

VRAC, Vers un Réseau d'Achat Commun



Lieu: 7 quartiers de l'agglomération lyonnaise



L'association VRAC porte le développement de groupements d'achats dans les quartiers de l'agglomération lyonnaise. Il s'agit de proposer aux habitants des produits de première nécessité de qualité, à des prix raisonnables, pour leur permettre de s'inscrire dans des pratiques de consommation durable et non plus uniquement dans un modèle de consommation « faute de mieux ». Grâce à la dimension collective des actions menées, VRAC participe à la réactivation du lien social et au pouvoir d'agir des habitants de ces quartiers.

Présentation des quartiers d'implantation

En 2015, VRAC est présent dans 7 quartiers de l'agglomération lyonnaise, tous en quartier politique de la ville : la Duchère à Lyon, les Minguettes à Vénissieux, les Noirettes et le Grand Vire à Vaux en Velin, les Buers à Villeurbanne et le Golf à Oullins. Des quartiers marqués par un faible pouvoir d'achat et un relatif isolement géographique et commercial. Deux groupements verront le jour en 2016 à St Fons et St Priest.

Origines du projet (historique, date de création, etc.) et objet

Le projet VRAC (Vers un Réseau d'Achat Commun) est né en 2013 de la rencontre entre Boris Tavernier, engagé depuis de nombreuses années dans des projets de consommation responsable démocratisée (création de la 1ère AMAP à Lyon, de l'Autre Côté du Pont, un café coopératif et alternatif), et Est Métropole Habitat et la Fondation Abbé Pierre, qui lutte contre le mal-logement et les inégalités en matière de consommation.

L'objet de Vrac est de :

- Distribuer dans les quartiers populaires des produits alimentaires de qualité à des prix compétitifs.
- Développer de l'achat groupé de services (assurances, mutuelle, téléphonie...)

• Favoriser une alimentation durable en ouvrant les habitants des quartiers populaires à une autre façon de consommer et de s'alimenter.

• Favoriser la cohésion sociale en suscitant et/ou renforçant des espaces de socialisation dans les quartiers concernés.

• Élaborer un mode de fonctionnement économique coopératif s'appuyant sur les principes de l'économie sociale et solidaire.

Activités

VRAC propose aujourd'hui des produits alimentaires de type épicerie sèche, huiles d'olive, légumineux, chocolat, ..., mais aussi des produits d'entretien et d'hygiène, ainsi que du petit équipement (casseroles, poêles).

Les ressources humaines du projet

Début 2016 VRAC compte un seul salarié, ainsi qu'une stagiaire et un service civique. Cependant, le projet VRAC mobilise un ensemble de partenaires, qui mettent à disposition du projet des moyens humains, techniques et financiers (les centres sociaux, structures d'accueil des groupements d'achats ; les bailleurs sociaux,...).

FINALITÉS ET OBJECTIFS

VRAC s'attaque aux problèmes suivants :

- Les inégalités socio-économiques entre les habitants des quartiers populaires et le reste de la population.
- La discrimination renforcée face à l'accès à la consommation.
- Une alimentation génératrice de problèmes sanitaires et sociaux chez les publics précaires.
- Un isolement social marqué dans les quartiers populaires.

Pour les résoudre :

- Rendre les habitants acteurs de leur consommation.
- Encourager les dynamiques collectives et le faire ensemble.
- Travailler en articulation avec les dynamiques et acteurs existant sur les territoires.
- Rechercher le meilleur rapport qualité/prix.
- Privilégier les circuits courts et réduire le recours à des intermédiaires.



Locaux

VRAC utilise pour la distribution des locaux mis à disposition par ses partenaires (centres sociaux et bailleurs). De plus, un hangar destiné au stockage est mis à disposition par une entreprise locale, et des bureaux sont loués à Villeurbanne.

Les acteurs et leur rôle respectif, les différents partenaires

Le projet a été soutenu dès le départ par le bailleur social Est Métropole Habitat, les fondations Abbé Pierre et Carasso, intéressés par l'idée de créer des groupements d'achats dans les quartiers identifiés politiquement de la ville. Plus largement, les partenaires sont :

- **Les habitants** : acteurs et bénéficiaires de l'action.
- **Des fournisseurs** respectueux de préoccupations sociales et environnementales.
- **Les centres sociaux partenaires** sont structures d'accueil des groupements d'achats. Au lancement du projet, ces derniers ont eu un rôle de facilitateur, en permettant au chargé de projet VRAC de participer à des ateliers sur les thématiques de santé, nutrition ou encore de cuisine afin de rencontrer les habitants potentiellement intéressés par l'initiative.

Au-delà de ce rôle d'intermédiaire entre l'association et les usagers, les centres sociaux sont parties prenantes au projet : les prises de commandes et distributions se déroulent dans leurs locaux, leur personnel est également mobilisé dans l'animation des groupements d'achats à travers la communication sur le projet, la transmission d'informations et la participation aux temps de distribution des produits avec les adhérents.

- **Les bailleurs sociaux** prennent également une part active et contribuent de multiples manières au projet VRAC. Ils sont tout d'abord financeurs ; en 2014, première année du projet, la part financée par les bailleurs sociaux s'élevait à 25%. Un local commun résidentiel est également mis gratuitement à disposition de l'association par l'organisme Est Métropole Habitat pour le groupement d'achat situé dans le quartier des Noirettes au cœur de son patrimoine. Enfin, des moyens humains sont fortement mobilisés par les bailleurs sociaux, au travers de leurs agents de développement qui accompagnent l'implantation du projet sur les quartiers, et de leurs équipes de proximité qui assurent un relais d'informations auprès des locataires via la communication et l'affichage dans les allées.

Les dimensions innovantes

- **Public cible** : l'action de VRAC consiste à essaimer le modèle des groupements d'achat sur des quartiers et publics fragilisés alors que ce type de dispositif est développé auprès d'un public averti, militant, et aux revenus plus conséquents.
- **Modèle de distribution** : à ce jour les dispositifs qui existent sont le plus souvent des modèles totalement ou semi-caritatifs réservés aux plus pauvres. VRAC, ouvert à tous, propose un modèle marchand dont la valeur des produits sera dégressive à mesure que le nombre de participants grandira.
- **Modèle d'approvisionnement** : VRAC entend être proactif dans sa recherche de produits. Celle-ci sera déclenchée par une demande exprimée par les habitants eux-mêmes, et ne souhaite pas être dépendante de l'offre disponible sur le marché, comme c'est le cas des associations caritatives ou solidaires.
- **Qualité recherchée de ses produits** : VRAC entend s'éloigner d'un système basé sur l'absence de choix, sur des produits bas de gamme et dont les dates de péremption sont proches. VRAC souhaite ouvrir l'accès à des produits d'origine biologique, cultivés ou fabriqués dans un rayon géographique proche.
- **Son mode de fonctionnement ancré sur l'implication des consommateurs bénévoles** : VRAC souhaite mettre en place un groupement d'achats : de la participation du plus grand nombre à la réalisation des différentes tâches inhérentes à la réception des marchandises, à leur reconditionnement, à leur distribution dépendra le prix de vente le plus bas, à l'instar des magasins coopératifs évalués à Paris (la Louve) et à l'étranger (en particulier les expériences new-yorkaises ou londonniennes).

• Enfin, **les collectivités locales** sont également parties prenantes au projet VRAC, essentiellement dans un rôle de mise en réseau, communication et valorisation du projet.

VRAC fait par ailleurs partie des projets portés par l'incubateur Alter'Incub Rhône Alpes. Ce dernier accompagne pendant 18 mois des entrepreneurs qui cherchent à apporter des réponses nouvelles à des besoins sociaux et environnementaux auxquels la société ne répond pas. Précurseurs et le plus souvent portés par des collectifs, ces projets nécessitent une phase de maturation et d'expérimentation pour prouver leur efficacité.

Financement

Les bailleurs sociaux et les fondations Abbé Pierre et Carasso sont les principaux financeurs du projet. En 2015, la Fondation Abbé Pierre a apporté 40000 euros au projet, et la Fondation Carasso 15000 euros. La région Rhône Alpes apporte un soutien en 2015 et 2016 de 9000 euros. La Métropole de Lyon devrait apporter son soutien à hauteur de 13000 euros en 2016.

VRAC ne fait pas à ce jour de marge sur les produits vendus. L'objectif est de générer de l'autofinancement via l'achat groupé de services mais aussi en développant le projet à l'échelle nationale. Un travail est mené sur l'élaboration d'un accompagnement méthodologique à destination des structures ou porteurs de projet intéressés par le développement de groupements d'achats sur leur territoire.

« La Ville de Lyon soutient plusieurs initiatives telles que VRAC afin de lever les freins psychologiques au « manger et cuisiner bio et local » et de démontrer aux populations en difficultés qu'une alimentation de qualité ne revient pas forcément plus cher.

VRAC s'inscrit en effet dans un écosystème favorable sur le territoire lyonnais.

L'un des axes de la délibération-cadre autour de l'ESS adoptée en septembre 2015 concerne le soutien à la consommation responsable, avec un volet autour de l'alimentation durable.

Plus de 80 acteurs du territoire lyonnais, de la production à la consommation, travaillent ensemble, et un conseil local de l'alimentation durable va être prochainement mis en place. Ce travail collectif, en lien avec les collectivités qui ont la compétence par exemple de l'agriculture (métropole et région) permet de réfléchir et d'apporter des réponses à des enjeux majeurs tels que l'accès à une alimentation de qualité pour les publics les plus en difficulté sur le territoire. »

LE REGARD DE L'ÉLUE

**DOUNIA
BESSON,
ADJOINTE
AU MAIRE
DE LYON**

LES LIENS AVEC LA POLITIQUE DE LA VILLE

Exemple du quartier de la Duchère à Lyon :

Dans le cadre du Renouveau Urbain de la Duchère, conventionné par l'ANRU en 2005, l'équipe projet de la mission territoriale Lyon la Duchère, qui a en charge la coordination de l'ensemble des dimensions sociales et urbaines du projet de Territoire, a organisé en 2012-2013, en parallèle de la démarche nationale de labellisation Eco Quartier, une démarche de concertation intitulée « la Duchère c'est l'affaire de Tous » avec les habitants, les services en charge des politiques publiques, les acteurs du projet urbain ainsi que les partenaires associatifs. L'objectif était d'identifier des actions permettant de transformer ce quartier des années 1960 en Éco Quartier. Dans le même temps les partenaires du CUCS (et du futur Contrat de Ville) ont missionné le centre social Sauvegarde dans le cadre de la programmation politique de la ville afin qu'il développe des actions liées au développement durable : jardins partagés ; vélo école –atelier de réparation de vélo – club marche/vélo ; participation à la semaine du goût en novembre et à la semaine du Développement Durable.

Compte tenu de ce contexte d'acteurs « sensibilisés » aux différentes dimensions du développement durable, le projet VRAC a immédiatement rencontré un très vif intérêt de la part du Centre Social, de l'adulte relais du collège Schoelcher et des parents d'élèves, ainsi que de l'équipe de la mission Duchère.

Par ailleurs, VRAC a constitué une réponse à une demande exprimée par certains des nouveaux habitants de disposer, sur le quartier renouvelé, d'une offre commerciale de produits «bio» qu'il n'était pas possible de satisfaire avec un commerce sédentaire classique, en l'absence d'une zone de chalandise encore insuffisante.



DES RÉSULTATS

VRAC a conduit une étude d'impact en juin 2015, réalisée par Planète Entrepreneurs. Dans le cadre de cette étude, l'impact social des actions de VRAC est démontré :

Une meilleure sensibilisation aux produits biologiques, locaux et éthiques	Dans l'ensemble on a pu constater une bonne connaissance de ce qu'est un produit issu de l'agriculture biologique. Cependant, on note que certaines personnes ne connaissent pas ce type de produits et d'autres l'associent à un produit cher donc inaccessible. Par ailleurs plus de la moitié des interrogés consommaient déjà bio avant leur adhésion à VRAC, ce qui explique la bonne connaissance de ces produits.
une consommation nouvelle ou accentuée pour des produits biologiques	La moitié des personnes interrogées ont été en mesure d'acheter certains produits pour la première fois grâce à l'action de VRAC (produits «bio» de façon générale, huile d'olive).
une création de liens sociaux	Parmi les répondants, 27% d'entre eux affirment avoir créé du lien avec des personnes rencontrées lors de la prise de commande ou de la distribution. Cela montre que pour certains bénéficiaires, VRAC est plus qu'un service d'achats groupés.
une participation active des adhérents	Une participation active des adhérents dans la mise en œuvre des groupements d'achats, dans une logique de réappropriation de leur consommation. 4 à 5 adhérents-bénévoles œuvrent dans chaque groupement, lors des distributions, choix des produits mais aussi lors d'interventions ou autres colloques.
des bénéfices directs du projet VRAC sur les habitants :	<ul style="list-style-type: none"> - la consommation de produits de qualité, dans le respect de leur budget - la redécouverte du plaisir de manger, cuisiner et d'apprécier de nouveaux produits - la maîtrise retrouvée des "savoir-acheter" et des "savoir-cuisiner" de base - la consolidation de l'autonomie pratique des habitants - la mobilisation autour d'une dynamique participative.
des bénéfices indirects du projet VRAC sur les habitants :	<ul style="list-style-type: none"> - la prise en charge par chacun de son état de santé par l'adoption de nouvelles pratiques et comportements de consommation ; - l'instauration de relations d'émulation et de partage d'expériences alimentaires - la rupture avec l'isolement et la réappropriation du collectif (ateliers, visites de producteurs ...) - la valorisation de soi, par le passage d'une consommation par défaut à une posture de «consom'acteurs».

Les retours des habitants sur le projet VRAC sont nombreux et le terme de « considération » revient régulièrement dans leurs propos. Dans la démarche VRAC, les habitants des quartiers se sentent « comme tout le monde », ils ont enfin accès à des biens de consommations réservés jusque-là aux plus favorisés.

DES FREINS

Parmi les difficultés ou obstacles identifiés, en fonction des différentes parties prenantes, lors du montage du projet et du démarrage de l'action :

Les habitants	Le projet VRAC implique des changements dans les modes de consommations classiques. Les habitants n'ont pas pour habitude de commander et de payer en avance un produit qu'ils ne recevront que deux semaines plus tard. Généralement, les habitants des quartiers populaires anticipent peu leurs achats sauf en cas d'offres intéressantes. Cela doit faire l'objet d'un ajustement dans les pratiques de consommation.
Les fournisseurs	Quelques déconvenues ont été rencontrées du côté des fournisseurs, comme des livreurs : livraison à la mauvaise date, annulation de commandes la veille de la livraison, difficultés à connaître les véritables tarifs (produits et livraison), problèmes de conditionnement, etc.

DES FACTEURS DE RÉUSSITE

Une expérimentation progressive	Afin de promouvoir son idée, Boris Tavernier a fait le tour des quartiers, notamment auprès des Centres Sociaux, « les meilleurs relais pour rencontrer les habitants ». Cours de cuisine, dégustations,... ont été organisés pour faire goûter les produits et convaincre les personnes.
La mobilisation des centres sociaux et des bailleurs sociaux	Grâce à leur mobilisation, le message passe de manière efficace auprès des habitants; il est plus aisé d'organiser des réunions d'informations, de communiquer par affiche et par l'intermédiaire des responsables d'immeuble.

Un porteur de projet qui a su réunir différents partenaires, et mener en parallèle un travail sur le terrain, une mobilisation de partenaires, et s'entourer de compétences pour formaliser et évaluer l'impact du projet.

Information complémentaire

L'association VRAC a remporté le prix de l'innovation sociale et le prix du jury lors du concours «S'engager pour les quartiers», remis le 22 mars 2016 à l'Assemblée Nationale. Organisée par la Fondation Face et l'Agence Nationale pour la Rénovation Urbaine (ANRU), l'initiative nationale récompense chaque année des projets pérennes développés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville.

CONTACT

Boris Tavernier - boris@vrac-asso.org - www.vrac-asso.org