021

Convention :

& Emplettes et Cagettes

L'association Emplettes et Cagettes a pour but :

- Faire reconnaître et faire connaître les besoins des personnes malades dans l'accès à la nourriture et à la santé pour leur traitement par leurs soins, mais en dehors et en plus d'une charte commune
- Organiser avec nos membres la diffusion de produits alimentaires pour permettre l'accès à une nourriture
- Travailler collectivement de pair pour la production et pour la distribution, à prix accessibles pour les personnes malades
- Faire connaître les associations locales signataires de la charte commune
- Créer, entre nos adhérents, un réseau d'échanges et de partage autour du territoire

Elle agit dans le Sud 54 et vise à être un acteur de la solidarité alimentaire et de la dignité dans les assiettes.

Les adhésions de soutien sont possibles, écrites et en espèces.

Les espèces en cash

La signature, la date, le nom et le numéro de téléphone

Prénoms :
 Adresse :
 Date :
 Téléphone :
 Signature :
 Date :

Ces données sont envoyées sans impulsion des élus, de l'administration, sans l'accord des services publics.

Cette convention a été établie dans le cadre de la loi relative à la transparence de la vie publique (loi n° 2013-937 du 18 août 2013) et de la loi relative à la transparence de la vie publique (loi n° 2013-937 du 18 août 2013).



**L'association Emplettes et Cagettes :
un collectif d'acheteurs**

« Si on achetait ensemble pour que ce soit moins cher »



Chaque mois, Emplettes et Cagettes vous propose à la **vente des produits alimentaires**. Vous commandez et prépayez les produits que vous choisissez parmi une liste de produits que le collectif définit ensemble.

C'est vous qui choisissez les produits que vous souhaitez voir sur le bon de commande et c'est nous qui faisons tout pour **négoier des petits prix pour des produits de qualité**.



Nous préparons le bon de commande pour le début du mois, vous commandez et payez pendant les 2 premières semaines du mois et vous récupérez votre commande autour du 20.





L'association Emplettes & Cagettes : un collectif d'acheteurs en action

« Si on achetait ensemble pour que ce soit moins cher »



Sur le Pays Terres de Lorraine et Nancy en Meurthe et Moselle



« La précarité ça se définit par : T'as pas le choix, tu prends ce qu'on te donne, le logement, la bouffe, le boulot, etc. Et tu dis merci. Tu sors de la précarité quand t'as le choix et t'as le droit d'acheter »



« avec emplettes & cagettes j'ai cette certitude que tout le monde y gagne »

« Ils vendent les yaourts pas chers, par douze, si je ne peux pas, déjà en acheter un, je ne peux pas en acheter douze pour l'avoir moins cher ! »



De la dignité dans les assiettes

« De la dignité dans les assiettes » est une démarche qui unit des partenaires du territoire pour travailler ensemble sur le sujet de la précarité alimentaire. Une charte a ainsi été rédigée pour définir les actions alimentaires avec un accès digne et durable, tout en proposant des produits de toutes les qualités et en incluant les personnes. Travailleurs sociaux, politiques, bénévoles, personnes en précarité ont alors permis de créer la démarche et d'y intégrer un collectif d'acheteurs : Emplettes & Cagettes.

Et pour l'adhésion ?

L'adhésion à l'association est de 1 euro par an et par famille. Le nouvel adhérent s'engage à respecter la charte de la dignité dans les assiettes. Au moment de l'adhésion, la personne indique, à titre déclaratif, quel est son statut : VIP pour les Very Important Prioritaire, les personnes les plus fragiles, VIB, les bénévoles qui souhaitent donner de leur temps à l'association et VIF, les financeurs. En plus des frais d'adhésion, les adhérents peuvent participer au financement de l'association en versant des dons au cours de l'année. Beaucoup d'entre eux font le choix d'arrondir le montant de leur commande pour permettre à l'association de payer ses frais de fonctionnement.

Se mettre ensemble pour acheter moins cher

Emplettes & cagettes est un collectif d'acheteurs qui s'unit pour acheter ensemble. L'objectif premier est d'accéder à des produits sourcés auprès des structures locales à des prix intéressants de par le volume commandé. Mais pour ses adhérents, Emplettes et Cagettes c'est aussi pouvoir accéder à des produits de qualité plus facilement.

Des référents indispensables

Pour faciliter son organisation, l'association compte sur l'appui de référents de groupe. Ces groupes sont constitués d'adhérents qui se mettent ensemble et qui sont représentés par un référent. Ainsi le référent joue un rôle primordial en assurant la logistique, la gestion des commandes, le lien avec des invisibles et la communication.

La charte

CHARTRE DE LA DIGNITÉ DANS LES ASSIETTES

1. L'association a pour objectif de...

2. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

3. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

4. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

5. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

6. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

7. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

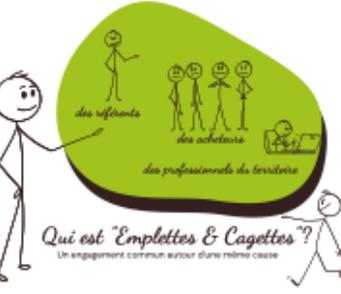
8. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

9. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...

10. Elle vise à garantir à tous les habitants du territoire un accès à une alimentation saine et de qualité...



407 foyers adhérents
soit plus de 1000 personnes dont 80%
concernées par la précarité alimentaire
Une vingtaine de fournisseurs conventionnés
Un choix de 20 à 30 produits chaque mois



Comment ça fonctionne ?

Chaque début de mois l'association prépare un bon de commande avec les produits sourcés au préalable et les propose pour ses adhérents. Ainsi les commandes peuvent être payées dès le début du mois, "quand il y a de l'argent", et seront réceptionnées à la fin du mois. Ce fonctionnement permet d'avoir des produits en fin de mois même quand il y a moins d'argent. Emplettes & cagettes se charge de faire le lien entre adhérents et producteurs en commandant la quantité totale et en préparant les commandes individuelles. En parallèle, nous travaillons également avec des agriculteurs pour proposer des surplus de production à des prix faibles.

Des entretiens réguliers avec les adhérents

Chaque semestre, des entretiens, aussi appelés labos d'usage, sont réalisés pour recueillir le retour sur expérience des adhérents. Chaque parole est entendue et permet ensuite d'ajuster le fonctionnement de l'association. Ces entretiens maintiennent le lien avec les adhérents et contribuent à tout faire pour répondre aux besoins de chacun.

Des produits élémentaires

Afin de proposer des produits qui conviennent aux adhérents, un travail préalable a été réalisé. Une équipe de personnes concernées par la précarité a défini le panier élémentaire alimentaire. Dans ce panier doivent se trouver chaque mois les produits de base jugés indispensables. Parmi eux on y retrouve des pâtes, du riz, des pommes de terre, deux légumes et deux fruits, du lait, des œufs, de l'huile et de la farine. Chacun de ces produits a été ajouté dans notre gamme de produits mais l'huile reste encore difficile à trouver.



Le bénévolat

Aujourd'hui, l'association fonctionne principalement grâce à du bénévolat. Il concerne la préparation et gestion des commandes, les livraisons, la comptabilité, le sourcing des produits, la communication, la mise en place d'un site internet, la réception de produits "bons plans"... Les moments de préparation des commandes permettent de créer et maintenir le lien entre les adhérents bénévoles.



Nous contacter : emplettesetcagettes@gmail.com
Site web : emplettes-cagettes.fr
février 2023

5. Les acheteurs construisent le collectif : la dynamique est portée d'abord par les acheteurs qui entraînent avec eux leurs proches et leurs vis-à-vis.



C'est particulièrement vrai dans la construction et l'appropriation de la notion de « collectif » : *« Il est possible qu'il y ait quelques résidents qui commandent. Moi, j'avais aussi réfléchi à les impliquer dans la démarche. » « J'ai passé commande parce que je fais partie de la Dignité dans les Assiettes, et les salariés ont suivi après. »* Les acheteurs adhèrent aussi pour des raisons militantes : *« moi, je commandais pour participer à la démarche » ; « parce que ce sont des produits locaux et de qualité » ; « moi, pour ma part, c'est pour faire marcher les producteurs ».* *« Et on a un bon réseau de bouche-à-oreille : j'en parle aux gens, je leur montre le bon de commande et ils commandent. »*

Cependant, tous les acheteurs n'ont pas forcément compris et mesuré l'importance de se réunir autour d'une charte qu'ils n'ont pas écrite et qu'ils ne comprennent pas toujours. Pour certains, c'est l'opportunité du prix bas, de produits de qualité, et de la livraison près de leur domicile qui est le vecteur de leur adhésion plus qu'une démarche militante : *« Uui ! adhérer et lire la charte : ce n'est pas une plateforme de e-commerce, passer commande par E&C, c'est primordial ! »* *« Les gens dans mon labo, ils sont là comme à Auchan, ils râlent, ils cherchent leurs produits et ils se sauvent : ils ne parlent pas, ils n'ont pas voulu rencontrer votre salariée, ils s'en fichent ! Je trouve ça dur, dur. »*

6. La promotion d'Emplettes&Cagettes faite par les acheteurs

Les acheteurs font la différence entre les produits achetés aux producteurs locaux qui n'ont pas voyagé et pas été stockés et ceux qu'ils avaient l'habitude de manger. Ils sont alors les meilleurs ambassadeurs d'Emplettes&Cagettes : *« ...pis c'est pas le même goût, rien que les carottes : les carottes du supermarché et les carottes que t'as là y a pas photo, y a pas le même goût. » « et l'odeur » ; « et regarde, ça colore pas les tupperwares, on dit pas la marque, mais ça colore pas les trucs en plastique parce que les carottes que t'achètes au supermarché, quand tu les mets dans*

une boîte pour les conserver, elles vont colorer ta boîte. Alors que les carottes là (d'E&C), tu peux mettre ta purée dedans, la laisser 2 jours, ton tupperware, il est tout neuf » ; « on parle souvent de différences entre produits Emplettes&Cagettes et produits commerciaux ; et ce qu'il faut savoir, c'est qu'avant d'être dans le magasin, les produits ils sont soit récoltés un peu plus tôt, mis dans des frigos, nettoyés, etc. Et ça fait que le produit, quand il est chez vous, on dit souvent « bah merde ! les fruits ils tiennent pas » ou « les légumes ils tiennent pas » : il faut absolument les remettre dans le frigo. Parce que, comme ils sont pas mûrs, on leur a stoppé la maturité et donc, ils moisissent encore plus vite » ; « ça leur fait un choc thermique aux pauvres légumes. »

7. Constats sur les prix des produits, le paiement, le packaging, les bons de commande



Bon de commande – Novembre 2022

A retourner par mail (emplettescagettes@gmail.com) ou à déposer jusqu'au **lundi 14/11/22, 17h**. Joindre preuve de virement par mail, ou espèces ou chèque (à : Emplettes et Cagettes) à Malraux - Place Henri Miller, Toul.

NOM et prénom :		Nombre de personnes concernées par la commande :	
Mail :			
Téléphone :			
Je récupère ma commande à :		<input type="checkbox"/> Je fais partie du labo / groupe (nom du labo) :	
<input type="checkbox"/> Toul, centre Malraux – jeudi 24/11, 15h-17h	<input type="checkbox"/> Neuves-Maisons (Maison Vie Associative 1 rue de la Haute Borne) – jeudi 24/11, 16h-17h		

Produits	Prix	Unité	Quantité	Total (€)
LEGUMES				
Pommes de terre (sac de 5 kg)	3,17 €	Sac de 5 Kg		
Carotte bio locale	1,50 €	Kg		
Betterave rouge bio locale	1,50 €	Kg		
Poireau local	1,70 €	Kg		
Potimarron (à la pièce : environ 1,2kg)	2,64 €	Pièce		
FRUITS				
Pommes locales variété Gala (à croquer)	1,27 €	Kg		
Pommes locales variété Jonagored (à cuire & à croquer)	1,27 €	Kg		
Compote gourde : mirabelle	0,42 €	Pièce (100g)		
Citrons	2,50 €	Kg		
Mandarines	2,70 €	Kg		
FROMAGE LOCAL				
Tome du Saintois à l'ail des ours	2,20 €	Pièce (200g)		
Tome du Saintois à l'ail des ours	5,50 €	Pièce (500g)		

Emplettes et Cagettes
 IBAN : FR 76 1027 8046 0000 0207 7490 160
 Site André Malraux, Place Henri Miller, Toul

TOURNEZ LA PAGE



PRODUITS LAITIERS (coopérative locale)			
Crème liquide 50 cl	2,12 €	Bouteille (50 cl)	
Petit fromage blanc	1,40 €	Pot (500 g)	
Grand fromage blanc	2,70 €	Pot (1kg)	
Petit suisse 6 x 60 g	1,00 €	Lot (6 x 60g)	
Lait UHT	0,90 €	Litre	
EPICERIE : œufs, farine, lentilles, pâtes, riz, miel, bonbons			
Œufs moyens, plateau de 30, à consommer en 3 semaines	3,70 €	Plateau (30 œufs M)	
Farine bio locale T80	1,30 €	Kg	
Farine T45 (Vosges)	0,92 €	Kg	
Farine T65 (Vosges)	0,68 €	Kg	
Lentilles bio locales	2,50 €	Kg	
Riz	1,50 €	Kg	
Pâtes artisanales locales	2,60 €	Kg	
Miel local, pot de 500g : liquide	7,00 €	Pot (500g)	
Miel local, pot de 500g : crémeux	7,00 €	Pot (500g)	
Bergamotes à la menthe (bonbons individuels)	2,20 €	100g, vrac	
J'adhère 1€ par an, par famille – ou plus si vous souhaitez nous soutenir	Adhésion <input type="checkbox"/> €	Je donne, je soutiens <input type="checkbox"/> €	
Mode de paiement : <input type="checkbox"/> Virement – <input type="checkbox"/> Espèces – <input type="checkbox"/> Chèque		TOTAL	

En complément de ce bon de commande, nous vous transmettrons par email une proposition de prix pour des oranges (d'Espagne) et des oignons (bio, locaux) qui seront disponibles en même temps que cette commande. Nous avons aussi un bon plan « mâche » la semaine prochaine, restez attentifs !

Emplettes et Cagettes
 IBAN : FR 76 1027 8046 0000 0207 7490 160
 Site André Malraux, Place Henri Miller, Toul



a. Les prix des produits

« Excellents produits, prix très faible »

Les prix sont en phase avec les attentes des acheteurs et leurs possibilités.

Ils n'ont « pas de crainte de se faire avoir en achetant des produits chers et mauvais pour la santé » : « Moi qui fais attention aux sous, c'est assez simple ici. » « Globalement, les familles sont contentes au niveau des tarifs aussi. On n'a pas eu de personne qui ont dit que c'était pas bien : tout le monde était content. » « On aime bien venir ici pour prendre des cagettes parce que c'est pas cher. » « Hier, il y a quelqu'un qui commande et elle me dit « oh ce n'est pas cher, les œufs, les 12 c'est pas cher ! » « Le kilo de pommes de terre, c'est le truc qui a le plus de succès. » « Oui, le prix des pommes de terre, on en trouve nulle part à ce prix-là. »

Pour les plus précaires l'offre ne correspond pas leur attente : trop cher par rapport à leurs possibilités

Ils trouvent des prix plus intéressants en fin de marché dans les quartiers : « Il y a des articles qui sont un peu chers pour nous, vous connaissez le marché du Haut du Lièvre ? Là, c'est beaucoup moins cher, sur les clémentines, les pommes, les fruits et légumes, je pars à midi là-bas » ; « certaines choses sont abordables, certaines choses sont chères. » « Les légumes c'est cher, exemple oignons le kilo cher, pommes de terre bien, carottes bien, bio bien. Les citrons chers, oranges chères, les poireaux, nous pas cuisiner. » Il est vrai que le prix des oranges et des citrons a considérablement augmenté entre 2022 et 2023, ce qui a éloigné plusieurs familles de ce type d'achat.

Pour certains produits, les prix sont identiques à ceux des grandes surfaces, et pour ceux qui ont la possibilité d'aller y acheter leurs produits, la question se pose même d'une comparaison systématique pour les prix et les volumes : « Si tu regardes maintenant le prix d'un litre de lait en magasin, on les a au même prix [chez E&C] et même les légumes » ; « on avait à 2€ le gros butternut alors qu'en magasin, c'est plus de 2€, et il est tout petit. » « Les avocats, c'est ce qu'on disait hier : les avocats des supermarchés, ils sont très gros mais l'intérieur, c'est trop pour une seule personne, et il a tendance à soit il est trop dur d'un côté soit il est trop mou de l'autre et il est pas bon à manger alors que celui d'emplettes et cagette, il est vendu au kg : il est petit, c'est suffisant pour une personne. On le mange en une fois et il est délicieux et c'est parfait. »

« Le prix se justifie par la qualité mais il faut tenir compte des limites imposées par le portemonnaie »

« Le lait, les pommes de terre, le riz, carotte bio, œufs c'est bon. » « Quand c'est du bio, ça va : au moins, c'est du bio ! » « Quand je vois c'est du bio, ça m'intéresse, pas le prix, c'est justifié. » « C'est ça qui coûte cher, la qualité. Je bosse dans le bâtiment la qualité, c'est plus cher, c'est sûr. »

Chaque produit est analysé et le rapport qualité prix est retenu par les acheteurs

« Les avocats, c'est pas cher : 5€ le kg, c'est presque gratuit. » « les œufs, je prends chaque mois, 6 boîtes de 12, c'est bien » ; « la pomme de terre bien, prix bien et qualité ; betterave goûter bien et prix bien ; carotte bien ; poireaux pas utilisés ; pommes bien, sucrées ; oranges, le kilo 1.70€,

cher ; citrons encore chers ; mandarines chères » ; « « avocat, bien pas cher ; fromage prend pas ; on prend du lait chaque mois, on prend 12 litres ; depuis 2 mois, je prends 24 litres, prix bien et on a goûté, c'est bien ; le fromage blanc en pot, c'est bien ; œufs bien ; farine, généralement j'utilise T45 : au magasin 80cts, donc pas cher, au magasin ici, 92cts cher ; le riz bien. »

Le prix est bas et les personnes sont rassasiées avec moins de poids de produit : cela revient donc moins cher

C'est notamment vrai dans le cas de pâtes et du couscous, du riz ; les acheteurs constatent qu'il faut diviser les doses par deux, sinon il y a des restes, les personnes sont plus vite rassasiées, cela diminue aussi le prix de la ration et les acheteurs s'y retrouvent : *« Donc, si tu calcules bien, avec un paquet de pâtes d'Emplettes et Cagettes, tu fais 3 fois. Avec un paquet de pâtes normal, tu fais qu'une fois. Donc, si tu calcules ton prix, tu fais des économies sur ton paquet de pâtes. »*

L'augmentation des prix sur les produits passe mal, lorsqu'elle est constatée : *« Mais les œufs cages, avant ils étaient à 3€ ; maintenant, ils sont à 4, 80 : ils ont beaucoup augmenté. »*

L'augmentation, en effet, a été énorme fin 2022, et encore un peu début 2023 : c'est dû à la conjoncture.

b. L'encaissement

Il est facilité pour les personnes des labos, car cet encaissement est réalisé par les référents : *« Tout est nickel et c'est devenu un automatisme : je réceptionne le bon de commande, je diffuse et j'ai un tableau Excel pour gérer. Au niveau de l'argent, je récupère tout et c'est moi qui fais le paiement ensuite. Mais si ça devait s'élargir, je ne ferais pas la même façon. »* Pour les personnes qui peuvent régler par virement, il n'y a pas de problème. Pour ceux qui n'ont pas cette possibilité, le paiement par chèque génère parfois des difficultés quant à la gestion du compte bancaire : *« Moi, je faisais un chèque, et celui de décembre et janvier ont été débités d'un coup, en même temps : donc ça fait 70€ en janvier qui ont été débités en même temps, donc ça m'a pas arrangé du tout. Donc maintenant, je fais plus de chèque : ça fait plus le bazar dans mes comptes »*. Il arrive que les référents ne veuillent pas s'engager à faire des kilomètres pour apporter un ou deux chèques, ou payer les timbres pour envoyer les chèques au moment des commandes. De ce fait, ils attendent souvent dans un tiroir avant d'être encaissés. Les référents des labos d'usage en font le constat : *« Nous, nous n'avons pas les moyens de récupérer l'argent. Passez la commande, c'est simple, mais derrière, comme il faut s'assurer qu'il y a l'argent, ça veut dire manipulation d'argent et nous, à notre niveau, ce n'est pas possible »*. De même une attention particulière est portée *« à ceux qui n'ont pas de chéquier, pas de moyens de payer »*, qui payent en espèce. Là où il existe une boîte aux lettres qui est relevée régulièrement par Emplettes&Cagettes, c'est simple : les acheteurs mettent leur règlement avec leur bon de commande, mais ce n'est pas le cas partout et cet aspect de l'organisation doit être revue.

c. La périodicité

Les achats arrivent une fois par mois, lors de la troisième semaine du mois, lorsque l'argent se fait rare. À ce moment-là, un fond d'épicerie, de légumes, laitages et œufs, qui ont été payés lorsque les allocations avaient été perçues, parvient à la famille et cela permet de ne plus craindre *« le manque de la fin de mois »*. La plupart des acheteurs sont satisfaits de cette formule. Certains, même, sont rassurés car ils auront de quoi se nourrir sainement en fin de mois : *« Là, une fois par mois, ça me va bien » ; « en fait, ça nous fait sur tout le mois »*. Nombre d'acheteurs font des conserves ou congèlent des produits : *« Et tu vois, on va faire des gros pots de soupe, on va manger ce qu'on a besoin et on congèle » ; les poireaux, c'est pareil, ils sont bien » ; « ils sont*

beaux, ils sont gros, et ils sont bons » ; « alors, nous quand on vient les poireaux, on les nettoient ; le vert, on s'en sert pour la soupe, et le blanc, on le blanchit et on s'en sert pour faire pleins de choses : la salade, les poireaux-jambon, tu fais plein de choses avec. » « On a eu plein d'oignons, mais comme ça faisait beaucoup, du coup, on a tout nettoyé pendant une après-midi ; on a passé 2h sur nos oignons, les éplucher, les couper, les congeler, et voilà ».

Avoir des achats mensuels demande aux acheteurs de s'organiser : *« Faut s'organiser ! Quand on sait qu'on commande le 10, on reçoit 20 après. Faut que la famille, elle comprenne que c'est pas comme au supermarché, je commande et j'ai. » « Non, faut attendre et anticiper les commandes, anticiper le mois, les produits etc. » « On n'est plus à l'époque où les femmes allaient chaque jour faire des courses » ; « mais ça veut dire qu'il faut avoir des moyens de stockage. »*

d. Le packaging

Le choix du volume permet de ne pas jeter de produits, on commande ce dont on a besoin, on ne se laisse pas tenter : *« On a le choix de la quantité, c'est au kilo, et on prend ce qu'on veut » ; « si on prend beaucoup, ça part à la poubelle ». Les contenants plaisent : « moi, la crème, elle me convient très bien : pour moi, c'est plus pratique pour moi, en 50 ml. » « Et c'est plus pratique que ce soit en bouteille. »*

Cependant, les produits secs en sachet ne satisfont pas tout le monde parce que des sachets se déchirent ou peuvent l'être et parce que certains n'ont rien pour stocker leur contenu : *« Moi, la farine, j'en ai pris une fois et là où j'ai été un peu embêté, c'est fait, le sachet et j'avais pas de contenant et du coup, j'ai gardé ma farine dans un sachet, et c'est pas pratique. »*

Les légumes sont parfois non lavés ce qui diffère des légumes lavés que l'on trouve en supermarchés. Lors des laboratoires d'usage, les uns expliquent aux autres l'avantage de ces légumes non lavés : *« Et tes carottes, tu les achètes pas lavées, d'accord, mais si elles sont pas lavées, tes carottes, tu les gardes longtemps ; quand tu les laves, elles pourrissent, elles moisissent. »*

La taille des cagettes de récupération dans lesquelles les produits sont préparés pour les livraisons interrogent : *« Les cagettes sont trop grandes, il faut trouver des contenants plus légers qui ne dépassent pas 5 kg, prendre plus de caisses et c'est moins lourd, pour que tous puissent manipuler les caisses » ; « des fois il y a des cagettes avec 20kg dedans, du coup on se casse le dos en chargeant sa cagette ... »*

La possibilité d'avoir les produits au kg est saluée : *« Ils ont fait les PDT au kg au lieu de les vendre que par 5 kg, une idée de génie... merci »*

e. Les bons de commande

Le bon de commande a été retravaillé pour être plus lisible, notamment pour les personnes qui ont des problèmes à l'écrit et avec la langue française, en séparant et en indiquant ce qui est légumes, fruit, fromage, produits laitiers...

Restent des incompréhensions : par exemple, des personnes n'ont pas compris que la tomme c'était du fromage : *« Je n'ai pas compris ce que c'est sur le bon de commande de la tomme, c'est quoi ? je ne savais pas que c'était le fromage ». La typographie a aussi son importance pour certains qui trouvent que « c'est écrit petit sur le bon. »*

Bien que le bon de commande soit envoyé par mail, les référents des labos font un travail important en l'imprimant afin d'aider ceux qui ont des difficultés à le remplir. D'autres adhérents le remplissent facilement et l'envoient par mail : *« Au niveau de la commande, il n'y a pas de souci ; on la reçoit par mail ; chacune fait sa commande, chacune fait son paiement. Au niveau du passage de commande, c'est simple »*

Le système a été conçu pour envoyer le bon de commande vers le 5 du mois afin que commandes et paiements puissent être faits au moment où les allocations sont versées. C'est un vrai défi de respecter ces délais et cette année ils ont été respectés. Il est arrivé que l'envoi soit fait dès le premier du mois mais pour certains, cet envoi est trop proche de la réception des produits ce qui provoque de la confusion : *« Ce qui est parfois compliqué, c'est qu'on vient à peine de recevoir la commande que vous envoyez déjà le bon. » « On vient récupérer les commandes le jeudi, et dès le lundi qui suit, vous envoyez la nouvelle commande et psychologiquement, il se passe un truc qui fait que... » « On sait que c'est pour la commande dans 3 semaines »*. Un rappel aux acheteurs est alors nécessaire : *« Le rappel c'est bien »* pour bien resituer la commande dans le temps économique de la vie en précarité.

S'il n'y a pas d'accusé de réception de la commande, les acheteurs ignorent si elle est prise en compte, ce qui les inquiète : *« Quelqu'un envoie son bon mais elle dit « j'ai pas de réponse, on ne me répond pas »*.

8. Constats et analyse des produits proposés par Emplettes&Cagettes

« Catalogue limité, mais il grandit » « Pour ma part, les produits sont excellents, même si je les trouve un peu chers, surtout les œufs, le lait, les pâtes premier choix ». « Les produits se sont diversifiés : en une année, nous sommes passés de 18 produits proposés en janvier 2022 à 31 produits en janvier 2023. »

a. On a le choix

Les acheteurs ne s'y trompent pas, ils apprécient la diversité et l'offre : *« On a beaucoup plus de choix qu'avant, et ça c'est pas mal » ; « moi, je ne demande rien de particulier, et je suis content de voir ce qu'il y a, ce qu'on me propose » ; « des légumes d'hiver, des légumes de saison. »*

b. Les produits sont de bonne qualité et en accord avec les convictions des acheteurs



*Nous sommes satisfaits de la qualité des produits ainsi que du prix » ; « la farine, les légumes que j'ai pris, le fromage, non c'est bien » ; « ce **sont des bons produits** » ; « de façon générale, les gens sont contents. Parfois, on me dit : oh là, là ! Les betteraves, qu'est-ce qu'elles sont bonnes ; le fromage blanc, il y en a plein qui me disent qu'il est bon. » « Oui, franchement, pomme-de-terre trop bien, les poireaux, tout le monde les trouve beaux. » « « Emplettes&Cagettes, les produits, ils sont de bonne qualité » ; « « moi, j'aime bien le riz. » « Moi, j'apprécie énormément vos pommes, elles sont super bonnes, et vraiment pas chères. Tu sais, quand tu ne sais pas à quoi peuvent ressembler vos fruits, tu dis « qu'est-ce que je vais avoir ? » » ; « Le chou vert pareil, moi, j'en ai pris, et pareil satisfaisant ». « Moi, au niveau de vos fruits et de vos légumes pas, du tout déçue. » « Des pâtes pareilles ! C'était sympa ! » « Le fromage, une tuerie ! » « J'ai pris la tomme avec l'ail des ours, une tuerie ! Nous, on va les cueillir dans la forêt mais là, il y avait le même goût. J'en avais acheté chez Leclerc, ça n'a pas du tout le même goût. » « Les avocats, ils sont très bons, et pas chers : la prochaine fois, je vais en prendre plus. » « On a eu une fois un chou blanc et je trouve que c'est bien, et en plus c'est trop bon. »*

Certains acheteurs sont convaincus de la nécessité de respecter la nature et les animaux. La recherche des œufs qui correspondent à cette demande a été compliquée mais fructueuse : « J'ai pas eu le temps de dire que ce serait bien qu'on ait du plein air qu'au coup d'après, on nous proposait des plein air. » « Je me posais comme question les conditions de vie des poules en cage, pour le bien-être animal, parce que je n'achète pas ce genre d'œufs. » « Et en plus, on voit que par œuf, c'est que 0,01€ de plus pour les œufs plein air (œufs de calibre différents), donc c'est assez facile d'allier les 2, si on veut militer dans le sens bien-être animal. »

c. Des produits qui permettent de bonnes recettes et la transformation des produits chez soi

Les acheteurs nous rappellent que la bonne cuisine se fait avec de bons produits. Les goûts et l'appétence pour les aliments viennent de cette qualité gustative : « les enfants, là, ils n'aiment pas les légumes. Mais là, avec les potirons, j'ai fait quelque chose, épices et mixé, ils ont dit « oh ! c'est bon ! » » ; « citrouille et potiron, on fait des soupes, et comme ça, et ça va ». Les bons produits permettent aussi la transformation et de nombreux acheteurs cuisinent et transforment eux-mêmes des produits qu'auparavant ils achetaient transformés : « Le lait, il a un gout spécial, trop bon ! » « On fait les yaourts avec la couverture » (on emballe dans une couverture la casserole de lait chauffé dans lequel on a dilué un yaourt pendant plusieurs heures et le lait se transforme en yaourt, on en a pour la semaine) ; « œufs, on prend trois plateaux pour la famille, pour le mois, parce que je prépare le gâteau avec l'œuf ; le fils aîné, il mange beaucoup ; avec œuf, on prépare tout ». Le chou est très souvent un produit demandé mais il est difficile de se le procurer à cause d'une saison courte, et du peu de production locale. Pouvoir s'en procurer a permis à de nombreuses familles d'en acheter, de faire des recettes de leur pays ou de leur région et de le congeler pour en profiter plus longtemps : « le chou () Tu peux faire... Au début, il n'était

pas très gros. Et pis, je m'étais dit que j'allais faire la recette turque avec la viande et le riz à l'intérieur, et bah nickel ! Pour une famille de 4, c'était nickel, et j'en ai même recoupé que j'ai congelé pour manger plus tard.

d. Des agrumes qui arrivent d'Espagne, des produits qui ne sont pas calibrés comme dans les supermarchés et qui ont un goût excellent, sont peu chers, et se conservent aussi plus longtemps.

Les agrumes sont transportés par les paysans du sud de l'Espagne. Chaque mois d'hiver, ils apportent des oranges, des citrons, des mandarines, des pamplemousses, des avocats. « *J'ai des citrons depuis un mois dans le frigo* » ; « *J'en ai toujours dans mon frigo et ils se tiennent* » ; « *et les pamplemousses aussi, j'ai bien aimé* » ; « *les agrumes, en général, se conservent bien* » ; « *les oranges, elles sont bonnes.* » « *ils sont bons, vos avocats* » ; « *ils étaient tout petits et même en les gardant plus d'une semaine, il a même pas noirci rien du tout* » ; « *les avocats, y sont tellement bons qu'ils ont pas le temps d'arriver dans le bac à légumes.* »

e. Les produits plébiscités : le riz, les pommes à croquer et les pommes à compote, les pommes de terre, les compotes, les betteraves, les carottes, les laitages, les œufs, et les produits de pays d'origine des acheteurs

Les compotes

« Elles sont bonnes les compotes » ; « c'est moi qui les mange c'est pas les petits » ; « les compotes aussi. »

Les betteraves

« Les betteraves aussi très bonnes, bien grosses » « Oh ! les betteraves, elles sont excellentes. »

Les carottes

« Les carottes sont très parfumées. Je ne sais pas d'où elles viennent, et on voit que c'est de pas loin, que ça fait pas longtemps qu'elles sont sorties de terre. »

Les laitages

« Moi, la crème, elle me convient très bien ; Pour moi, c'est plus pratique pour moi, en 50cl. Et c'est plus pratique que ce soit en bouteille. »



« Les petits suisses y sont excellents aussi » : « les petits suisses, aussi c'est bon. La dernière fois, j'en ai commandé 18. »



Pommes à croquer



Pommes à cuire et à

Les œufs

Le prix des œufs cages a très significativement augmenté sur toute l'année 2022 ; les œufs plein air ajoutés fin 2022 sont finalement dans le même ordre de prix. Les acheteurs tiennent aux œufs et à leur qualité : « *Les œufs y sont beaux, les œufs plein air* » ; « *oui, ils sont bons.* » « *Ça a vraiment augmenté mais ça va aller, c'est plein air.* » « *Dans les produits qui n'ont pas été*

mentionnés et qu'il faut absolument garder, mais que je peux te dire de la part de mon Labo, c'est les œufs et le riz ».

Le riz

« *Le riz, tu ne peux pas l'enlever. S'il y a un truc en commun entre tous les gens du labo, c'est le riz.* »

Les pommes à compote

« *Moi, j'utilise les pommes d'Emplettes & Cagettes pour faire de la compote, et c'est vachement bon.* »

b. Comprendre les produits et leur saisonnalité

Les pommes de terre locales

L'accès aux pommes de terre n'est pas si simple : il n'y a pas beaucoup de producteurs sur le territoire et les pommes de terre ne sont pas disponibles toute l'année. Il y a des mois où les pommes de terre de la saison ne sont plus disponibles et où les pommes de terre nouvelles ne sont pas récoltées. C'est difficile à comprendre pour les acheteurs : ils ont eu l'habitude de trouver des pommes de terre pas chères qui ont la même présentation toute l'année dans les grandes surfaces : « *Les pommes de terre, on m'a dit que ça avait changé au niveau de la qualité* » ; « *ça fait 2 fois qu'on tombe sur des filets avec des toutes petites pommes de terre* » ; « *et surtout, elles germent aussi tout de suite* » ; « *au début, quand on prenait, elles étaient bien grosses et je pouvais rester 15 jours jusqu'à la prochaine commande et c'était nickel ; et là, j'en ai pris 3 et en une semaine, elles ont germé.* » ; « *et on m'a dit aussi qu'à l'utilisation c'était plus la même chose, la même qualité* » ; « *elles sont toutes molles, toutes bizarres : on dirait que c'est des anciennes pommes de terre.* »

Les pommes à compote et pommes à croquer

En fin de saison, les pommes à compotes sont moins belles qu'en pleine saison les pommes à croquer ont séjourné dans les frigos et sont moins goûteuses. Les acheteurs ont l'habitude des fruits calibrés et importés proposés dans les grandes surfaces. Ils ont donc du mal à comprendre le rythme des saisons et à faire le lien avec la conservation des fruits. « *Les pommes, jusqu'à maintenant, j'ai toujours été satisfaite mais alors là, la dernière fois à la commande, c'était plutôt des pommes qu'on donnait aux chevaux ; elles étaient toutes petites, ridées, complètement fripées* » ; « *franchement, j'étais déçue* » ; « *mais les pommes à compote et à croquer, elles étaient*

bien » ; « faut prendre des Janogored, celles-là, elles étaient bien » ; « Quelques fruits qui se gardent moins () c'est parce que ça doit être la fin de saison. »

c. Trouver des produits de son pays d'origine

« Moi (je suis d'origine turque), j'aime pas le riz, parce que j'aime bien le riz rond de chez les Turcs. » « C'était bien d'avoir de la semoule trois grains directement de la coopérative du Maroc » ; « c'était un autre goût » ; « comme les nouilles, on en utilise la moitié pour le repas, elle te nourrit beaucoup plus que le Regia. »

d. Les produits trop chers

« La compote, je la trouve chère, honnêtement, la compote super, super, chère. » « Après, les mandarines, j'en ai acheté qu'une fois parce que tu vois, 2,70€ c'est pas cher par rapport au magasin mais 2,70€ le kg, moi, je peux pas ».

e. Des prix pour les légumes en fin de saison

« Les betteraves aussi très bonnes, bien grosses » ; « mais bon, la dernière fois, elles étaient petites : si c'est la fin de saison, il faut faire moitié prix. » Une acheteuse pointe la difficulté à comprendre la réalité logique des producteurs : « Ce n'est pas parce qu'elles sont petites, que c'est la fin de la saison. » « On a toujours eu des mélanges de taille... ». Quand on est sur le mode de pensée commerciale, il est difficile d'appréhender le mode de pensée agricole. De cette méconnaissance découle l'incompréhension qu'expriment certains acheteurs. En effet, l'agriculteur n'a aucune raison de baisser son prix en fin de saison, car le produit s'étant raréfié, il a toutes les raisons de maintenir ses prix au plus près du coût déjà existant.

9. Les produits découverts avec Emplettes&Cagettes : les petits avocats d'Espagne, vendus au kg, les carottes bio d'un producteur, les poireaux du maraicher, le céleri, les pâtes artisanales, les patates douces, la tomme locale à l'ail des ours, les laitages d'Alsace lait...

a. Les avocats

« Les avocats, moi qui n'en mangeais jamais, tu vois, je m'y suis mis » ; « et là, les avocats, vraiment, j'étais étonné ; là, ces petits avocats, je connaissais pas » ; « ou, ils étaient super bons » ; « aussi l'avocat, ouais ! L'avocat, c'est un délice, un délice l'avocat ! »

b. Les carottes de M T

« Alors oui, par le goût, les carottes, moi, la première fois que j'en ai mangé, j'ai dit « il y avait longtemps que je n'avais pas eu ce goût de carotte dans la bouche ».

c. Les poireaux

« Avant on n'achetait pas de poireaux, on n'achetait pas vraiment de poireaux » ; « oui, on en a acheté pratiquement pas » ; « parce que c'était cher » ; « des poireaux, c'est sa grosse découverte »

d. Le céleri

« Oui par exemple, le céleri, il a découvert que ça pouvait se cuire parce que lui, il connaissait que en salade. » « Oui, oui, je savais pas que ça se cuisinait : c'est ma belle-mère qui m'a dit « Ben oui, on peut cuire le céleri » après avoir vu sur le bon de commande le produit. »

e. Les pâtes artisanales

« ... nouilles du producteur local, il n'y a pas que Panzani qui fait des pâtes. » « Oui, oui, les pâtes, elles sont artisanales ; on avait acheté avant chez Intermarché, mais ce sont pas les mêmes ; c'est un produit qu'on a redécouvert, on voit la différence : c'est normal, c'est fait maison. »

f. La patate douce

Un producteur nous a donné des excédents de production de patates douces qui ont fait le régal des acheteurs : « La patate douce, je connaissais mais j'avais jamais cuisiné. Et j'ai fait découvrir à mon frère aussi qui ne connaissait pas. » « Moi, j'ai découvert la patate douce ; j'aurais jamais acheté mais on s'est régalé »

g. La tomme locale à l'ail des ours

« Moi, c'est le fromage avec des ours ».

h. Les laitages d'Alsace-lait

« Votre crème aussi, elle est bonne » ; « et le fromage blanc, moi, il fait 2 jours : j'ai un mari qui est raide dingue. »

i. Les producteurs locaux

« Découvert, non, mais (cela) permet de se rendre compte qu'il y a plein de producteurs près de chez soi ».

10. Constats sur l'intérêt des bons plans et des tableaux de promotions sur les produits de la semaine

J'interviens sur les ailes de poulets... oh my god ! ... un délice... ils sont immenses... et la viande délicieuse... j'adore ! » « Je suis désolée mais c'est autre chose que le poulet que

t'achètes en supermarché » « Moi, j'avais fait une fois un bon plan mâche et c'était super bon. » « et les mirabelles »



Pour certains produits, l'association a négocié les prix avec des fournisseurs pour avoir une offre de produits, viande, légumes verts, salades qui sont difficiles à conserver et à livrer avec nos conditions de logistique. Il y a eu ainsi de la salade, des courgettes, de la viande de bœuf hachée et surgelée, par exemple. Les adhérents sont donc informés de ces bons plans et peuvent faire du covoiturage pour se rendre sur les lieux de vente et aller chercher les produits : *« Moi, je sais qu'au jardin, il y en a qui ont pris. » « Pour les bons plans, c'est bien, mais c'est la distance : on n'est pas mobile. » « J'imagine que pour vous, c'est difficile à gérer la viande, sur le bon de commande, mais ça serait mieux d'avoir tout dessus » ; « alors c'est négocié auprès des producteurs et les gens se déplacent » ; « la personne qui a commandé des ailes de poulet, elle m'a juste dit que c'était bon mais galère à cuisiner ; elle est ravie du prix et du goût, mais c'est pas du tout pratique à manger » ; « c'était son retour » ; « dans l'idée c'est que s'il y avait d'autres parties du poulet à vendre, elle aurait pris du blanc » ; « il y avait que cette personne avec moi qui a commandé les ailes de poulet mais je sais qu'il y en a d'autres qui prévoient de commander » ; « alors quand on parle d'ailes de poulet, la taille de l'aile de poulet, c'est la taille d'un pilon que t'achètes au supermarché » ; « t'en manges une d'aile de poulet, tu vas pas en manger 4. Avec une t'as largement de quoi manger, et c'est du bon poulet. » « Par exemple, un kilo, à nous 3, ça fait 2 jours quand même. » « La prochaine fois, je congèle la moitié parce que 1 kilo ça fait de trop.*

Dans certains labos, il y a une forte proportion de personnes qui mangent halal : ce n'est donc pas facile de trouver des offres de produits à des prix abordables pour les personnes : *« Pour les ailes de poulet c'est pas à halal »*

11. Les participants aux laboratoires qui se sont exprimés n'ont pas compris que le tableau comparatif des promotions était un outil susceptible d'améliorer leur pouvoir d'achat

« Pas vu de tableau de promo », l'envoi par mail est un des éléments qui aggrave les difficultés de compréhension : on constate, par exemple, que les mails qui contiennent trop d'informations sont mal lus ; dans ce cas précis, un tableau est sans doute trop complexe.

Produits	Prix gros volume	Prix unité	Lieu de vente
			Cora
			Houdemont gros volumes
Farine	7,90/10kg	0,79 kg	
Huile tournesol	16,80/12	1,4 unité	
Huile olive bio	27,64/§ * 75CL	4,61	
Lait demi écrémé	19/6	0,66	
Jel douche	5,49 /6	0,66	
Papier WC	16,99/ 96 rouleaux	0,18	
Lessive Omo liquide	18,59/4/ 2 litres	2,32/l	
Assouplissant Soupline	16 euros / 8	1,5/L	
Adoucissant Lenor	16 euros /8	1,74/L	
Liquide vaisselle	3,89 / 4 *500ML	0,98 /unité	
Éponges	7,99 le lot de 20	0,44 /unité	
	33,70 / 208 couches taille		
Couches	3?4?5	0,16 / couches	
Serviettes hygiéniques	6,75/5 /	1,35paquet /14 serviettes	
Dentifrice signal	7,80/12	0,65 unité	
Café dosette Senseo	12,60/ 180	4,20 pour 60/0,07 la dosette	
Couscous moyen tipiac	6,90/6KG	1,15 /kg	
Pates Panzani	6,93/6KG	0,58/ 500G	
Champignons en boîte	9,99 12 boites 250/3KG	0,84 / unité	
Haricots verts extra fins	9,90 / 12 de 440g	0,83 unité	
Riz long	7,90/5KG	1,58/kg	
Coquillettes	4,90/9*250g	0,55 / paquet 250G	
Concentré tomate	3,49/12*70g	0,29 unité	
Sauce tomate	7,24 /8*200G	0,31 unité	
Sardine	8,90/ 12	0,75 boîte 135g	

[Date]

Pâtes feuilletées	5,04 / 6	0,84 la pâte	
Beurre	8,22/6	1,37 unité	
Margarine	5,98/1,5kg	2/ boîte	
Œufs /plein air	4,09/24	0,18	
Emmental bloc	5,18/ 800G	2,59	
Camembert cœur de lion	3,78/3	1,26 unité	
Thon	15,60/12boites	1,3	
Oranges	3,09 / 3kg		
Avocats	2 euros les trois		
Chocolat noir	4,99/ 5 tablettes	1 €. Tablette	
Café moulu grand-mère	13,51/ 12 paquets	1,13 unité	Gros

Viande poulet cuisse /12 le gaulois			
France	2,49/KG /12cuisses		
Viande maitre coq poulets	2,89 Kg / par deux poulets		

Porc longues sans os sans filet mignon	4,50 euros le kg		
--	------------------	--	--

Longe avec os et filet mignon	3,50kg		
-------------------------------	--------	--	--

Pommes de terre	1,99 / 5 kg	0,40/KG	Grand
Huile tournesol	16,80/13	1,4 unité	
Huile olive bio	27,64/§ * 75CL	1,795	
Lait demi écrémé	19,6	3,124	

Jel douche	5,49 / 7	4,453	
Papier WC	16,99/ 97	5,782	
Lessive Omo liquide	18,59/4/ 2 litres	2,32/l	
Assouplissant Soupline	17 euros / 8	1,5/L	
Adoucissant lenor	17 euros /8	1,74/L	
Liquide vaisselle	3,89 / 4 *500ML	0,98 unités	
Éponges	7,99 le lot de 21	0,44 unité	
	33,70 / 208 couches taille 3		
Couches	ou 4ou 6	0,16 / couches	
Serviettes hygiéniques	6,75/5 /	1,35paquet /14 serviettes	

			Auch:
Cuisses de poulet France	9,95/	1,99/kg	
Porc demi-longe	Caissettes de 2kg	4,95/kg	
Oignons jaunes	1,69/5kg	0,34/kg	
Pommes de terre	3,99 / 10kg	0,40/kg	
Thon	10,92/8boites 140g	9,75/Kg	
Lessive Xtra	12,46/4	1,42 le litre	
Serviettes hygiéniques nana	8,35/ 8*14 serviettes		

Exemple de relevé de promotions envoyé par des adhérents

12. Constats sur les modalités de livraisons

Les moments de livraisons et les animations lors des livraisons sont globalement bien appréciés

Les horaires sont fixés en fonction des lieux qui les accueillent mais leur amplitude est trop restreinte pour ceux qui ont des obligations par ailleurs et, notamment, ceux qui travaillent

a. Les moments de livraisons

Pour les acheteurs ces moments sont bien organisés : *« Au niveau de la récupération, nous ça va : on a les cagettes qui sont prêtes, on vérifie, nous, sur place, si tout est bien là, et on nous aide à mettre dans les voitures. »*

Les référents de groupe qui reçoivent les commandes groupées, doivent les redistribuer entre les personnes de leurs groupes. Pour ces préparateurs de cagettes, plus de temps serait nécessaire : *« Si je suis livré le matin, dès qu'on ouvre à 10h, pour moi, ce serait mieux, si c'est possible, parce qu'en temps normal c'est l'après-midi (qu'on dit aux gens de venir chercher leurs commandes) ; donc, le temps qu'on prépare, finalement il y a que 2 ou 3 personnes qui peuvent venir chercher le jour même et après, ils viennent le vendredi matin, donc ça reste là, ça perd de la fraîcheur. »*

b. Les animations lors des livraisons

L'association cherche, à chaque livraison, à mettre à disposition des acheteurs un petit plus, des branches de houx ramassées à Noël, des herbes aromatiques cueillies dans les jardins, des surplus de produits mis à disposition : *« Quand il y a du surplus, comme la dernière fois il y avait des patates douces et carottes, et les gens sont contents : ils disent « vous les donnez ? » et ils sont très contents. Ils ne demandent jamais hein ! Quand y a des trucs en plus, c'est moi qui leur dit, qu'ils peuvent les prendre et ils demandent jamais. »*



c. Les horaires

Les créneaux horaires de livraison qui sont soumis aux contraintes des locaux utilisés sont trop courts et correspondent aux horaires de personnes qui ne travaillent pas : « Je quitte mon travail à 17h » dit cette maman qui vit seule avec ses enfants « je récupère les enfants et après, je pourrai venir chercher mes achats. Là, chaque mois, je prends une heure de récup pour venir prendre ma cagette. » « Sur les horaires 15h/17h, c'est compliqué, parce que ça veut dire qu'il y a 2 personnes de l'équipe où on bosse, qui se détachent pendant les heures de boulot pour pouvoir y aller. Dans ce labo, la référente reconnaît que : « la seule difficulté c'est que les horaires de récupération ne correspondent pas avec leurs horaires de disponibilité. » « Ça reste un **petit créneau** pour pouvoir récupérer en fonction de si on a une réunion quand on travaille, et c'est sur les horaires de travail : c'est là où, parfois, ça peut poser des soucis. Mais bon ! on comprend bien que ce n'est pas possible de rester toute une journée pour les bénévoles ».

- a. Certains adhèreraient volontiers et seraient contents d'avoir accès à cette offre, mais ils habitent dans des petits villages. Pour eux, Toul est trop loin et il n'y a pas de livraisons prévues pour les personnes disséminées :

a. La logistique

Ceux qui aimeraient adhérer et seraient contents d'avoir accès à cette offre habitent dans des petits villages, vers Colombey, qui sont trop loin de Toul : « C'est toujours le frein logistique. Par exemple, j'avais parlé à des copines et elles avaient dit « oui ». Mais c'est à Toul, c'est loin et ce qu'elle paye en essence pour venir chercher ça ne vaut pas la peine. Mais si j'avais une voiture plus grande et que les jours tombaient les jours où je ne travaillais pas, ce serait ok pour moi. » « Je voudrais proposer à d'autres personnes autour de toi, mais tu ne peux pas à cause de la logistique ? » « Oui, c'est mon frein à moi. Et après, c'est parce que je travaille sur Nancy et je suis pas du tout sur Toul. Aussi, ça fait un long trajet : il faudra que je trouve une solution pour revenir récupérer ici. Les préparations, c'est le mercredi/jeudi : c'est le jour où je bosse et en plus, je finis à 16h30 et vous, vous êtes déjà fermé ».

« C'est la logistique, je sais que c'est hyper intéressant mais que je ne peux pas gérer : si j'avais été beaucoup plus disponible, j'aurais fait un point d'accueil soit à Nancy, soit à Uruffe. Et demandez à la mairie pour avoir une camionnette, et je tiens le truc pendant une demi-heure, et les gens viennent chercher, mais je ne peux pas, je bosse les jours de distribution. » « Que comme je commande avec des copains et des copines, ça me fait un boulot d'aller livrer, repartager à chacun, et si c'était trop souvent, j'arriverai pas à suivre. »

b. L'organisation des livraisons telle qu'elle est conçue, est parfois difficile à mettre en œuvre pour les référents

« Mon souci, c'est vraiment au moment de la livraison, parce que je devais tout récupérer et ça prenait un temps fou le temps que je récupère et que je livre. Les 3 foyers qui commandent là, c'est vraiment parce que ce n'est pas cher et parce que ça existe, tout simplement. Et c'est surtout pour soutenir l'association parce que, certes, il y a des choses qui ne sont pas chères, mais en termes de praticité, c'est beaucoup plus facile pour eux d'aller chercher ailleurs : tu vois, quand tu vas faire tes courses, tu vas tout chercher au même endroit. Mais si aujourd'hui ils commandent, () c'est

aussi parce que je fais la livraison. Financièrement parlant, c'est sûr que ça les arrange que ce ne soit pas cher, mais en termes de praticité, c'est sûr qu'ils iraient ailleurs, si je n'étais pas là. »

a. Les erreurs dans les livraisons

Les manipulations des produits sont multiples et les locaux ne sont pas adaptés, cela conduit à certaines erreurs dans les livraisons, rares bien sûr et qui sont rectifiées rapidement. Il y a deux problèmes : les erreurs de préparations et les produits non reçus quand les producteurs ont eu un problème - le traitement est différent mais ces difficultés devraient disparaître : *« les commandes sont incomplètes sur les fromages, par exemple » ; « après par exemple, pour les pamplemousses, c'était bien, c'était réactif, et dans la semaine » ; « après, c'est une question d'apprendre à faire, que la personne ait une petite liste et puis qu'elle coche » ; « bah ! ça c'est bien, ils ont déjà mis une étiquette, on voit sur la cagette » ; « Effectivement, c'est la complexité sur la logistique : il y a beaucoup de personnes qui participent, il y a beaucoup de nouveaux bénévoles qui ne comprennent pas les consignes, ce qui fait que d'une commande à une autre, il manque quelque chose. Chaque mois, il y a quelqu'un qui manque mais, heureusement, les gens comprennent, ils sont compréhensifs. »* Les poids posent des problèmes particuliers dont les causes sont diverses : -cela va de la montée en compétence des bénévoles à l'incident en cours de transport, en passant par les produits qui perdent de l'eau après la pesée (merci les poireaux !)... *« Certaines commandes, au niveau du poids, on n'est pas sûr forcément sur le poids donné : des fois, il y a plus de 500 g de différence. » « Ce qui est au kilo, s'il manque 100 g de poireaux, c'est pas la mer à boire. Par contre, quand vous avez la moitié des mandarines que vous avez commandées, c'est un peu gênant. » « Sur le poids, il y a régulièrement les petits soucis. »* C'est au moment du retrait de la commande que nous encourageons les acheteurs, et les bénévoles qui les accueillent, à vérifier que tout est bien livré et à compléter la commande avec les produits frais : *« et là où il faut aussi faire régulièrement attention, c'est les produits frais qu'il n'y a pas dans les cagettes quand on y va ; et on repart assez rapidement, on ne prend pas le temps de vérifier, et on est sans ou avec le mauvais fromage blanc ou crème du frigo ». Parfois, on constate des « Erreurs dans les cagettes » et ça « prend une journée entre M et S pour apporter les produits manquants » : « ce sont des km qui coûtent de l'argent à l'association et des coûts de professionnel ».*

13. Constats sur les liens avec les producteurs

« Faut que tous continuent à ramer dans le même sens ! »



Les acheteurs sont conscients que les producteurs sont à leur côtés, lorsqu'ils font un bon prix, lorsqu'ils mettent des produits pour donner à la livraison, lorsqu'ils mettent à disposition des nouveaux produits. Mais ils sont aussi conscients qu'eux-mêmes représentent une force d'achat, et qu'à la fin de l'année, les volumes passés par les labos sont conséquents. *« Il faut penser aux*

producteurs : s'il fait le même prix que pour les magasins, il aura de la rente. Et c'est faire marcher les petits commerces, et ça peut être intéressant pour eux et pour nous aussi » « Il faut être précis sur ce qu'on attend des producteurs : ils en profitent parfois ; ils sont par toujours des militants de la cause. Il y a des producteurs, ils acceptent de vendre des produits, ils ont besoin d'équilibrer leur business modèle. »

Les acheteurs sont aussi conscient de la somme de travail que représente ce lien et les négociations avec le tissu des producteurs locaux ainsi que de la nécessité de trouver des produits niches pour faire correspondre la demande et l'offre : *« Il faut une compétence commerciale, figer les choses de façon carrée en étant un acheteur habité par le concept général. » ; « un poste d'acheteur, il faut que ce soit une personne qui peut négocier avec des producteurs locaux, une personne qui est focus sur cette partie du business modèle, avec un réseau de relations et attentif à ce qui se passe. C'est un métier d'acheteur qui correspond aux critères de l'asso. Développer cette opération en l'étendant sur les autres secteurs géographiques, c'est du travail, il faudra sortir du réseau de Toul ... » « Plus on multiplie les salariés, plus on rentre dans un dispositif plus complexe et c'est une entreprise : il faut alors lui appliquer les règles de l'entreprise. »*

La vérification des lots réceptionnés et des livraisons, date, heures, volume, doit aussi faire l'objet de toute notre attention : les participants aux préparations de cagettes des différents labos mentionnent qu'il y a des *« erreurs dans les livraisons des producteurs aussi. »*

14. L'implication des bénévoles acheteurs/ acteurs dans l'association Emplettes&Cagettes

« Bah oui ! on n'est pas des consommateurs, on est militants. »

« tu vois, moi, je suis sur roulettes, c'est compliqué, mais malgré tout, j'ai trouvé ma place. »

« je suis utile, alors qu'au début je voulais pas y aller parce que je me disais que j'allais les regarder faire. »

- a. *De nombreuses personnes disent que les moments ensemble, pour préparer les cagettes, pour faire les dossiers, chercher les meilleurs produits, sont autant de moments heureux et constructifs :*

« ...le bénévolat, il faut que ça continue » ; « si je trouve du travail plus, j'arrête pas » ; « bénévole même, je travaillais mercredi matin : j'ai demandé « est ce que je peux changer pour aller à Emplettes & Cagettes. » « Je sors, on parle on discute. » « Après, on réfléchit avec d'autres, ça fait du bien » ; « le bénévolat, ça plait » « oh bah oui ! oui, largement. » « « Non, tout le monde qui travaille là, est beaucoup gentil » ; « tout ça, va ». « Ça fait du bien d'être avec du monde, tout

ça. » « On connaisse du monde, des gens. » « Oh oui ! je donne un coup de main, il y a aucun problème, pas du tout : on rigole, c'est bien. »

« Je pars le mercredi et comme ça, on parle, on rigole et ça, c'est bien pour moi contact. »

b. Les acheteurs apprécient les bénévoles et c'est gratifiant pour tous :

« Ah oui ! ils sont super agréables, super gentils, ils proposent un café » ; « il y a des bénévoles qui viennent qui sont de nos adhérents » ; « il y a pas mal de monde ». La phrase qui précède prouve une incompréhension du système associatif : « On est adhérent, donc le processus normal est d'être bénévole pour que ça fonctionne, même si, bien sûr, on ne peut pas avoir tout le monde bénévole, mais la logique de base du collectif de faire ensemble.

c. De nombreuses personnes voudraient s'impliquer mais elles travaillent, et les jeunes actifs ne peuvent pas s'impliquer sur ces horaires.

Entre les propositions de tâches pouvant être faites par des bénévoles et ceux qui peuvent réellement y donner de leur temps, il y a les contraintes personnelles, familiales, professionnelles. On touche là aux limites et aux fragilités du modèle : « Tu parlais de bénévolat aussi tout à l'heure mais moi, je travaille » ; « après, soyons honnêtes, ça tient sur du bénévolat et on est complètement conscient des choses. » « Et pis moi, je me dis :

les bénévoles qu'on a là, actuellement, c'est comme pratiquement que des personnes à la retraite, et elles vont arriver à un moment donné où elles vont plus pouvoir. Si t'as pas d'autres qui reviennent derrière. Je pense que ça, c'est un petit appel à faire aux familles, dire « est-ce qu'il n'y aurait pas 2ou 3 familles qui viendraient aider. Même si c'est que 2h. »

d. L'engagement des bénévoles est réel, ils trouvent leur place et disent être enrichis par leur participation :

« Alors que là, bénévolat c'est un engagement, un échange. Et pour les personnes en retraite, ça permet de rencontrer du monde, de se faire un réseau social et pas être tout seul chez soi. » « Et moi, en tant qu'ambulancière, on voit vraiment tout type de personne et par exemple, les personnes en pré retraite ou retraite avec une pathologie, et il y en a beaucoup qui disent « je suis pas utile/ je sers à rien / vivement que je passe l'arme à gauche », alors qu'il y a encore pleins de choses à voir et à faire. C'est pas parce qu'on est sous oxygène qu'on peut pas faire des choses et la preuve en est avec elle. » ; « Un truc qui est bien, c'est quand les gens, ils échangent les recettes » ; « sur place, des fois, ils disent « ah oui avec ça, tu peux faire ça » ; « moi, je garde ça parce que je vais faire des tisanes avec » ; « par exemple, j'ai commandé des betteraves et je savais pas ce que je pouvais faire avec, parce que les betteraves, je les fais toujours sous une certaine forme ».

e. Les bénévoles sont des courroies de transmission de l'association dans le partage et pour le rappel de l'information :

« Les informations, () je les envoie à tous les adhérents du jardin, mais je me demandais si les personnes qui commandent régulièrement, elles ont déjà l'information parce qu'on me dit « non », mais moi, je sais, j'ai déjà reçu » ; « il est important de rappeler, c'est que le rappel qui est fait, il est très important, car beaucoup de personnes l'oublie. Et lorsque le rappel est fait, c'est à ce moment-là que les gens se préparent et ramènent leurs commandes. Donc, ça montre que c'est important qu'il y ait des têtes de ponts pour faire les rappels. »

f. Les bénévoles ont aussi le souci de contribuer au passage de l'accompagnement à l'indépendance des acheteurs :

« Des gens que je ne connais pas, je ne prendrai pas en charge. Ça me dérangerait d'être juste un intermédiaire et après, tout le monde se débrouille. Je pense que le souci des gens, c'est le souci de se débrouiller. » « Pour la commande, au début, c'est moi qui réceptionnais et qui donnais, mais maintenant, tout le monde a donné son adresse électronique et ça permet que si un jour, je suis en congé, les commandes puissent arriver quand même ». « Comme vous faites aussi appel quelques fois (les bons plans) avec des produits et au moins, si je ne suis pas là, ça permet que tout le monde ait les bons plans. » « Les personnes qui commandent avec moi, y reçoivent aussi des mails. »

g. La récupération des commandes, des paiements et des produits repose sur les bénévoles :

« Moi, généralement, je fais un mail avec ma commande et celle de mes collègues pour rapatrier tout le monde. Donc sur le passage de commande, pas de souci. » « Sur la récupération, pour le moment, je m'en occupais avec une collègue. Là, je vais être absente donc, on va voir la relève. » « Mon organisation, c'est que je récupère ma commande et que les personnes qui commandent autour de moi peuvent le récupérer. » « Moi, mon souci, c'est au niveau de la livraison : c'est quelque chose que j'aimerais proposer à beaucoup plus de monde comme, par exemple, au boulot () je n'y arriverai pas. Là, j'ai envie de proposer à la mairie mais s'il y a toujours cette problématique parce que j'ai une petite voiture et rien que les 3 commandes que je prends, la voiture est blindée, donc je ne peux pas plus. »

h. L'essaimage est grandement porté par les bénévoles :

Les bénévoles proposent de développer Emplettes&Cagettes. Ce sujet particulier pose la question d'une adhésion au développement qui soit en conformité avec le cœur de Emplettes & Cagettes, la charte, la lutte contre la précarité alimentaire, mais aussi celle de la mobilisation ou pas des "familles pauvres". *« Un labo avec les villes en transition de C, ce serait bien » ; « là, je veux leur simplifier la vie pour qu'ils le fassent ; par contre, j'ai pas de famille en difficulté, et ça, ça me gêne. Quand je demande au CCAS, ils me disent qu'ils n'ont pas de famille pauvre, que j'ai vu avec l'assistante sociale pour participer à un labo Cap de la dignité dans les assiettes. » « J'aimerais bien le proposer à des familles qui ont besoin ». Les bénévoles ne connaissent pas l'histoire des acheteurs avec Emplettes & Cagettes : « Sur Neuves-Maisons, on a du mal à savoir quels sont les groupes, comment les gens ont connu ; en fait, les cagettes (ce serait) si on commande ensemble ... » Dans le cadre du développement d'Emplettes&Cagettes vers le Lunévillois, des bénévoles du labo du Moulin proposent de rencontrer leurs amis qui habitent à Lunéville et de faire avec eux un nouveau labo ; une bénévole qui travaille avec nous, particulièrement sur les écrits, propose de nous relayer auprès des associations du lunévillois qu'elle connaît bien ; un des bénévoles a un jardin près de Rosières-aux-Salines, dans le lunévillois, et il propose d'en parler autour de lui dans les jardins. C'est comme cela que le développement est porté par des bénévoles et des structures futures partenaires.*

- i. *L'implication du bénévolat dans la réalisation de produits mis à disposition des acheteurs*
« Les petits gâteaux de Noël, c'était une tuerie » « la sauce tomate, elle était bien bonne ».



Les bénévoles ont proposé de réaliser des gâteaux de Noël pour les mettre sur le bon de commande et que ce soit Noël pour toutes et tous, cela a remporté un franc succès : « *Les petits gâteaux qui ont été vendus sur une commande, ça devait être celle de Noël ; ce genre de petites choses, des petits plus, je trouve que c'est super sympa* » ; « *c'est trop top, ça* » ; « *en plus, ils étaient super bons* ». En été, un producteur nous a donné des tomates cerises et nous sommes allés en ramasser. Comme il y avait beaucoup de tomates très mures, les bénévoles ont eu l'idée de réaliser des bocaux de sauce tomate qu'ils ont mis à disposition des acheteurs. Par ailleurs, certains bénévoles ont réalisé des sacs de commissions tandis que d'autres les ont décorés en y peignant le nom « Emplettes&Cagettes » et ils ont été vendus 1 euro le sac pour soutenir l'association. Des produits de décoration en perle, en crochet, en tricot sont aussi réalisés pour une vente de soutien.



- 15. L'action des bénévoles lors des jours de préparation des cagettes s'appuie sur un noyau bien constitué avec de nouvelles personnes qui s'y intègrent. Il y a de l'entraide et de la complémentarité, mais aussi parfois des tensions par suite d'incompatibilités entre les personnes. La communication entre tous est indispensable, l'attention à l'ergonomie dans les préparations et la manutention est importante**

« On est un noyau, on sait comment faire ! » « Moi, la première fois que j'ai reçu le fichier de la directrice avec l'organisation sur les 3 jours ... j'étais ... [mime nager] ... je vois mon nom, et on verra »

a. Un noyau bien constitué et des nouveaux qui s'intègrent

Depuis bientôt deux années, les mêmes bénévoles se retrouvent chaque mois pour préparer les livraisons, un noyau bien organisé s'est constitué, et ce groupe est rejoint, à chaque réunion, par de nouvelles personnes, soit ponctuellement, soit durablement. Le projet d'un essaimage contraint ce groupe à travailler ensemble afin de déterminer comment intégrer de nouvelles personnes et comment se démultiplier. La plupart des personnes viennent de Nancy à Toul, des habitués de Toul sont aux commandes : la question de l'accueil des nouveaux et de l'organisation du travail est posée. Elle est d'autant plus d'actualité que les bénévoles travaillent aussi avec les intervenants d'Oresys en expérience utilisateur pour préparer le développement et la pérennisation du modèle.

« On était super efficace parce qu'on savait ce qu'on avait à faire. On s'est partagé intuitivement les rôles, on s'est trouvé les bons binômes. A un moment donné, les personnes sont arrivées, il y en a qui se sont extraits pour charger les cageots, les vider, les remplir ». « Quand on arrive on ne sait pas trop ce qu'il faut faire. Du coup, on fait juste comme les autres. On ne sait pas trop ce qu'on doit faire. Où est-ce qu'on doit aider, où est-ce qu'il y a des besoins et comment ça fonctionne. » « La première fois, je ne savais pas si j'étais censé faire des colis ou autre chose. Finalement, j'ai pesé beaucoup de choses et c'était bien. » « Moi, la première fois, ça m'a fait pareil » ; « je pense quand on l'a fait plusieurs fois on sait, mais la première fois ... et pis, comme on ne sait pas à quelle heure on arrive. » « Et il y a pas de sas d'entrée » ; « Bonjour ! bienvenue pour ta première journée bénévole ! l'organisation d'aujourd'hui, normalement, ce qu'on fait, c'est ça... » ; « on va surtout te proposer ce que tu peux faire. » « Important de dire : je travaille avec de nouveaux bénévoles et on s'organise pour travailler tous ensemble. »

Lorsqu'il y a trop peu de bénévoles c'est difficile, mais s'il y a trop de personnes, c'est compliqué de donner à chacun une tâche, surtout si la place vient à manquer. D'autre part, travailler à trop de monde sur la même tâche provoque bien sûr des tensions. :

« Pas beaucoup de bénévoles c'est dur, mais trop de bénévoles, c'est dur » ; « Des fois, il y a des psychodrames de bénévoles, c'est la gestion classique du bénévolat. » « Quand on est trop, c'est là qu'on fait des erreurs. » « Avec les œufs plein air et pas plein air, c'est difficile : les personnes qui viennent de temps en temps ou en surplus, ils prennent leur liste et la dernière fois () il y a des bénévoles qui ont mis des cages à la place d'air, il a fallu reprendre. »

Même si les gens sont bénévoles il faut qu'ils fassent marcher la machine dans le même sens

b. De l'entraide et de la complémentarité

Les personnes bénévoles sont souvent eux-mêmes des acheteurs qui vivent des situations de vie précaires dont font partie le handicap, la maladie chronique, d'une part, et la migration, la vie sans papier ou en attente d'une décision de la préfecture d'autre part. On voit alors se mettre en place des solidarités dans le travail qui sont remarquables :

« ...bah ! Moi, je peux porter mais je peux plus voir les chiffres. J'ai des problèmes de yeux. Mais le mardi, je suis avec elle, et je peux porter, mais pour peser, je peux pas, donc c'est elle qui le fait » ; « mais des fois, le mercredi, on prépare ensemble : moi, je lui lis les papiers et lui, il va chercher les produits et on fait la cagette ». « Le dernier mercredi, on a fait ça avec une dame et deux dames qui ont du mal à lire le français et ça a été 3 fois plus vite. Une allait chercher les oranges, l'autre allait chercher autre chose. Et moi, je coche au fur et à mesure et il y avait pas de souci. »

Cependant, il y a parfois des tensions à cause d'incompatibilités entre les personnes ou d'a priori racistes ou de tensions entre générations. Heureusement, certaines personnes sont des facilitatrices qui apaisent les crispations. Et puis vient le repas entre bénévoles, moment convivial qui finit par mettre tout le monde d'accord. *« Ce que je ce que je vois en travaillant avec vous tous, enfin, les différentes personnes qui sont là depuis un an et demi, c'est parce qu'il y a des personnes qui ont des méthodes de travail différentes. Et du coup, il y a des gens compatibles et des gens pas compatibles. »*

*Le travail des bénévoles est compliqué par la multiplicité des fonctions à remplir : accueil, explication, traduction, vérification des produits et des cagettes etc... : « ...on me demande à moi. Sauf que moi, je suis en train de préparer des commandes donc je réponds aux questions, sauf qu'en même temps, il ne faut pas que j'oublie ce que j'allais chercher. Et c'est vrai que c'est *pfiou* » ; « et la dernière fois, la directrice était occupée avec une famille à leur expliquer la charte et à leur faire signer et ils arrivaient tous derrière » ; « c'est compliqué parce que t'es en train de faire quelque chose et puis pouf, ils viennent tous » ; « et la famille à côté ne se sent pas vraiment écoutée. »*

c. Une attention à une bonne communication entre tous

Informers, préparer les plannings, organiser la tâche de chacun, coordonner les bénévoles qui sont dans les camionnettes ou les voitures et qui font le cabotage, ceux qui pèsent les produits du vrac pour les reconditionner en kg, ceux qui portent et rangent les cagettes, ceux qui rangent les locaux, ceux qui nettoient, ceux qui préparent les repas, font la vaisselle etc. ; et puis *« les changements de locaux en fonction des activités du centre social qui nous amènent à aller à l'autre bout du quartier. »* *« Une communication défaillante vis à vis des bénévoles, lieu changé, et on n'est pas prévenu avant. »* Pourtant *« on nous envoie, tout est déjà planifié deux jours avant ; avec les codes pour le cabotage » ; « récupération des produits chez les fournisseurs » ; « c'est mieux qu'avant ».*

d. La manutention : « des personnes ont mal au dos lors des préparations ».

Les quantités de produits commandés par les acheteurs sont de plus en plus importantes (il y a eu jusqu'à presque 5 tonnes de produits), les bénévoles trouvent que la tâche est souvent au-delà de leurs forces : *« Tâche déjà fatigante donc démotivation » ; « Charge trop importante pour les bénévoles qui livrent » ; « Manutention sans matériel (chariot, aide ...) » ; « Une seule personne dans le camion : impossible » ; « Le transfert inutile de marchandise d'un lieu à l'autre. »*

e. Il faut "être pris au sérieux et qu'on comprenne notre fonctionnement".

« Un fournisseur nous a confondu avec la BA54, mais ça se comprend comme ils font des livraisons conjointes là-bas ; dans la confusion, ils ont omis de penser que c'était vraiment important qu'on ait bien toute la commande au bon moment » ; « une autre fois, ils ont offert des produits de substitution étant en rupture des vrais produits ». C'était délicat à gérer pour nous, et les bénévoles ne peuvent pas gérer ces problèmes, il faut que les salariés gèrent alors : « Éviter

que les bénévoles aient à gérer les challenges extérieurs avec les fournisseurs, les collectifs de distribution, la BA. »

16. L'implication des professionnels acteurs et acheteurs

On note que plusieurs personnes impliquées dans Emplettes&Cagettes sont des professionnels du travail social et sont très actifs et convaincus : *« Je donne à des résidents que je sais que ça peut intéresser mais je ne peux pas vous dire s'ils ont commandé. Et nous, ce qu'on peut faire, c'est quand il y a des nouveaux résidents, on lui donne le flyer et on réfléchit à un petit kit d'arrivée aussi. »*

Ils souhaitent aussi proposer aux personnes accueillies d'être acheteurs mais aussi acteurs dans l'association : *« Nous aussi, c'est quelque chose de possible au sein de notre structure, avec les personnes qu'on accompagne : ils peuvent faire du bénévolat, donc ils peuvent être intéressés et c'est en fonction de nos horaires de travail ; nous, on est sur un public d'hommes isolés et qui sort de détention. »*

17. L'implication des associations partenaires

Certaines associations sont des partenaires actives et la collaboration peut prendre plusieurs formes. Pour certaines qui sont des associations caritatives, l'association commande des produits qui seront ensuite donnés aux bénéficiaires. Pour d'autres, l'association diffuse les bons de commande et organise les temps de livraisons. Pour d'autres encore, les produits d'Emplettes&Cagettes sont des compléments qu'elles glissent dans les paniers « Cocagne ».

« On a commencé, en 2020, à distribuer des légumes pendant le confinement puisqu'il y avait pas trop d'aides sur le quartier. On est une association sur les jardins et dans nos statuts, on est vraiment sur les légumes, donc ce qu'on peut faire, c'est distribuer des légumes et des fruits aux gens pendant le confinement, et ça a commencé comme ça. Et ensuite, on s'est orienté vers différents producteurs et on a eu des paniers solidaires avec L'Ortie. Et on a rencontré H B, et comme elle faisait Emplettes&Cagettes, on a dit que nous, ça nous intéressait au niveau des légumes parce que nos statuts, c'est spécifiquement les légumes. Donc nous, on achète par le biais d'Emplettes&Cagettes des légumes qu'on remet dans le panier pour compléter les paniers parce que, par exemple, pendant l'hiver, il y a pas suffisamment et le panier n'est pas très fourni, mais on est toujours à 3€. Et ça, c'est ce que l'association achète. » « Et par exemple, ceux qui ont les paniers solidaires, il y en a 10 familles pour qui c'est la gratuité totale parce que ce sont des sans-papiers qui n'ont pas du tout de liquidité, donc on va pas leur demander une adhésion, donc pour nous, c'est aussi pour la facilité des gens. » « Les gens, y prennent pas beaucoup mais ils vont dire : « Ah Ben ! je prends quand même le sac de pommes de terre en plus du panier, mais ils peuvent pas prendre beaucoup parce qu'on a beaucoup de gens qui sont dans la grande précarité ». » « Pour les paniers (Cocagne) à 3€, ce sont les minima sociaux, donc petite retraite, RSA, les gens qui sont en invalidité ; et les gens qui sont en total sans ressource, c'est nous qui payons pour eux parce que ils peuvent pas avoir les 3€. » « Nous, on s'est intitulé point relais et

on dit aux gens : ici vous pouvez avoir sur le quartier, L'Ortie et Emplettes&Cagettes. On dit que c'est un abonnement semaine ; pour L'Ortie () ils font des achats pour compléter le mois Emplettes&Cagettes (ils adhèrent à l'année) ». « Parce qu'en fait, on veut faire comme une Amap ; il n'y avait pas de Amap sur les quartiers prioritaires et comme ça fonctionnait bien pendant le confinement, on s'est dit pourquoi pas proposer des produits bons et sains et locaux dans les quartiers prioritaires, et ils savent très bien que nous, on est estampillé légumes et jardiniers. Et c'est vrai que nous, on aimerait bien avoir un panel plus large de possibilités de légumes. »

*« Nous, on les aide pour remplir le bon de commande mais on a qu'un mercredi de permanence. » ;
« En fait, ils nous disent oralement ce qu'ils veulent. »*

Les associations utilisent aussi les produits Emplettes&Cagettes pour leurs activités et le font savoir : *« farine et œuf ou du lait, on en achète, nous, pour nos ateliers » ; « on parle de vous sur Facebook, par exemple. On dit, on met petit panier solidaire de L'Ortie complété par les produits de Emplettes&Cagettes. »*

« Et quand on fait des ateliers cuisine, on nomme toujours les producteurs de nos ingrédients, (on nomme Emplettes&Cagettes). »

« En tout cas, dès que on vous commande des produits qui ne sont pas des légumes ou des fruits, c'est que c'est nous qui l'utilisons dans l'association, et c'est pas pour les adhérents.



Propositions

« Franchir le cap du développement avec les bénévoles et pas sans eux. »

« Il faut aussi se préparer à franchir le palier du développement avec les bénévoles, avec eux, pour que ça se passe au mieux. » « Il faut aussi qu'ils passent le palier ensemble. »

A propos des produits

1. Le minimum vital doit être assuré : les produits nécessaires pour bien se nourrir doivent être accessibles à Emplettes&Cagettes

« Comme proposition pour moi, pour l'instant, ça va, il y a le minimum vital ; il y a des fruits, tout ce qui est pâtes, riz, semoule, miel, produits laitiers, non, pour moi, ça va. On pourrait rajouter, mais je suis pas certaine que ce soit nécessaire. C'est très bien ça ».

2. « Mettre sur le bon de commande d'autres produits suivant les saisons : huile d'olive, chou frisé, endive, asperges, concombre, petits pois, navets, poires, céleri, courgettes, salades, légumes secs, viande, bananes, yaourts région... »

« Moi, je me suis noté des petites choses, alors c'est pas forcément local, ou peut-être de l'huile d'olive » ; « Nous aimerions trouver plus de choix de produits laitiers, légumes secs et viande ». « Plus de différents fruits et légumes (surtout des bananes) » ; « Peut-être aussi des compotes, pas en berlingot comme déjà proposées ; après, je ne sais pas si c'est possible ». « Compléter peut-être avec des yaourts de la région (local) même s'il y en a déjà » « En général, j'aimerais ne plus trop faire mes courses dans les grandes surfaces, juste le minimum et prendre plus chez Emplettes&Cagettes, même si je sais qu'ils ne pourront pas tout avoir ». « Des produits comme ça que j'aimerais bien voir surtout en hiver ou des salades comme l'endive, chou frisé. Moi, j'adore l'endive, mais on l'a pas vue de l'hiver » ; « il y a les poires aussi », « navet aussi », « des concombres », « des navets » ; « des petits pois vous en faites ? ». « Et sinon vous avez pensé à des asperges ? asperges blanches ou même les vertes » ; « après, le problème des asperges, c'est qu'il y aura énormément de familles qui ne sauront pas les utiliser. Si un jour, tu mets des asperges, dans le cornet d'asperges, tu mets une petite feuille avec une recette, comment tu les épluches etc » ; « on aimerait une plus grande variété de légumes proposés (choux, courgettes, céleri...) » ; « plus de légumes de saison » ; « qu'il y ait plus de choix. »

3. Permettre l'accès à l'achat de viande

« Le point qui revient dans notre labo, c'est la viande : les adhérents veulent pouvoir acheter de la viande régulièrement ». « J'aimerais trouver plus de viandes ».

4. « Faire un catalogue des produits de l'année accessibles au fil des saisons »

« Peut-être aussi, si c'est possible, un catalogue de tout ce qu'ils peuvent faire à l'année, avec des astérisques pour dire selon la saison où un truc du genre ; c'est juste une proposition.

Voilà, j'espère que ma participation sera bénéfique ». « J'aime bien la manière de poser la proposition ! Ok, je comprends l'idée - mais comme dit, on n'aura pas une liste fiable, seulement des indications. »

5. Bloquer les prix

« Moins varier les prix. »

6. « Constituer un groupe achat » :

« Les bénévoles participeraient à choisir les produits, en fonction des prix, des kilomètres, en se demandant si c'est raisonnable de proposer un produit à tel prix, en considérant les problèmes soulevés par la logistique, les liens avec le producteur ; peut-être faire un groupe dédié à cela qui se réunit fin de mois. »

7. « Favoriser et partager la richesse culinaire des acheteurs »

« J'ai cherché toute seule mais ça serait cool si on pouvait proposer avec les fruits et les légumes qui sont proposés ce mois-là, si on pouvait proposer une ou deux recettes. » « Je fais plein de recettes avec les produits d'Emplettes&Cagettes, je les décris sur mon Facebook :on pourrait le mettre sur le Facebook d'Emplettes&Cagettes, moi, ça me gêne pas. »

8. « Faire accéder les personnes à des produits « pour se sentir bien »

*« Quelqu'un qui fait des bougies parfumées, des choses comme ça, et pas que alimentaires. »
« Des petits produits en plus que des personnes créeraient. »*

1. Un modèle de développement clair et qui donne de la visibilité sur le long terme

« D'abord le modèle économique, et développer ensuite le modèle général de développement. »

2. Un local adapté aux activités de l'association et à son développement géographique

Si le déploiement se stabilise, définir le local qui est nécessaire, un local pérenne sera nécessaire.

3. « Stabiliser les fonctions nécessaires à Emplettes&Cagettes »

« Trouver les fonctions et mettre les personnes qui la rempliront en face »; « Faire des embauches là où c'est nécessaire et où les bénévoles ne peuvent pas gérer les postes. »

4. « Les fonctions des uns et des autres doivent être stabilisées »

Bénévoles et salariés, acteurs et partenaires ; bureau, présidence, clarifier ; faire en sorte que ce ne soit moins personne dépendant. »

5. « Travailler une méthode pour avoir le retour des producteurs sur l'impact que ça a chez eux »

« Effectivement, ça serait un point intéressant : on n'a pas encore pris le temps de revenir vers eux de façon plus factuelle, on a discuté et avancé ensemble ».

6. « Soutenir l'implication des élus »

*« Dans les villages, c'est très intéressant, mais il faut que les maires, ils voient entre eux pour avoir des distributions » ; « discuter avec chaque maire de village, et c'est sûr qu'en mairie, ils ont des voitures : donc ils pourraient récupérer pour chacun son village » ; « et il faudrait leur proposer »
« moi, je suis persuadée que les points de collecte, ça pourrait marcher mais pour ça, il faudrait discuter avec les maires, les élus et que les gens qui se proposent. »*

« On ne peut pas la décider mais ça veut dire qu'il faut continuer à leur parler : ils sont occupés par autre choses, ils ont été importants, il faut arriver à intéresser d'autres ; c'est le travail du bureau et du conseil d'administration. »

7. Professionnaliser les liens avec les partenaires

« Éviter que les bénévoles aient à gérer les challenges extérieurs avec les fournisseurs, les collectifs de distribution, la BA. »

A propos de la communication

« Utiliser comme courroie de transmission les Universités, les écoles d'ingénieur, les Maisons des jeunes et de la culture, les maisons de quartier, les commerçants etc. ... On peut faire plein de choses avec meilleur ROI (retour sur investissement). »

A propos des dons

1. Développer le glanage

« J'ai un autre truc qui me revient les noix 9,50(€ le kg) aux Gam Vert ; j'ai été sur « Le Bon coin et j'ai trouvé une dame qui les faisait 2€ le kilo. On se donne rendez-vous les noix dans le sac et c'est tout ; mais les gens, ils en ont plein dans le jardin sur le noyer, ils ne savent pas quoi en faire. »

2. Les dons alimentaires, surplus, cagettes

« Si vous pouviez avoir des produits en plus pas chers » ; « Des cagettes à donner, des choses comme ça, parce qu'on a une liste d'attente de gens qui voudraient un panier solidaire mais qu'on ne peut pas donner. » « Si un jour on a des producteurs avec un surplus, vous êtes sûr que vous pouvez nous donner parce que chez nous, ce sera toujours donné à des gens qui ont besoin. »

3. Les dons monétaires

« Faut les solliciter toujours (les adhérents pour financer l'association) : on ne peut pas dépendre que des dons ». « Attention, que les dons n'écartent pas du modèle d'aide alimentaire et ils feraient revenir sur un modèle caritatif. » « Les adhérents VIF (very important financier) font assez naturellement des dons, mais on pourrait demander de faire systématiquement un arrondissement du paiement à tous, et le font ceux qui peuvent ? »

1. Faire une affiche pour la recherche de bénévoles

*« ...après si nous, on peut vous aider d'une quelconque façon, mais si vous avez besoin ponctuellement de quelque chose, faut pas hésiter à demander, on pourra se détacher et mobiliser quelques résidents. » « Ce qu'il me semblerait intéressant, c'est que vous ayez une petite affiche et nous, on l'affiche à l'accueil et comme ça, c'est quelque chose qui reste : même les nouveaux, on peut leur en parler ; et l'idée aussi, c'est que y a un certain nombre de personnes qui viennent dans l'accueil parce qu'ils savent qu'il y a de l'affichage et rien ne vous empêche de mettre une **petite affiche pour recherche de bénévolat et nous, on la laisse à l'accueil.** »*

2. Faire une affiche : « comment je peux aider E&C »

« ...oui voilà, c'est ça, c'est ce que moi me manque. Par exemple, je sais pas si le local a besoin d'un coup de rafraichissement ou si y a des familles qui ont besoin d'aide, tout simplement. Si on peut aider quand ils savent pas faire quelque chose mais que d'autres bénévoles savent faire. Avoir un plus d'entraide. » « Les bénévoles qui peuvent pas venir à Toul, ils peuvent préparer des choses à la maison : par exemple, on peut faire des décorations pour Noël avec des pommes de pin qu'on va chercher dans la forêt. Après, faut voir niveau logistique, évidemment. » « ...qu'ils se sentent utiles : c'est vrai qu'il y en a qui peuvent pas venir à Toul mais qui veulent aider et qu'ils soient pas là juste pour donner 10 € de plus » ; « c'est du don de soi et c'est pas juste » ; « je suis bénévole sur le papier mais je commande juste les produits » ; « ça, on peut le faire au magasin sans être bénévole. » « Vraiment avoir des rôles définis et des missions, et pis on coche celle(s) qu'on peut faire » ; « c'est se dire qu'il y a une fiche bénévole » ; « comment je peux aider E&C ? ».

« Après, si tu viens pour la première fois, ils peuvent te proposer d'arriver à une certaine heure, justement pour avoir ces infos là, avant de commencer avec les autres » ; « pas très long, il y a pas besoin de beaucoup. »

3. Soutenir les acheteurs pour qu'ils développent des actions de soutien à leur collectif et au financement

« Il y a des familles qui savent faire des belles choses mais ils vont pas avoir l'idée ; alors que si tu lances un appel pour le marché de Noël, en mettant un petit papier dans chaque cagette... » « parce que j'avais proposé qu'on fasse un ou deux marchés de Noël. »

4. Soutenir les personnes qui portent le collectif

« Sur Facebook, ça serait, au moins, avoir les noms, avec une petite photo, une présentation des personnes clefs d'Emplettes&Cagettes » ; « parce que c'est grâce aux personnes que l'association existe » ; « parce que les bénévoles, on veut donner de l'aide mais à qui, à Emplettes& Cagettes mais surtout aux personnes qui font fonctionner le système. »

A propos des bons de commande

1. « Faire un accusé de réception »

« C'est très important de faire un accusé de réception parce que, des fois, on oublie une personne le jour de la livraison : elle arrive et on l'a oubliée. Mais si tu fais un accusé de réception, au moins, ils peuvent savoir si tu les as oubliés ou pas » ; « oui, avant, on m'envoyait des petits mots pour me dire mais là, depuis, plus rien » ; « oui, c'est vrai que ça manque » « moi, la première commande, j'ai appelé parce que je n'avais pas de nouvelles, pour savoir que la commande avait bien été prise, comme j'étais nouveau. »

2. Préciser la provenance des produits

« Et moi, je me demandais si c'était possible de savoir, pour chaque produit, d'où ça vient ; peut-être de faire une autre feuille avec un code couleur ou numéro pour qu'on puisse savoir de quel producteur ça vient. ». La limite à cette demande se trouve dans le comportement de certains acheteurs : une de nos productrices s'est ainsi fait invectiver au téléphone par un de nos adhérents...qui voulait acheter personnellement ses produits en dehors du bon de commande, mais au prix d'Emplettes&Cagettes ; cela a été mal vécu par la productrice. On ne peut pas mettre cette information plus visiblement, c'est risqué pour les producteurs. « Je trouve que ça peut permettre de se rendre compte que c'est vraiment du local » ; « que la variété des pommes soit visible à chaque fois ? » « Si c'est possible. » « Plus d'informations sur les produits. » « Inscrire les variétés des pommes de terre, les bons de commande, je m'interrogeais sur les pommes de terre pour savoir quelle était la... l'espèce » ; « j'ai téléphoné pour savoir si on pouvait faire des frites avec » ; « parce que moi, je fais pas de frites, c'est plus pour faire de la soupe ou à l'eau. »

3. « Le calcul automatique sur le bon de commande »

« Oui, c'est clair, mais il me manque le calcul automatique » ; « moi, sur le bon de commande, comme moi, je retape tout à l'ordi, et que c'est un Word ; est-ce que ce ne serait pas possible de le faire en Excel ? »

4. « Mettre les conditions générales de vente »

A propos de la périodicité des achats

1. Tous les quinze jours ce serait bien

Pour certains, la périodicité de deux semaines serait mieux : « ...mais vous pouvez le proposer plus souvent et qu'on commande quand on veut » ; « tous les 15 jours, ce serait bien » ; « après, faut aussi penser à vous, chez E&C. Mais ça serait bien ». « Elle trouve que c'est long une fois par mois et préférerait 2 fois par mois, surtout pour les produits frais ».

Propositions pour faciliter la préparation des cagettes

1. Planning : « Bien mettre au courant les bénévoles des équipes et du travail à faire »

« Bien mettre au courant les bénévoles des équipes et du travail à faire »

2. Ergonomie : faire le plus possible sur une table, quand on a la place

a. « Des tables pour avoir moins mal au dos » « Si on a de la place et des tables, mettre les préparations (oranges par paquets, par exemple) sur une table pour éviter d'avoir à se baisser. Faire une table par labo avant de préparer les commandes » « Si on doit avoir deux lieux où préparer les cagettes, faire comme pour les labos Asae et le Bazard à Lisette de Nancy, et décharger dès le départ au bon endroit ».

3. Éviter de déplacer les produits d'un lieu à un autre

4. Optimiser l'utilisation du local

5. Simplifier le repas ensemble à midi

« Prendre des écocupes et chacun ramène ses couverts » « Buffet froid, chacun apporte assiettes et couverts » ; « voir on fait un buffet pour ne pas s'embêter pour le repas. Emmener juste la cafetière et le café. »

6. Une personne référente par préparation de groupe pour coordonner et vérifier les cagettes, et un référent produit

« Oui, et pourquoi pas une personne référente ? Tu vois, tu mets un référent sur la préparation d'un groupe, et le référent, lui, il vérifie en même temps » « Tu veux dire que sur la fiche, on écrit le référent et au début de la journée, on décide ensemble qui est le référent ? »

« Il faudrait poser une personne devant chaque produit pour que la personne dise, tu veux un kilo d'oranges ? Voilà ! tu veux 5 kilos d'oranges ? Voilà ! Et que personne ne se serve. La fois suivante, personne n'a fait, car c'est parfaitement embêtant à faire comme rôle, en fait. Tu es là, t'attends, quelqu'un vient te dire 1kg d'oranges ; C'est possible à une condition : ça dépend du nombre mais ça serait bien, ça éviterait les erreurs » ; « Un « gardien » par produits : ça dépend des effectifs. »

7. « Une formation et un parrainage : « un mini briefing »

« ...un mini briefing » ; « il faudrait une petite formation pour les personnes, ça s'apprend » ; « les bénévoles qui viennent ou pas, qui fonctionnent à leur façon, mais si certains veulent bien former en parrainage » ; « Exemple de J. qui a parrainé une nouvelle qui a trouvé cela super, au moins ça évite les erreurs » ; « Bien pour l'accueil, le travail en binôme » ; « Formation pour les bénévoles et un parrainage pour les prépas de commandes » ; « Est-ce que le bénévole va revenir la prochaine fois ? » « Si tu perds du temps à expliquer bien au départ, pourquoi on fait comme ça, et qu'il ne revient pas ? » « Ça permet de donner des indications claires pour les pesages et pour les comptages. » « Faire des binômes : parrainage avec les nouveaux (mais pour)ceux qui ne sont pas là à chaque fois, comment faire ? » ; « Mettre les bénévoles en pair : un ancien et un nouveau ».

8. Un référent global en cas d'absence de la directrice

« Nommer un co-responsable à la directrice par journée. »

9. Attendre que tous les reconditionnements soient finis avant de préparer les commandes individuelles

10. Mettre les bénévoles compatibles ensemble

« Il faut que tous les gens compatibles ensemble, ils fassent un truc et un autre groupe compatible ensemble fasse un autre truc, mais surtout pas mélanger des gens qui n'ont pas les mêmes manières de travailler. » « Se dire qu'il faut travailler ensemble. » « Partir ensemble avec les différences. » « Il doit avoir des règles un peu, même si c'est du bénévolat. » « Tu sais que tu viens, on commence à 08h, c'est à 08h ; on commence si on impose, disons peut-être dans 2 h de temps ou 01h de temps, ça une pause de 10min. Après les 10 minutes, on repart, on recommence jusqu'à ce que midi, on ait fini. Donc, quand c'est comme ça, tu vois que les trucs sont bien ordonnés. »

11. « Mettre les produits reconditionnés dans les caisses en bois et les commandes dans les caisses en plastique qui s'empilent. »

« Mettre les produits reconditionnés dans les caisses en bois et les commandes dans les caisses en plastique qui s'empilent : comme ça, pas de confusion entre les 2 et moins de soucis pendant le transport. Pour cela, il faut « aller chercher les caisses en bois et les mettre en évidence dans la salle » « Pour vérifier, éviter de mettre des sachets dans des caisses empilées, utiliser les caisses en bois. »

12. « La taille des cagettes doit être adaptée aux possibilités des bénévoles, pas plus de 5kg à porter. »

13. Le chargement du camion : « Une camionnette où on peut se tenir debout » ; « c'est quelques euros plus chers mais on s'y retrouve en fin de journée, et on a livré plus de lieux. »

« En fait, après, ça dépend de l'espace et du nombre de caisses qu'on a à disposition ». « Mais c'est plus malin de dire, on laisse tout dans des caisses individuelles jusqu'au moment, juste avant de charger où là, si c'est une petite commande, on peut le mettre dans un sachet. » « Une camionnette où on peut se tenir debout, on a moins mal au dos que dans celles qui nous obligent à être à moitié couché pour les emplir » ; « c'est quelques euros plus chers, mais on s'y retrouve en fin de journée, et on a livré plus de lieux. »

A propos des livraisons

1. Vérifier les commandes et les cagettes de façon mieux organisée et systématique

« Voilà, maintenant, pour vérifier. Je ne sais pas si tu te rappelles : pour essayer de vérifier, il fallait soulever les grandes caisses à pouvoir vérifier les commandes. Est-ce qu'on ne pourrait pas revoir ça parce qu'on m'a voilà, on a, on a vraiment galéré là, pour pouvoir retrouver, retrouver les choses ? »

1. Organiser le retrait des commandes

« Les retraits de commandes devraient se faire au moins jusqu'à 18h. » « Expliquer aux personnes qui animent la livraison comment faire pour le retrait. » « Prendre le temps de donner les cagettes personnellement aux adhérents, chacun son tour. » « Vérifier avec l'adhérent sa commande, avec des bénévoles qui sont à l'aise pour le faire. » « Utiliser des contenants des acheteurs ».

2. Des lieux de livraisons plus opérationnels : « Des spots de livraisons pourraient être envisagés » ; « ne pas se reposer sur les bénévoles pour les spots de livraison. »

Des spots de livraisons pourraient être envisagés : « *Jusqu' où on va livrer ? Lorsque les gens achètent, ils y vont comment ? Après, c'est des spots, des points de distribution, Cora par exemple, points relais pour Cora, et là, Cora leur a mis leur panier drive déporté : c'est le même prix. Est-ce qu'il y a un tissu associatif intelligent qui permettrait de dire les commandes de M untel ; vous les trouverez à tel endroit dans la paroisse. » « Cela demande énergie, temps et moyens qu'E&C n'a pas actuellement. » « ...ou alors, on fait payer le transport ». Cette remarque peut être mise en lien aussi avec l'implication de bénévoles locaux lorsqu'ils font le constat suivant : "Et moi, je ne suis pas foncièrement disponible pour gérer ça".*

« *S'organiser quand les acheteurs viennent chercher leurs commandes : donner des numéros, dire « toi, tu es numéro un » pour le premier client qui vient, etc »*

« *Vérifier systématiquement avec les adhérents ce qu'il y a dans leur commande pour éviter les questions et réclamations/tricherie. Mettre des gens qui sont capables de vérifier bien et rapidement ».*

3. « Vérifier les ressources humaines et logistiques des labos qui sont très différents et les soutenir dans leurs engagements. » « Les labos pourraient faire leurs cagettes eux-mêmes, si on leur apporte les denrées ? »

4. Travailler tous ensemble sur une fiche préparation et livraisons

Suite au labo des bénévoles, les fiches ci-jointes ont été réalisées et ont facilité ainsi la préparation et la livraison du mois suivant.

Pour que les livraisons se passent au mieux !



- Chaque bénévole s'occupe d'un acheteur : se mettre en ligne pour savoir quelle personne s'occupe du prochain acheteur
- Demander aux adhérents d'attendre dehors s'il y a trop de monde à l'intérieur en leur disant qu'on s'occupe d'eux tout de suite
- Bien vérifier avec l'adhérent que sa commande est complète avec les bons kg, en lui montrant au fur et à mesure les sachets (même s'il est pressé)
- Compléter avec le frais
- Si la personne n'a pas payé, lui demander de régler le montant qui est inscrit à côté de son nom
- Garder l'étiquette avec le nom de la personne et la déposer avec le tas d'étiquettes sur le comptoir.
- Ranger la cagette dans la salle à l'arrière



MERCI TOUT LE MONDE !!!



Pour que la préparation se passe au mieux !



- Il y a un **réfèrent** par labo (noté sur la fiche)
- On met
 - Les produits pesés dans des **caisses en bois** (sauf les produits secs)
 - Les labos sur des tables, dans des caisses en bois
 - Les commandes prêtes à être livrées dans des **caisses en plastique** qui s'empilent
- On commence à répartir un produit entre les labos quand son conditionnement est fini
- On commence les commandes individuelles quand le tas du labo est prêt
- **On sépare les différents labos** : si c'est trop proche on met un carton haut entre les deux
- Dès qu'on pose un produit pour un labo / pour une commande, **on coche sur la fiche**
- Quand une commande est terminée, le réfèrent vérifie que tout est bon, et coche à côté du nom pour indiquer que la commande est **validée**
- On **respecte le conditionnement** noté sur les fiches. *Ex : 5kg d'oranges = 1 paquet de 5kg d'oranges et non pas un paquet de 2kg + un paquet de 3kg (si besoin on demande au réfèrent)*
- Pour alimenter les labos, on se sert uniquement dans les cagettes en bois ; pour alimenter les commandes, on se sert uniquement sur la table du labo
- On finit ce qu'on commence (préparation d'un labo ou d'une commande) et on ne change pas de labo en cours de route – on prévient le réfèrent dans le cas contraire
- **1 commande = 1 personne = 1 cagette** -> on écrit le nom du labo et de la personne sur la cagette sur du scotch (**s'il faut plusieurs cagettes, on note le numéro**)
 - (ex : TOUL Mme Joyeuse 2/3)
 - Pour les petites commandes, juste avant le chargement on les transfère dans des sachets eux même dans des cagettes
 - Les cagettes en plastique doivent s'empiler dans le camion : il ne faut pas que ça dépasse
 - Les produits « à part » sont surlignés : ne pas les mettre dans les cagettes individuelles
- **Des personnes désignées restent près des produits conditionnés et servent les personnes qui préparent** : personne ne prend de produits lui-même

Cas particuliers :

- Les produits frais seront chargés directement dans les glacières pour le transport
- Les produits « à part » sont chargés dans le camion directement
 - Filets de pommes de terre
 - Lait
 - Œufs cage si plus de 4 plateaux (dans un carton)
 - Fraises
- Pour Toul on ajoute les produits « à part » (sauf le frais qui est donné quand les personnes cherchent leurs commandes)



MERCI TOUT LE MONDE !!!



Conclusion

Nous voulons saluer ici la participation des acheteurs de l'association Emplettes &Cagettes. D'acheteurs nous les voyons devenir pleinement, acteurs de la démarche et ils n'ont pas la langue de bois. Ils disent leur satisfaction mais aussi leurs inquiétudes, leurs difficultés. Les propositions d'amélioration fusent sur leurs conditions de vie, mais aussi sur le fonctionnement de l'association, ses concepts et l'amélioration de ses process. La méthode maintenant éprouvée des labo CAP permet de libérer la parole, l'analyse et les préconisations. Le nombre de participants est conséquent, 65 personnes, dans 18 laboratoires maillant le territoire. Lorsqu'on aborde la conjoncture actuelle, les personnes qui vivent des conditions de précarité alimentaire disent avec leurs mots qu'ils sont en état de stress et de « mal être » face à l'alimentation, le constat de l'augmentation des prix alimentaires et des autres dépenses est bien réel mais ils font preuve de résilience, achètent viande, poisson, légumes, fruits frais, œufs et laitage, achètent le bio, le local, ils recherchent des alternatives, se ruent sur les promotions, les fins de marché. Le décalage se creuse entre les rentrées, salaire faible et ou prestations sociales, bourses et augmentation des prix.

Emplettes&Cagettes leur a apporté la transformation dans les regards, « c'est un style à adopter », « on a de la fierté et on le fait savoir, » « manger de bons produits et les cuisiner, » « on se filme et on poste ... » Suit alors la transformation des usages alimentaires des acheteurs, lorsqu'on a une base d'épicerie stable sûre et pas chère, accessible près de chez soi, accessible sans devoir se justifier de sa pauvreté, avec le choix des produits, et où son savoir-faire est reconnu et partagé dans la cuisine : « on ne cherche plus de plats préparés », « on apprécie les goûts des produits » , on découvre que cette farine, ces pâtes et semoules sont plus nourrissantes, « on refait des conserves », « on fabrique son pain », « on congèle pour plus tard ». « Il y a une vraie valeur derrière ça » dit Marie France Zimmer membre du Conseil d'administration. Et puis il y a la transformation du rapport aux autres : la place reconnue vécue au travers des acteurs acheteurs bénévoles lors des jours de préparation des cagettes. Ils forment un noyau bien constitué avec de nouvelles personnes qui s'y intègrent, l'entraide, la complémentarité, les tensions, les rires, les repas partagés et la communication entre tous y règnent. Un creuset humain qui leur fait dire : « Bah oui on n'est pas des consommateurs on est militants »

Pour certains d'entre eux cependant le concept est fragile, le modèle économique doit être travaillé et stabilisé. Les méthodes d'achat, de sourcing doivent être professionnalisées.

Les propositions qui ont été faites sont fondées sur le bon sens. Du côté des achats c'est la caractérisation des produits élémentaires, la mise en place d'un groupe qui assiste les professionnels dans les achats, l'accès à de nouveaux produits, une meilleure compréhension des saisonnalités et des impératifs des producteurs locaux. En ce qui concerne le respect de tous, ils demandent de favoriser et partager la richesse culinaire des acheteurs et de faire aussi accéder les personnes à des produits « pour se sentir bien ». Il faut soutenir les acheteurs pour qu'ils développent des actions de soutien à leur collectif et de financement et soutenir les personnes qui portent le collectif. Enfin de nombreuses propositions sont faites pour favoriser la partie pratique de recueil des commandes, des paiements, et l'organisation de la livraison des produits aux

acheteurs. Tout cela en s'appuyant sur le bénévolat actif mais qui a aussi ses limites, d'âge, de santé, de disponibilité.

Ce travail est d'ores et déjà le socle de l'expérience utilisateur que l'association déroule sur l'année 2023 avec ORESYS. Gageons que de nombreuses propositions seront rapidement mises en œuvre et que nos partenaires entendront les constats et les analyses des personnes qui vivent en grande précarité et en tiendront compte.