



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

Introduction.....	4
A. Raison d'être de VRAC.....	4
B. Le réseau aujourd'hui.....	4
C. Présentation de l'association nationale	5
D. L'équipe de VRAC France	6
E. La gouvernance.....	6
F. Budget et ressources	6
I. Développement du réseau	9
A. Changement de cap dans l'essaimage, le plan de relance.....	9
1. Etapes d'essaimage	9
2. L'essaimage "classique".....	11
3. Nouvelle modalité d'essaimage : Pépinière de futures antennes VRAC	11
B. Recherche de fonds.....	12
C. Les antennes VRAC	12
II. Structuration, consolidation et animation du réseau	14
A. Animation du réseau.....	14
B. Accompagnement individuel.....	15
C. Outillage.....	16
1. Communication	16
2. Numérique	16
3. Approvisionnement	19
4. Formations.....	16
D. Séminaire national.....	17
III. Communication, plaidoyer	19
A. Visibilité.....	19
1. Plaidoyer et coalition	19
2. Conférences et rencontres.....	20
3. Presse.....	20
B. Structuration de la communication VRAC France.....	22
C. Campagne de collecte	23
IV. Projets transversaux	25
A. Territoires à VivreS.....	25
B. Collectifs adhérents	25
C. VRAC Universités.....	26
V. Perspectives.....	28
A. Essaimage	28
B. Capitalisation	28

1. Manuel opératoire	28
2. Capsules vidéo.....	29
C. Assemblées citoyennes	29
D. Habilitation aide alimentaire	29
E. Etude d'impact URBAL.....	30

Introduction

A. Raison d'être de VRAC

La toute première association VRAC est née à Lyon en décembre 2013, avec l'objectif **de réduire les inégalités sociales** en matière de consommation en favorisant le développement de **groupements d'achats de produits de qualité** (biologiques, éthiques, locaux) dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville et autres quartiers populaires.

Sa mission est de permettre aux habitant.e.s de ces quartiers, ayant des revenus limités, d'accéder à une **alimentation choisie et non contrainte, grâce à la vente des produits à prix coûtant**. La construction historique des groupements avec les bailleurs sociaux permet à VRAC de toucher les habitant.e.s des quartiers tout en leur donnant la possibilité de prendre part au cœur du projet en choisissant les produits vendus, en participant aux distributions ou aux animations... VRAC permet ainsi aux habitant.e.s des quartiers populaires qui le souhaitent de s'inscrire dans un **mode de consommation durable et engagé, reposant sur le collectif et les dynamiques locales**.

L'objectif de VRAC est de lutter contre les inégalités dans les QPV en s'orientant autour de plusieurs axes principaux :

- *Économique* : **pouvoir acheter** des produits bio et locaux à des prix accessibles ;
- *Social* : développer la cohésion sociale, **l'entraide et la coopération** ;
- *Santé* : participer à la **lutte contre l'obésité et le diabète**, influencer positivement sur les déterminants de santé (facteurs individuels, sociaux, économiques et environnementaux) ;
- *Environnement* : **réduire la production de déchets** et participer au développement durable en privilégiant les circuits courts et les produits moins polluants ; **promouvoir une alimentation durable**

L'association VRAC peut ainsi se définir selon 3 grands piliers :

- *Solidarité et justice sociale* : **compenser les inégalités socio-économiques** en rendant financièrement accessibles des produits sains et de qualité tout en **rémunérant à juste prix les producteurs et productrices** ;
- *Coopération et émancipation* : **impliquer les adhérents et adhérentes dans le fonctionnement** de leur groupement d'achats. VRAC s'inscrit dans une visée émancipatrice et se reconnaît dans les valeurs d'éducation populaire en proposant aux personnes de se réapproprier des choix de consommation.
- *Qualité et démocratie alimentaire* : s'éloigner d'un système basé sur l'absence de choix et sur des produits bas de gamme en sélectionnant autant que possible **des produits de qualité d'origine biologique et/ou d'un rayon géographique proche**. En ce sens, le projet entend œuvrer pour plus de **justice alimentaire** en rendant accessible (géographiquement, économiquement) des produits promouvant qualité, diversité et durabilité.

B. Le réseau aujourd'hui

En 8 ans, VRAC a développé **13 antennes locales en France** (une en construction en Belgique), avec plus de **70 groupements d'achat** dans les quartiers populaires. Elle a organisé des centaines d'animations, et a touché plus de 10000 personnes.

Le travail de VRAC a été reconnu notamment par le Prix « S'engager pour les Quartiers » en 2015, « la France S'engage » en 2017, « le PNA » en 2019 (Programme national pour l'alimentation) ou encore « France Relance » en 2021.

Après avoir créé un fonds de dotation en 2019 (qui est désormais un simple outil financier au service de l'association nationale), il a été décidé de créer une **fédération**. Il était en effet venu le moment de structurer ce jeune réseau, de l'animer, et d'y installer une gouvernance plus représentative du projet.

Quatre salariés composent l'équipe de VRAC National, un chargé de coordination et capitalisation (VRAC Universités / Lien avec les producteurs / Capitalisation), une chargée de communication, une coordinatrice du réseau et un délégué général (Développement / recherche de fonds / plaidoyer).

Le conseil d'administration est composé de 6 administrateurs et administratrices, à savoir Céline Reynaud présente de l'association nationale (VRAC Lyon), Etienne Fabris (Président de VRAC Lyon), Amel Tebessi (Présidente de VRAC Rennes), Stéphanie Begaud (Présidente de VRAC Paris), Benoit Gadiollet (Président de VRAC Toulouse) et Claire Gelain (Présidente de VRAC Bordeaux).

Le projet VRAC poursuit sa croissance rapide, les objectifs sont ambitieux et multiples, à savoir poursuivre :

- L'essaimage local et national
- La structuration / consolidation du réseau
- Le plaidoyer
- Les projets transversaux

C. Présentation de l'association nationale

L'association VRAC France a été créée pour accompagner le développement du réseau associatif, l'animation du réseau par la mise en commun d'outils et d'information entre les associations existantes et le portage de la vision politique.

Concrètement, VRAC France porte les missions suivantes :

- **L'animation du réseau** en organisant des temps d'échanges et de formations autour des enjeux communs à l'ensemble des structures et en facilitant le partage de connaissances et d'expériences entre les associations ;
- **L'accompagnement personnalisé** des associations locales en fonction des problématiques rencontrées par les structures (recherche de financement, ressources humaines...);
- **Le développement du réseau** par l'accompagnement des territoires et structures souhaitant développer une nouvelle antenne (ingénierie, financement...), des nouvelles associations VRAC et par la mise à disposition d'outils ;
- **La capitalisation et la formation** en mutualisant différents outils numériques, en recensant les différentes possibilités d'approvisionnement et en formant les associations locales sur différents sujets (communication externe et interne...) ;
- **La communication et la vision politique** afin de faire connaître les enjeux autour de l'accès à l'alimentation de qualité auprès du grand public et des acteurs institutionnels, de mettre en lumière la parole des adhérent-es et le plaidoyer auprès des acteurs politiques afin de faire évoluer la vision de l'aide alimentaire ;
- **L'innovation** en soutenant les réflexions autour du modèle de VRAC (exemple : accès à des personnes en grande précarité) ou de nouvelles expérimentations (exemple : place des adhérent-es dans le projet associatif).

D. L'équipe de VRAC France

L'équipe de VRAC France est actuellement composée de :

- Boris Tavernier, Délégué général
- Lorana Vincent, Coordinatrice du réseau
- Joachim Robert, Chargé de projets capitalisation et développement
- Elsa Duparay, Chargée de communication et relations publiques



Boris Tavernier



Lorana Vincent



Joachim Robert



Elsa Duparay

E. La gouvernance

Le Conseil d'Administration est composé de 6 membres issus de 5 associations locale :

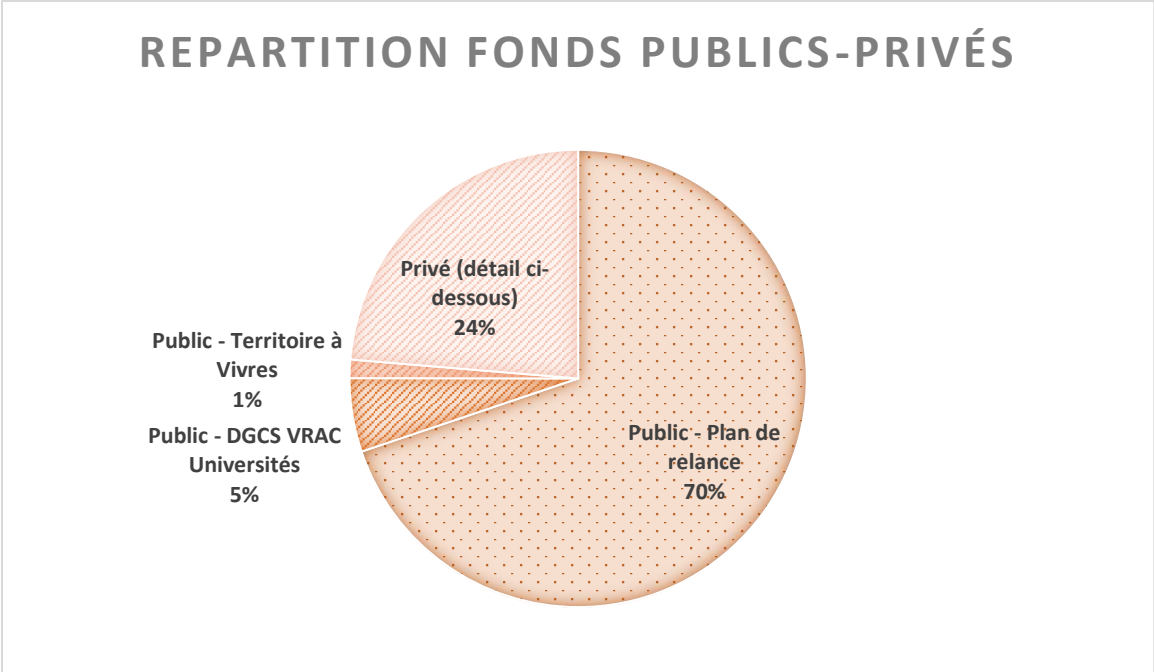
- Céline Reynaud (présidente de VRAC national et administratrice de VRAC Lyon) et Etienne Fabris (administrateur de VRAC national et président de VRAC Lyon).
- Claire Gelin (vice-présidente de VRAC National et présidente de VRAC Bordeaux)
- Amel Tebessi (secrétaire de VRAC National et présidente de VRAC Rennes)
- Stéphanie Bugeaud (trésorière de VRAC National et présidente de VRAC Paris)
- Benoit Gadiolet (administrateur de VRAC National et président de VRAC Toulouse)

L'association VRAC Lyon bénéficie de la qualité de membre fondateur dans les statuts définis comme « ayant présidé à la constitution de l'association et dont la fonction est de garantir la pérennité des buts et des objectifs de cette dernière ».

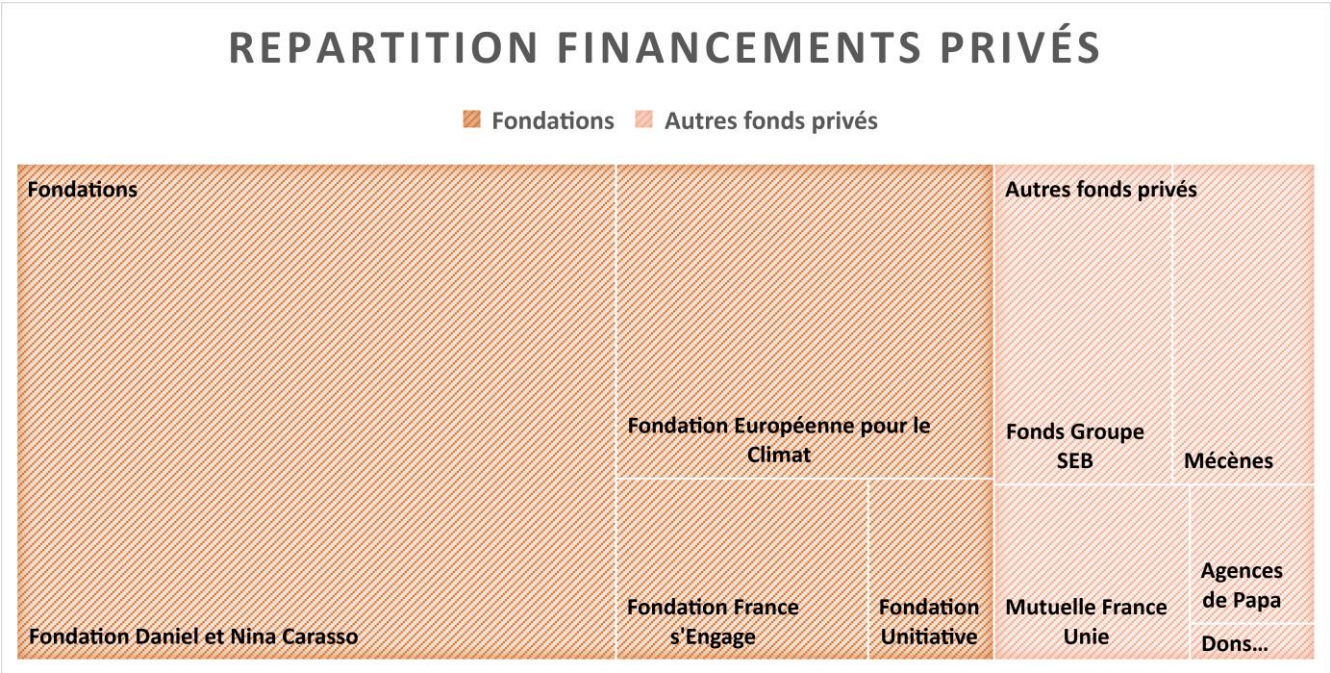
F. Budget et ressources

Ressources

Le plan de relance obtenu début 2021 pour deux ans (1,3M€ dont 800k€ pour cette année 2021) représente une grande partie du budget de l'association. Cette donnée est cependant à pondérer par le fait que c'est un financement exceptionnel lié à la situation sanitaire, et surtout que 80% de ces fonds sont reversés aux antennes locales. De même que pour le financement de la Direction Générale de la Cohésion Sociale (DGCS) pour VRAC Universités, reversé en grande partie aux 4 antennes qui expérimentent le projet.



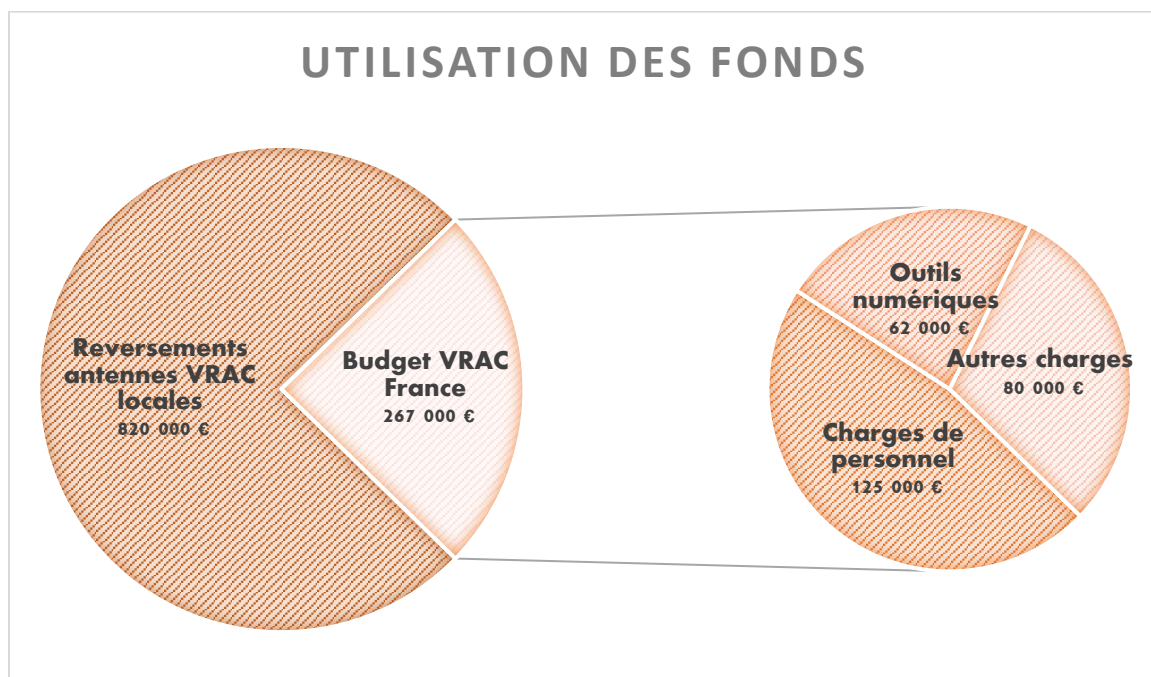
Le reste des financements (273k€) sont privés et sont détaillés ci-dessous.



La fondation Carasso représente le plus important financeur de VRAC France (130k€), suivie de la fondation Européenne pour le Climat (52k€). Tout comme le soutien de la DGCS, les financements de la Fondation la France s'Engage et de la fondation Unitiative sont reversées en majorité aux antennes qui expérimentant VRAC Universités.

De nombreux autres partenaires soutiennent l'association (fonds Groupe SEB, mutuelle France Unie, Agences de Papa), qui aussi bénéficier de dons : 20k€ de Manu Payet ainsi que 2000€ de donateurs particuliers.

Utilisation des fonds alloués



Environ 75% du budget est consacré aux projets des antennes locales.

Concernant VRAC France, une partie significative des dépenses sont liées aux charges de personnel pour les 4 salariés en poste. Une somme importante a également été investie dans le développement de l'outil de commandes Cagette.net, qui deviendra en 2022 à la disposition du réseau en marque propre. Le reste des charges concerne la vie courante de l'association : déplacements, communication, honoraires, loyers, organisation du séminaire annuel, etc.

I. Développement du réseau

En janvier 2021, l'Etat a lancé son le programme France Relance. VRAC a été lauréat de l'appel à projet « Plan de soutien aux associations de lutte contre la précarité ». Cet appel à projet a permis aux différentes associations du réseau d'être soutenues pour deux années sur des dépenses d'investissement ou de fonctionnement.

A. Changement de cap dans l'essaimage, le plan de relance

Afin de renforcer son action auprès de ses adhérent-es et de permettre à davantage de personnes d'accéder à une alimentation digne, VRAC a pu en 2021 grâce au plan de relance

- **Renforcer et développer les associations VRAC existantes** afin d'augmenter le nombre de bénéficiaires dans leurs territoires et de consolider l'impact auprès des adhérents actuels. Il s'agissait principalement de professionnaliser les organisations et modes de fonctionnement pour sécuriser la pérennité des associations locales.

Chaque association VRAC a pu se développer à 2 niveaux :

- D'une part en **augmentant son nombre d'adhérents**, ce qui est passé principalement par la création de nouveaux groupements d'achats dans les QPV de leur territoire. Cet accroissement de l'activité a pu se réaliser grâce à un renforcement des équipes et la modernisation des outils et méthodes de travail pour gérer des flux plus importants de commandes ;
- Et d'autre part en **augmentant qualitativement son impact auprès des adhérent-es** : les gains d'efficacité engendrés par la modernisation des outils et méthodes de travail mais aussi l'accompagnement par le réseau ont permis à la fois de dégager du temps pour être davantage au contact des habitant-es et de développer les actions d'animation et de sensibilisation menées en plus de l'organisation des groupements d'achats.

- **Poursuite de la création de nouvelles associations VRAC**

VRAC est un projet jeune, qui a connu une croissance forte. Les intérêts des territoires pour le projet continuent aussi de croître. Il nous est aujourd'hui impossible de répondre à la demande quasi quotidienne. Si les possibilités de développement sont énormes étant donné l'ampleur des besoins et le nombre de territoires concernés (1300 QPV), notre ambition n'est pas d'étendre à l'infini le réseau des VRAC. En en 2021 nous avons souhaité nous concentrer sur des territoires urbains et expérimenter notre approche dans des territoires ruraux et/ou isolés, qui connaissent malheureusement les mêmes problématiques d'accès digne et durable à une alimentation de qualité pour éprouver la répliquabilité à plus large échelle de notre modèle de groupement d'achat.

1. Etapes d'essaimage

La sollicitation

De manière générale, au niveau du développement, VRAC est assez peu pro-actif, nous privilégions les acteurs qui ont montré un intérêt pour le projet, qui recherchent des informations, qui ont la volonté d'amener des réponses alternatives aux problématiques alimentaires sur leur territoire. Nous sommes également attentifs à la répartition géographique des antennes sur le territoire national métropolitain.

Le premier contact peut être un bailleur, une collectivité, une association ou un porteur de projet.

En premier lieu, il est indispensable de s'assurer de l'intérêt des bailleurs sociaux et d'une volonté politique locale. En effet, le projet VRAC ne peut s'implanter sans soutien politique et financier.

Les rencontres

Chaque territoire est différent, la réalité bordelaise n'est pas la réalité strasbourgeoise. Il est selon nous, indispensable de s'appuyer sur le tissu associatif local dès le démarrage du projet, et ceci pour deux raisons :

- Créer un lien de confiance et se faire accepter. Il est en effet toujours assez mal vu qu'une association extérieure vienne répondre à des besoins sur un territoire qui n'est pas la sien (et vienne « vampiriser » les subventions).
- S'appuyer sur l'expertise des acteurs locaux qui agissent depuis des années sur leur territoire.

Ainsi, après s'être assuré du soutien des collectivités et bailleurs, il s'agit de rassembler le maximum d'acteurs associatifs travaillant dans la politique de la ville, et/ou sur les problématiques d'alimentation durable, d'éducation populaire.

Le projet VRAC dans sa globalité est présenté aux différents acteurs.

La co-construction

Chaque VRAC est une association indépendante tant au niveau de la gouvernance qu'au niveau financier.

De nombreux échanges ont lieu afin de choisir les quartiers qui bénéficieront de l'action, afin de rédiger des statuts, d'établir les engagements de chacun, construire un budget prévisionnel, réaliser un travail d'approvisionnement.

Création de l'association

Une assemblée générale constitutive est organisée, tous les acteurs locaux ayant fait part de leur intérêt sont invités. Le conseil d'administration est établi, avec 3 collèges (habitants rencontrés lors de la construction de l'association, associations / centres sociaux et un collège institution).

Embauche et formation du ou de la salarié.e

Nous coconstruisons la fiche de poste du/de la futur.e salarié.e, et lançons les demandes de candidatures.

Plus que les diplômes, le savoir être est extrêmement important dans un projet comme VRAC, il faut être capable d'échanger avec un grand nombre d'acteurs aux profils très variés : paysan-nes, habitant-es des quartiers, travailleurs-ses sociaux, élu-es, financeurs, chef-es d'entreprises...

Le traitement des CV et les entretiens d'embauche sont réalisés par le conseil d'administration de l'association locale. Le délégué général ou le chargé d'essaimage participe au processus de recrutement avec un avis consultatif.

Dès sa prise de poste, le salarié passe une semaine de formation au sein d'une antenne VRAC locale afin d'appréhender le projet de manière globale, et notamment la partie opérationnelle du travail.

2. L'essaimage "classique"

Développer une nouvelle association VRAC nécessite la mise en place d'un certain nombre d'étapes clés. Il faut d'abord s'assurer qu'il y ait une volonté politique et des possibilités de financements pour mettre en place le projet. Ensuite, des rencontres sont organisées avec les acteurs du territoire (élus, bailleurs, associations, habitants) afin de coconstruire l'association VRAC locale. L'ancrage territorial, l'expertise des acteurs sont indispensables à la bonne réalisation du projet. Ce travail aboutira à la création de l'association (où l'on retrouvera les différentes parties prenantes) puis à l'embauche et à la formation d'un-e salarié-e.

Pour faire écho aux éléments sur la structuration du réseau et la logique coopérative / agile, on pourrait préciser qu'après un appui renforcé par le niveau national en phase de lancement, l'accompagnement des associations se fait aussi par des pairs d'autres associations locales selon les expertises et la maturité de chacun au fur et à mesure de son développement.

Jusqu'à fin 2021, un seul poste est dédié à la création de nouvelles associations VRAC, un poste qui génère de nombreux déplacements sur tout le territoire national.

En 2021, 5 associations VRAC ont été créées sur ce modèle : **Nantes, St Etienne, Montpellier, Marseille, et Haut de France.**

3. Nouvelle modalité d'essaimage : Pépinière de futures antennes VRAC

Nous avons expérimenté à Rennes un essaimage quelque peu différent, en effet une porteuse de projet a passé plusieurs mois à rencontrer les acteurs, les associations, financeurs, élus et premiers groupes d'habitants, en travaillant en lien avec le réseau.

Ce fonctionnement a permis d'être fortement ancré territorialement, et de constituer des premiers partenariats en amont de la création de l'association. Il est moins chronophage et semble montrer son efficacité.

Ainsi nous souhaitons "incuber" des porteurs de projets qui développeraient VRAC sur leur territoire et créeraient ainsi leur emploi. Cette incubation prend la forme d'un cofinancement de 6 mois de travail à un porteur de projet, si et seulement si nous obtenons un co-financement d'une collectivité du territoire concerné, ce qui permet par ailleurs de matérialiser l'engagement des acteurs du territoire en faveur du projet. Ces six mois permettent de créer une association VRAC et de mobiliser les financements nécessaires à sa pérennisation.

Au-delà de l'impact au niveau local (accélération de la création des projets), cette nouvelle organisation permet de décharger l'équipe de l'association nationale en s'appuyant sur les chefs de projets présents à temps plein sur les territoires. Ce type d'essaimage permet donc de tester le projet sur une période donnée, avec l'investissement d'un coordinateur sur le territoire pour éprouver la faisabilité du projet et tisser les liens avec les acteurs associatifs avant de confirmer son déploiement. La différence avec l'essaimage classique réside dans le portage par une personne physique dès les prémices du projet, ce qui allège aussi l'investissement de l'équipe nationale.

Au cours de l'année 2021, cette nouvelle modalité d'essaimage a été testée en Bretagne dans le Finistère (**VRAC 29**) et dans la Drôme (**VRAC Drôme**).

B. Recherche de fonds

La recherche de fonds est essentielle pour VRAC. Il est indispensable de multiplier les rencontres, les échanges, afin d'identifier la ou les structures susceptibles de soutenir notre action. C'est un travail long, la visibilité de l'association nous aide à être crédible auprès des financeurs, cependant ce travail de recherche de fonds reste extrêmement fastidieux et chronophage.

Il est important de stipuler qu'aucune association VRAC n'accepte aujourd'hui les financements issus des entreprises de l'agro-alimentaire et des grandes surfaces.

Aujourd'hui, il est nécessaire de clarifier les différentes offres et la stratégie d'approche des partenaires pour trouver du financement et permettre le développement de VRAC à hauteur de son ambition.

En 2021, le réseau a eu la chance de pouvoir bénéficier du Plan de relance de l'Etat, mais aussi du soutien de la **Fondation Daniel et Nina Carasso** à hauteur de 100000 euros, du **Groupe Seb** pour 25000 euros, de la **Fondation Européenne pour le climat** pour 45000 euros, du groupe **Entis** pour 15000 euros, du groupe **Erilia** pour 3000 euros, d'un don de 10000 euros de la part de Manu Payet.

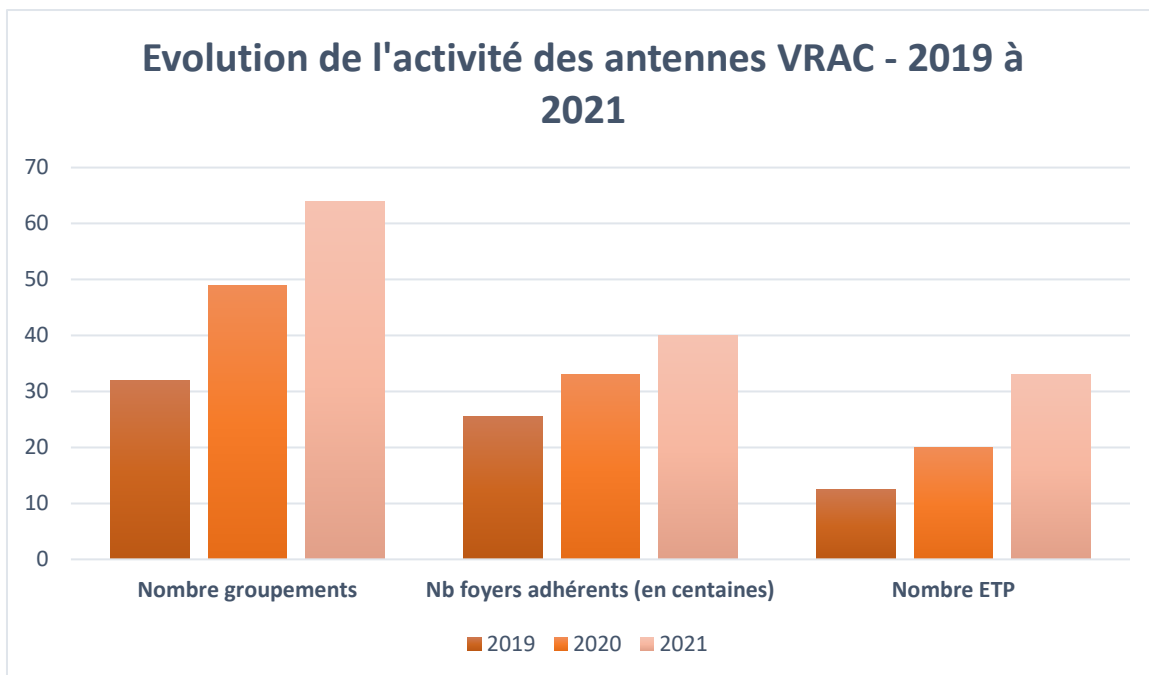
C. Les antennes VRAC

Fin 2021, le réseau VRAC compte 13 antennes (9 en 2020), dont 4 en phase de lancement :



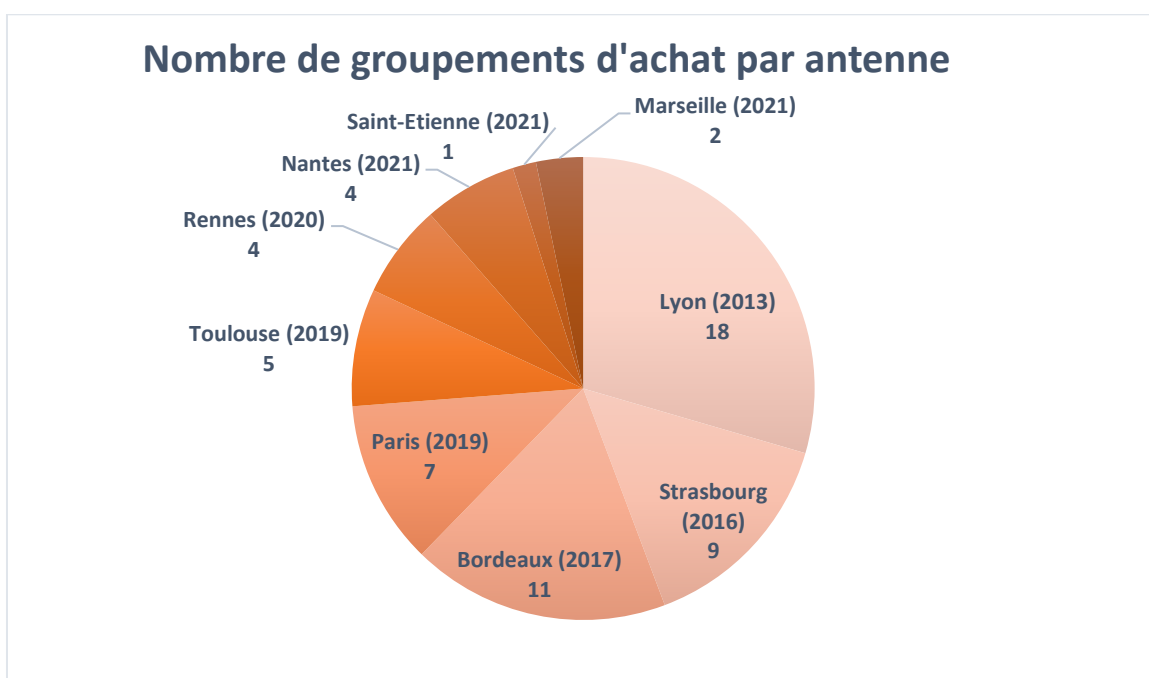
Sur les 9 antennes actives, nous pouvons compter :

- 64 groupements d'achat dans les quartiers prioritaires et campus étudiants
- 714 bénévoles
- 4000 foyers adhérents
- 12 000 personnes touchées par nos actions
- 33 salarié-es équivalent temps plein
- 500 distributions
- 200 animations (ateliers cuisines, sorties producteurs, concours de cuisine, etc.)



On observe une augmentation constante du nombre de groupements, d'adhérent-es et de salarié-es, du fait de la création régulière d'antennes.

En moyenne, les groupements comptent **62 adhérent-es** et **11 bénévoles** sur l'année 2021.



**entre parenthèses, l'année de création de l'antenne*

Le nombre de groupements actifs est fortement corrélé à l'ancienneté des antennes, mais est également fonction du nombre de quartiers prioritaires sur un territoire donné.

II. Structuration, consolidation et animation du réseau

Un poste de coordinatrice nationale majoritairement dédié à l'animation du réseau a été créé en mai 2021, renforcé par des missions de communication interne (poste de responsable communication recrutée en juin) et d'un chargé de coordination et capitalisation recruté en octobre visant à la structuration des approvisionnements, à la coordination des projets campus et de l'habilitation aide alimentaire. L'année 2021 a été l'occasion de structurer et de consolider le réseau des associations VRAC dans un contexte de création de la fédération, et de forte croissance du réseau (5 structures créées ou en démarrage en 2021).

A. Animation du réseau

En 2020, après une première phase de développement du nombre d'associations locales VRAC, celles-ci ont mené un travail collectif de structuration du réseau, avec pour objectif de formaliser leurs valeurs communes, leurs modes de fonctionnement commun et la logique de collaboration entre elles. Ce travail, initié dans le cadre d'un accompagnement, a donné lieu à :

- **La création d'une Charte**, signée par l'ensemble des associations VRAC à l'occasion du 3ème séminaire national VRAC qui a eu lieu en juillet 2020 à Strasbourg et qui formalise les valeurs et principes d'actions du réseau,
- **Des principes clés de fonctionnement en réseau** : mutualisation de certaines tâches communes au niveau de certains territoires, logique forte de coopération avec une contribution de chacun, à hauteur de ses capacités, aux tâches mutualisées et coordination au niveau national par une structure agile
- **Des missions clés exercées au niveau du réseau** : appui au développement des associations, recherche de financement, communication et plaidoyer, innovation et capitalisation, ainsi que mise en réseau et animation.

Les principes d'organisation et d'animation définis au cours de l'année 2020 par l'ensemble des membres du réseau ont été mis en œuvre dès l'embauche de la coordinatrice nationale. Nous avons opté pour un modèle d'animation de réseau simple et pertinent, avec comme objectif :

- De **consolider les éléments de communication communs** et s'assurer de la cohérence des adaptations locales
- De **clarifier les types d'outils et de projets à lancer** (ou pas), en faisant vivre des instances de décision participative au sein du réseau
- De **mettre en place des processus de « contrôle »**, permettant à chaque association de s'assurer de la bonne mise en application des principes de la Charte des VRAC et au réseau, dans sa dimension collective, de mettre en œuvre les actions nécessaires (formation, accompagnement...) à cette bonne mise en application. De suivre également la bonne tenue des objectifs fixés dans le cadre des conventions signées pour bénéficier du plan de relance.
- **D'organiser les temps d'échanges entre pairs pour partager des bonnes pratiques** et échanger sur la stratégie du projet Vrac au niveau local et national
- De **coordonner les actions de formations** mutualisées
- De **faciliter la recherche de financements** par les associations locales en les accompagnant et en les outillant, facilitant ainsi leur pérennisation, notamment dans la perspective de la fin des financements liés au Plan de Relance

Au-delà de l'appui concret apporté ainsi aux associations, l'animation du réseau a permis d'en renforcer la cohésion et la cohérence, de réaffirmer les valeurs du projet et sa portée politique (plaidoyer) et d'en faciliter l'appropriation par l'ensemble des associations. L'inclusion des nouveaux territoires en a aussi, de fait, été facilitée.

Une réunion mensuelle d'animation du réseau a été réalisée avec les responsables de chaque antenne (et élargit aux équipes d'animation selon les thèmes) pour **partager des actualités et traiter un sujet de fond décidé collégialement**. Ces réunions ont été animées par la coordinatrice nationale ou ponctuellement par un chargé de mission d'une antenne (pour les réunions à forte dimension opérationnelle). 5 réunions ont eu lieu en 2021. Ces temps d'échanges en visioconférence permettent d'aborder des questions opérationnelles (groupements d'achat autonome, logistiques), administratives (gestion du reporting lié aux conventions et financements plan de relance) ou stratégiques (recherches de financement, plaidoyer et projet politique etc.).

Un calendrier pour l'année 2022 a été arrêté avec l'idée de **réunions mensuelles** animée par la coordinatrice nationale **réunissant les responsables d'antennes** et coanimé par un responsable d'une association locale, **une ou deux journées annuelles en présentiel** réunissant l'ensemble de la fédération et les responsables d'antennes afin d'approfondir des sujets stratégiques et **des réunions plus ponctuelles ouvertes à l'ensemble du réseau** en fonction des intérêts proposées et animées par les associations locales fondées sur l'échange de pratiques.

De nouvelles réunions mensuelles ont été mises en place spécifiquement **dédiés aux nouvelles antennes**. Il s'agit de moment d'écoute réciproque, d'échange, de partage de bonnes pratiques et de soutien mutuels souvent indispensables au démarrage du projet sur un nouveau territoire.

L'objectif de ces différents temps de rencontres dans l'année est de renforcer le sentiment d'appartenance au réseau VRAC et l'appropriation du projet politique, de partager les bonnes pratiques, de favoriser l'intelligence collective face à des difficultés rencontrées et de susciter les coopérations et l'entraide mutuelle favorisées par l'interconnaissance.

Les administratrices de la fédération ont organisé un petit-déjeuner dans les locaux d'Aquitanis en marge du congrès HLM. Ce temps d'échange avait pour objectif de convier l'ensemble des directions générales des principaux bailleurs sociaux dans les villes dans lesquelles le projet VRAC est implanté afin de mobiliser des financements locaux.

B. Accompagnement individuel

La fédération réalise un travail d'accompagnement individuel de chaque association du réseau qui est variable en fonction des périodes, de l'ancienneté des structures et des besoins de chacune d'entre elles.

Pour cette première année d'existence, un travail **d'écoute et de recensement des besoins** des associations du réseau et de ses attentes vis-à-vis du réseau a été réalisé de manière individuelle. Ce travail de collecte a mis au jour **un besoin d'harmonisation et de catégorisation des différentes sources d'approvisionnement afin de faciliter le travail de sourcing et d'élaboration de catalogues** que doit réaliser chaque VRAC Local. Ce travail a permis de créer un poste de chargé de mission dédié notamment aux questions d'approvisionnement.

L'accompagnement individuel revêt différentes formes :

- Conseils et écoutes sur la mise en place matérielle et opérationnelle de la structure
- Conseils et accompagnement sur l'orientation stratégique et le financement
- Participation aux entretiens de recrutement et/ou avis sur la présélection

- Participation à des réunions institutionnelles stratégiques (réunions financeurs/comité de pilotage...) en fonction des besoins
- Participation à des visites de terrain
- Soutien RH et écoute

C. Outillage

1. Communication

Afin de mieux comprendre les attentes des associations locales et d'explicitier le rôle d'accompagnement et conseils de la responsable communication de VRAC France, un entretien individuel a été mené avec chaque association locale durant l'été 2021. Ces entretiens ont permis **d'identifier les besoins en termes d'outils et de formations**. Il a également été question des usages des différentes associations, très variables en fonction des compétences, de l'ancienneté et des enjeux de chaque structure.

À la suite des entretiens, un **kit de communication** a été créé, permettant aux structures de gagner du temps et de bénéficier d'outils clés en main facilement modifiables. Le kit de communication est utilisable auprès du public de leurs adhérent-es et des habitant-es, ainsi que des partenaires publics ou financiers : présentation institutionnelle, affiche, flyer, carte de visite et éléments de langage.

Sept thématiques de formations ont été également identifiées. En 2021, les formations prioritaires pour les antennes ont été réalisées : création de supports visuels et relations avec les médias. Les autres seront réalisées en 2022.

Les formations ont lieu en visioconférence, à raison d'une par mois et sont ouvertes à l'ensemble des salarié-e-s intéressées par la thématique.

Un **accompagnement individuel** est également possible pour les antennes qui sollicitent la responsable communication sur des besoins spécifiques : stratégie relations presse en amont d'un événement, relecture d'un document, stratégie de communication globale, regard extérieur sur des éléments de communication... Plusieurs antennes ont sollicité cet accompagnement en 2021.

2. Numérique

Afin de faciliter les échanges entre les salarié-es des structures et entre les différentes antennes, il a été décidé une **migration de tout le réseau vers les outils Microsoft** (sharepoint, suite 365, teams et outlook), en pilotage et en animation par la fédération. De cette manière, la transmission d'informations, l'organisation des temps de formation, le partage d'outils ou encore les échanges informels sont facilités et se sont multipliés sur le deuxième semestre de l'année.

VRAC France est également l'interlocuteur de référence pour la plateforme de commandes commune Cagette.net, développée par Alilo. Elle a donc pour rôle de **centraliser et transmettre les demandes liées à la gestion opérationnelle de la plateforme**, et également de conduire avec Alilo les améliorations et modifications importantes de la plateforme. D'ailleurs, il est prévu au printemps 2022 que Cagette devienne une plateforme en marque blanche au nom de VRAC, ce qui permettra de faciliter les adaptations futures, tout en conservant les fonctionnalités actuelles.

3. Formations

En 2021, notre fédération a bénéficié de formations et en a dispensé à ses antennes.

VRAC France a intégré le réseau Ashoka en 2021 par l'intermédiaire de son fondateur délégué général. Ashoka est un réseau d'entrepreneuses et d'entrepreneurs sociaux portant des idées nouvelles pour

transformer la société. Ce «Fellowship» nous a donné accès à un programme d'accompagnement pour nous aider à faire face aux enjeux de changement d'échelle et de modèle économique de notre organisation. Les 4 sessions étaient centrées autour des modèles de développement d'impact, des facteurs clés de succès et d'échecs lié au changement d'échelle à partir du retour d'expériences et partage de bonnes pratiques. Cet accompagnement nous a permis de conforter nos intuitions sur notre stratégie d'essaimage et de développement.

Le réseau Ashoka va nous permettre de bénéficier d'accompagnement personnalisés au long cours en probono (coaching, services juridiques) dont certains pourront bénéficier à tout le réseau.

Des demandes de formations de la part des associations VRAC locales sont également formulées auprès de la fédération. Notre rôle est de recenser ces demandes et d'orienter nos collègues vers les solutions locales adaptées à leurs besoins telles que les formations financées par leurs OPCO, ou proposées par la médecine du travail par exemple pour les besoins concernant les fonctions supports ou logistiques (management, comptabilité, gestes et postures, etc.). Certaines formations davantage spécifiques à notre projet peuvent être dispensées en interne telles que formations numériques et communication (voir plus haut paragraphe 1 et 2) en fonction de nos compétences. D'autres formations vont être coorganisées avec l'aide d'une structure partenaire qui partagent les mêmes valeurs d'éducation populaire que les nôtres. Ce sera le cas cet été de la formation « artisan-ne de justice sociale » proposée à l'ensemble des salarié-es du réseau VRAC à l'été 2022 par l'association AequitaZ.

D. Séminaire national

Chaque année depuis 2018, un séminaire national réunit l'ensemble des salarié-es et une partie des administrateurs et administratrices du réseau à chaque fois dans une ville différente de France dans laquelle existe une association VRAC Locale. Le financement et la coordination de l'évènement a été repris cette année par la nouvelle fédération après avoir été portée précédemment par le Fonds de Dotation et la structure historique VRAC Lyon. Le co-portage de l'évènement se fait toujours avec la structure accueillante, cette année 2021 avec VRAC Toulouse.



En 2021, le séminaire national a réuni à Toulouse durant deux jours 48 participant-es, principalement des salarié-es du réseau mais également, les élus associatifs de VRAC Toulouse, une représentante de VRAC National et Mathilde Douillet, représentante de la Fondation Daniel et Nina Carasso.

Les objectifs étaient les suivants :

- Faire groupe, faire réseau, inclure les nouveaux salarié.es pour mieux travailler ensemble
- Permettre l'échange de pratiques, le partage d'outils opérationnels
- Partage d'information sur la stratégie, le projet politique, la communication et le plaidoyer



Nous avons proposé cette année une présentation « savante » du concept de démocratie alimentaire aussi qu'une présentation et un débat autour des enjeux du plaidoyer accès digne à une alimentation de qualité autour du livre « ensemble pour mieux se nourrir ». Par ailleurs, des ateliers pour réfléchir collectivement à la conscientisation des adhérent.es autour des questions de l'alimentation ont été mis en place ainsi qu'un exercice d'intelligence collective issue de technique d'éducation populaire pour élaborer des stratégies pour positionner les habitant.es au cœur du projet

Nous avons constaté une appétence et appropriation des salariés de la **dimension politique du projet**.



4. Approvisionnement

VRAC France a entamé un travail auprès des fournisseurs nationaux et internationaux communs aux différentes antennes VRAC, dans l'objectif :

- De **mieux connaître les manières de fonctionner des fournisseurs**, leur historique et leur éthique
- De (re)**présenter l'association et ses enjeux**, notamment l'objectif de définir un prix juste pour les producteurs, tout en prenant en compte le pouvoir d'achat réduit des adhérent(es)
- **D'harmoniser les pratiques et les conditions de vente** pour chaque antenne VRAC

Toutes ces informations seront centralisées dans **un catalogue de fournisseurs nationaux**. De cette manière, les antennes auront toutes les informations nécessaires pour constituer ou améliorer leur catalogue, et gagneront du temps de travail concernant la prospection.

En effet, ce travail permettra aux nouvelles antennes d'identifier les fournisseurs existants plus facilement, et d'accéder aux produits dans les mêmes conditions, malgré des volumes plus faibles sur les premières années. Cela permettra également au réseau d'être plus résilient en cas d'incapacité d'un fournisseur à fournir un produit, grâce à la prospection de différents fournisseurs constituant une alternative.

Une autre mission consiste à recenser les besoins les plus importants de chaque antenne afin de réaliser un travail de prospection de nouveaux fournisseurs pouvant travailler avec tout le réseau.

III. Communication, plaidoyer

A. Visibilité

1. Plaidoyer et coalition

VRAC connaît certes une croissance rapide, néanmoins, nous n'aurons jamais la capacité de développer le projet sur tous les territoires. Pour autant, il était important que le projet puisse atteindre une dimension nationale, qu'il puisse **être visible auprès des élu-es et décideurs**.

Parallèlement au développement, notre objectif est de nous appuyer sur notre expertise développée sur les différents territoires où l'association agit, afin de porter un plaidoyer dans l'optique de **faire évoluer les politiques publiques en direction d'un accès digne et durable à une alimentation de qualité pour toutes et tous**.

Ainsi VRAC participe activement au **COCOLUPA** (Comité interministériel de lutte contre la précarité alimentaire) et au groupe « Précarité Alimentaire » du **CNA** (conseil national de l'alimentation).

VRAC a aussi été auditionné par une commission interministérielle au sujet des « chèques alimentaires durables » et par des députés autour de la sécurité sociale de l'alimentation et par une délégation interministérielle.

VRAC France a rejoint **le Collectif pour une Sécurité sociale de l'alimentation en 2021** aux côtés de ISF-Agrista, du réseau CIVAM, du Réseau Salarial, de la Confédération Paysanne, du collectif démocratie alimentaire, des Ami-es de la Confédération paysanne, de L'atelier paysan, de l'Ardeur, de Mutuale et de l'UFAL.

Le principe d'une sécurité sociale de l'alimentation apparaît comme étant une alternative pertinente pour lutter contre les difficultés financières des ménages qui sont en précarité, tout en adoptant une vision systémique de la chaîne agricole et alimentaire plus égalitaire et respectueuses des producteurs-rices et consommateurs-rices. Le principe des caisses locales réunissant plusieurs acteurs permet de définir de manière démocratique les lieux de vente conventionnés et s'inscrit dans les enjeux de démocratie alimentaire que VRAC soutient. VRAC participe désormais aux rencontres et réflexions du collectif.

De plus, VRAC est membre fondateur d'une coalition (Secours Catholique, UGESS, CIVAM, Réseau Cocagne) pour porter d'une même voix cette problématique d'accès à l'alimentation en parallèle de l'expérimentation de coopérations territoriales « Territoires à VireS » (voir chapitre

Livres

Après « Femmes d'ici, Cuisines d'ailleurs » en 2017, « Restes d'enfance » en 2020, « **Ensemble pour mieux se nourrir** » est sorti en avril 2021 aux éditions Actes Sud.

« Ensemble pour mieux se nourrir » propose un tour de France des acteurs de l'aide alimentaire, où l'on peut découvrir les ressorts d'une solidarité à toute épreuve, mais aussi d'un véritable « business » pour certains. Ces rencontres sont relatées avec une profonde humanité sous la plume d'Alexis Jenni et elles sont étroitement mêlées aux analyses percutantes et très documentées de Frédéric Denhez. « Bienvenue dans les coulisses, parfois sordides, souvent lumineuses, de l'aide alimentaire en France. »

Le livre a obtenu le « Prix Mange Lille », prix présidé par François-Régis Gaudry.

2. Conférences et rencontres

Enfin, VRAC participe à de nombreux débats, à des conférences, ou tables rondes. Boris Tavernier, délégué général, était ainsi présent 79^{ème} Congrès du Parti Socialiste en septembre 2021.

Il participe également aux rencontres de la FAS (Fédération des acteurs de la solidarité) en octobre, à Cités en commun en avril...

Lorana Vincent, coordinatrice du réseau, apporte également la vision et l'expérience de VRAC lors d'une table-ronde portant sur la convergence entre les enjeux écologiques et les enjeux de justice sociale, et organisée par EELV dans le cadre des rencontres écologistes en vue de la primaire pour la présidentielle en 2021.

VRAC France participe également à l'événement Dialogues en Humanité, à un temps d'échange organisé par le réseau Impact autour de la transition alimentaire inclusive et à une rencontre interuniversitaire dans le cadre d'un séminaire de recherche autour de l'alimentation et des territoires organisé par l'université Jean Monnet et Lyon 2.

3. Presse

Sur l'année 2021, l'association a bénéficié d'une couverture médiatique dans une **vingtaine de médias**, dont une dizaine d'envergure nationale (Marianne, Libération, Le Monde, RFI, France Culture, We Demain, France Inter...). Certaines parutions ont permis également de faire connaître VRAC France dans des publications plus spécialisées telles que la revue Sésame ou Carenews.

La publication de l'ouvrage « Ensemble pour mieux se nourrir » a été l'occasion pour le délégué général de l'association de prendre la parole dans plusieurs médias.

→ C'EST PAS DU VENT

Les pauvres aussi peuvent manger sain et bio

Publié le 07/05/2021 - 14:39 Modifié le 07/05/2021 - 14:43

Audio 03:00

Photo: Anne-Cécile Bria

En France, 10 millions de personnes vivent dans la précarité et se nourrissent grâce à l'aide alimentaire. Inventus des supermarchés, surplus des industries agro-alimentaires, les pauvres mangent ce dont personne ne veut. Trop gras, trop sucrés, ces aliments entraînent obésité et maladies cardiovasculaires. Pourtant, il existe des alternatives.

Invités :

- Boris Tavernier, fondateur de Vrac
- Frédéric Demhez, cuisinier avec Alexis Jenni de Ensemble pour mieux se nourrir, dans la collection Domaine du Possible chez Actes Sud

RFI, *Les pauvres aussi peuvent manger sain et bio*
Octobre 2021

ALIMENTATION SOLIDAIRE

BORIS TAVERNIER LE CŒUR ET LA PATATE

Le délégué général de l'association Vrac ouvre depuis huit ans pour que les plus précaires aient accès à des produits de qualité.

Il est devenu un homme de confiance. Un homme qui a su transformer une idée en une véritable association. Un homme qui a su transformer une idée en une véritable association. Un homme qui a su transformer une idée en une véritable association.

Libération, *Le cœur et la patate*
Décembre 2021

B. Structuration de la communication VRAC France

Au cours de l'année 2021, l'association a créé un poste de responsable communication pour travailler à la **structuration des messages de l'association et au déploiement de la stratégie**. Les premiers mois ont permis à la responsable communication de faire un tour d'horizon des pratiques de communication de VRAC France : enjeux, pratiques de communication, réseaux sociaux utilisés, etc.

À la suite de cet état des lieux, une stratégie de communication a été posée et validée en équipe : objectifs sur l'année, cibles identifiées, messages clés, renforcement de certains supports et création de nouveaux, calendrier des actions à mener.

Dans un premier temps, l'enjeu principal est de **rendre visible le développement de VRAC et renforcer sa légitimité**, par son mode de fonctionnement et son développement sur de nombreux territoires, auprès des partenaires et acteurs institutionnels. L'objectif est également de proposer une nouvelle vision, **reposant sur l'accès à une alimentation de qualité, pour toutes et tous**, comme un rempart face à l'institutionnalisation de l'aide alimentaire et à la vision d'une alimentation au rabais pour les plus précaires.

Les premiers mois ont permis d'investir les réseaux sociaux avec une charte éditoriale construite en fonction des outils. Une page LinkedIn représentant la structure VRAC France a également été créée durant l'été 2021.

Quelques changements ont également été réalisés sur le **site internet** :

- Modification de la home page pour permettre d'intégrer les nouvelles associations locales
- Création de la page « vision et valeurs »
- Création de la page « équipe »
- Création de l'« espace presse »

Une **newsletter** a été lancée sur le dernier trimestre 2021. Elle est pensée comme un relai supplémentaire du développement de VRAC France, des actions menées en local par les 13 associations et des messages politiques portés par la structure.

C. Campagne de collecte

Pour la première fois cette année, VRAC France a souhaité mettre en place une **campagne de collecte de dons** sur le mois de décembre en prospection, puisque l'association ne bénéficie pas encore d'un socle solide de donateurs. Elle a été diffusée exclusivement sur les canaux digitaux, afin de maîtriser les coûts de diffusion.

Le mécanisme et les visuels de la campagne a été créé par l'agence Résonance publique, qui a accompagné l'association sous forme de mécénat de compétences.

Les messages de la campagne se sont appuyés sur **la notion de justice alimentaire**, plus mobilisatrice et plus facile à appréhender pour le grand public. Les déclinaisons s'appuyaient sur le nonaccès à une alimentation de qualité pour les habitant-es des quartiers populaires, en s'appuyant sur des verbatims inspirés de situations qui peuvent être vécues par les adhérent-es de VRAC et des exemples très concrets.

Au-delà de la collecte de dons, cette campagne a permis aussi à l'association d'affirmer des messages plus politiques autour de plusieurs points clés : le manque d'accès aux produits locaux dans les quartiers populaires, l'exposition accrue à des risques de maladies chroniques, l'absence d'offre de qualité dans les quartiers populaires et le coût excessif des produits de qualité versus les produits bas de gamme moins chers.

La diffusion de la campagne a ensuite été réalisée par l'équipe de VRAC France avec le soutien des associations locales qui ont également relayé la campagne sur leurs propres canaux de diffusion.

La campagne s'est déroulée **exclusivement en ligne**, sur les **réseaux sociaux de VRAC France** et par la **newsletter**. Différents relais ont également été sollicités telles que des structures partenaires (Fondation la France S'Engage, Ashoka...) ou des productrices de contenu sur Instagram.

Sept personnes ont accepté de relayer la campagne sur leur compte Instagram. Leurs relais ont permis de toucher un nouveau public qui ne connaissait pas l'association, mais aussi de faire passer différemment les valeurs de VRAC grâce à une réappropriation de nos messages clés par les créatrices de contenu. Un live a également été organisé sur le compte de l'une des soutiens, avec une interview du délégué général de VRAC.





Visuels de la campagne



Exemples de partages de la campagne sur Instagram

IV. Projets transversaux

A. Territoires à Vivres



Le projet, coordonné par le Réseau Cocagne, VRAC, UGESS, CIVAM Secours catholique Caritas France organise **4 expérimentations territoriales de "Territoires à Vivres"** afin de permettre aux publics précaires de coconstruire et de participer à des dispositifs d'accès digne à une alimentation durable.

Ce projet entend contribuer au **développement de systèmes alimentaires territoriaux durables, inclusifs et démocratiques** dans une perspective de co-construction de l'action publique et de transformation sociale.

Il s'appuie en outre sur trois axes structurants : **Le développement de filières agricoles durable, l'économie de la coopération et la démocratie alimentaire.**

Ce projet a bénéficié d'un important soutien du plan stratégie de lutte contre la pauvreté du plan de relance national. Il déploie une ingénierie de coopération territoriale pendant deux ans (2021 / 2022) sur 4 terrains d'action : Toulouse, Métropole de Montpellier (plus largement échelle régionale Occitanie), Métropole de Lyon et Métropole Aix – Marseille.

VRAC France est devenue cheffe de file au côté de l'UGESS et de Cocagne pour l'expérimentation lyonnaise sur le volet démocratie alimentaire et faire partie du comité national du projet.



B. Collectifs adhérents

L'année 2021 a également été marquée par la création de deux **collectifs adhérent-es**. Ce sont des espaces dédiés aux adhérent-es de VRAC et créés pour discuter des injustices qu'ils peuvent vivre en matière d'**accès à l'alimentation** : difficultés d'accès géographique, absence d'une offre de produits de qualité sur leur territoire, limites financières, arbitrages entre alimentation, santé et logement...

Le projet est mené en collaboration avec deux associations locales : **VRAC Lyon Métropole** et **VRAC Paris**. En septembre 2021, trois salariées du réseau VRAC ont été formés par l'association Aequitaz à

la mobilisation des personnes autour des question de justice sociale, à la mobilisation citoyenne, aux techniques d'animation...

Ce projet permet de poursuivre la politisation et les échanges forts que les équipes peuvent avoir avec les adhérent-es pendant les temps de distribution en **créant des lieux d'expression dédiés**. Il viendra également **nourrir le plaidoyer de VRAC France** auprès des acteurs politiques et institutionnels. Les premières problématiques partagées par les adhérent-es concernent la difficulté d'accessibilité géographique et les stratégies d'approvisionnement mises en place pour acheter les produits dans plusieurs lieux, le prix des produits, la qualité de l'alimentation (notamment donnée aux enfants), l'alimentation comme variable d'ajustement lorsque le budget est très restreint et les conséquences d'une alimentation de mauvaise qualité sur la santé (maladies, pesticides...).

En fin d'année 2021, une rencontre a été organisée sur chacun des territoires. Le projet se poursuit en 2022. Ces rencontres sont coanimées par une chargée de mission du territoire et la chargée de communication, et s'appuie sur les techniques d'animation de d'éducation populaire et du *community organizing*. Elles sont pensées pour laisser le plus possible la parole aux adhérent-es et construire un projet qui corresponde à leurs attentes et à leurs questionnements.



Rencontre avec le collectif adhérent de VRAC Paris

novembre 2021

VRAC Universités

L'année 2021, malgré les restrictions sanitaires ayant entraîné la fermeture des campus sur une grande partie de l'année, a vu se poursuivre les distributions étudiantes à proximité de deux campus de l'Université Lyon 2, et les premières distributions de VRAC Bordeaux à l'Université Bordeaux Montaigne. Ainsi, ce sont environ **460 étudiants qui ont pu bénéficier des produits VRAC sur l'année scolaire 2020-21**. Des études ont également été réalisées afin de mieux comprendre les habitudes alimentaires étudiantes à Lyon et Bordeaux, et d'évaluer leur éventuel intérêt au projet VRAC Universités. Prenant conscience des difficultés pour connaître les initiatives alimentaires à destination des étudiants, VRAC Lyon a travaillé avec la Métropole pour la réalisation d'une cartographie des distributions et autres actions de lutte contre la précarité alimentaire.

A l'été 2021, **deux nouvelles antennes ont décidé d'expérimenter le projet étudiant** : Strasbourg et Rennes. Ces villes vont voir se lancer des distributions VRAC Universités au cours de l'année scolaire 2021-2022.

La majorité des financements sont gérés au niveau national : Direction Générale de la Cohésion Sociale (DGCS), fondation Unitiative (via la fondation FAMAÉ) et Fondation la France s'Engage. Le reporting et le suivi de ces financements sont ainsi pilotés par VRAC France.

Grâce au financement exceptionnel de la Fondation la France s'Engage, les quatre antennes VRAC Universités (Lyon, Bordeaux, Rennes et Strasbourg) vont pouvoir proposer des remises aux étudiants afin qu'ils aient accès aux produits de qualité en dessous du prix coûtant. Le premier concours de cuisine étudiant aura lieu à Lyon au printemps 2022.

Des temps d'échanges et de partage de connaissance sont aussi organisés avec les antennes afin de discuter de différentes thématiques : spécificités à l'implantation sur un campus étudiant, recherche de financements, animations, mobilisation bénévole, etc.

V. Perspectives

A. Essaimage

VRAC Montpellier, VRAC Hauts-de-France, VRAC Drôme et VRAC Finistère ont vu le jour en 2021. D'autres projets sont en discussion (Nanterre, Cergy, Arles, Avignon, Grenoble, Caen, Ardennes...), notamment VRAC Bruxelles qui sera la première antenne hors France !

L'essaimage d'antennes VRAC au sein du territoire national implique nécessairement la construction et l'animation du réseau des associations VRAC, qui comprend l'inclusion progressive de nouvelles structures.

VRAC est un projet jeune, qui a connu une croissance forte. Les intérêts des territoires pour le projet continuent aussi de s'accroître. Il nous est impossible de répondre à l'intégralité de la demande.

Nous privilégions un développement sur les territoires urbains. Nous expérimentons le lancement d'une antenne en milieu rural, dans la Drôme. Cette expérimentation nous montre les difficultés de s'implanter en milieu rural du fait du manque d'acteurs, de financeurs, et du faible patrimoine de logements sociaux. Un bilan sera réalisé début 2023.

B. Capitalisation

Les antennes VRAC ont développé de nombreuses pratiques au fil des années, et les demandes d'information au sujet du modèle de VRAC de la part des territoires sont de plus en plus nombreuses. Il y a donc un **enjeu à formaliser et capitaliser les connaissances et pratiques existantes** :

- Pour envisager un **essaimage plus souple** via la **création de supports vidéos** présentant la structure et la manière de lancer son réseau de groupements d'achat,
- Pour faciliter **l'accompagnement des nouvelles antennes VRAC**, via la **conception d'un manuel opératoire** rassemblant des chiffres clés et les pratiques pour la création et la gestion d'une antenne VRAC (gouvernance, ressources humaines, logistique, numérique, mobilisation partenariale et habitante, etc.).

Ces outils, qui seront finalisés en 2022, seront de précieux éléments de valorisation et de transmission du projet VRAC, dans un contexte de forte demande des territoires pour le développement de projets de lutte contre la précarité alimentaire. Pour cela, nous nous appuyerons sur les membres du réseau des antennes VRAC, ainsi que sur différents partenaires : Scale Changer (accompagnement au changement d'échelle), une agence de production, une facilitatrice graphique, etc.

1. Manuel opératoire

Le manuel opératoire est un document écrit qui rassemblera l'ensemble des informations et bonnes pratiques nécessaires au montage et à la gestion d'un réseau de groupements d'achat solidaire. Il décrira avec précision chaque étape de lancement du projet : mobilisation des financeurs, création de l'association, relations partenariales, mobilisation des habitants, prospection et constitution du catalogue, fonctionnement opérationnel, développement d'animations, etc.

Il est prévu de faire appel à une facilitatrice graphique afin d'améliorer la compréhension du « système VRAC » par des schémas de clarification.

2. Capsules vidéo

Les capsules vidéo décriront les principales étapes du montage d'une association VRAC. Contrairement au manuel opératoire, destinés aux porteurs qui lanceront effectivement un projet, ces vidéos seront informatives et permettront à différents acteurs territoriaux de comprendre les tenants et aboutissants du projet de VRAC.

8 capsules vidéo sont prévues, décrivant : la présentation et genèse du projet, le montage financier, la mobilisation habitante et l'ancrage territorial, la recherche des produits et le lien avec les producteurs, le fonctionnement opérationnel, la gestion associative et des ressources humaines, les animations périphériques, ainsi que les missions de VRAC France.

Ces vidéos seront principalement constituées d'interviews de salariés et administrateurs du réseau VRAC, mais également d'aperçus de distributions, dégustations, concours de cuisine, ou encore visite de l'exploitation d'un producteur.

C. Assemblées citoyennes

Les collectifs adhérent-es poursuivent leur cheminement en 2022 sur les territoires de Lyon et de Paris. Pour poursuivre les échanges et les réflexions des deux groupes, nous envisageons des rencontres avec des paysan·nes, des rencontres avec d'autres acteurs associatifs... La suite du projet se construit avec les adhérent-es en fonction de leurs attentes.

Il est également envisagé d'organiser des **temps de rencontres communs aux deux collectifs** pour permettre aux adhérent-es de se rencontrer, partager leurs réflexions et questionnements, leurs avancées. Cette rencontre pourrait prendre forme d'une assemblée citoyenne et pourrait aboutir à des propositions concrètes reprises par le plaidoyer de VRAC France.

D. Habilitation aide alimentaire

VRAC France a reçu en juillet 2021 **l'habilitation au titre de l'aide alimentaire** de la part du **ministère des Solidarités et de la Santé**, permettant à l'association de demander des contributions publiques destinées à la mise en œuvre de l'aide alimentaire, c'est-à-dire l'achat de denrées alimentaires pour des personnes en situation de vulnérabilité économique et/ou sociale. Cette habilitation vaut ainsi pour toutes les antennes du réseau, qui pourront aussi demander des financements au niveau local.

Concrètement, ces financements permettront aux différentes antennes VRAC de développer des actions auprès de publics en grande précarité, en proposant des produits de qualité en dessous du prix coûtant auquel ils sont disponibles aujourd'hui.

Des temps d'échanges ont eu lieu avec la DGCS pour appréhender au mieux cette habilitation, et un premier groupe de travail a été organisé avec les antennes VRAC afin d'évoquer les pistes d'action et d'aborder la manière de les mettre en place (identification des publics précaires, intégration aux distributions VRAC, etc.).

En effet, la mise en place de ces actions pose des questions sur le fonctionnement actuel, basé sur le déclaratif et la non-stigmatisation des publics. De plus, il faudra adapter les organisations aux exigences de l'habilitation : récolte de données plus poussées, mise en place de normes d'hygiène et de sécurité plus strictes, traçabilité ou encore accompagnement social des publics.

E. Etude d'impact URBAL

VRAC va bénéficier d'une étude d'impact au cours de l'année 2022 dans le cadre du programme **URBAL**. Une chargée de recherche a été recrutée au sein de l'association VRAC Lyon Métropole pour s'attacher à **étudier l'impact de la structure VRAC historique à Lyon**.

Les résultats du programme d'étude nourriront l'ensemble du réseau ainsi que les associations à naître et permettront éventuellement d'orienter / réorienter certaines actions.

Développée depuis 2018, URBAL est une méthode participative de suivi-évaluation des impacts des innovations alimentaires. Le projet est centré sur les innovations alimentaires en milieu urbain, dont les bassins de consommation concentrent les problèmes de durabilité. Mais ce milieu est aussi particulièrement fertile pour les innovations alimentaires, et les territoires urbains apparaissent comme des échelons de pouvoir particulièrement actifs en faveur de la transition, comme en témoigne la signature du Milan Urban Food Policy Pact par plus de 200 métropoles mondiales.

L'objectif d'URBAL est d'aider les porteurs d'innovations, les décideurs politiques et les bailleurs en position de les soutenir à mieux connaître, anticiper et évaluer leurs impacts, autrement dit, leurs effets à relativement long terme. Cette évaluation est basée sur le concept de chemin d'impact. Elle est qualitative, dans le sens où son objectif n'est pas de quantifier des impacts, mais d'identifier et de représenter, sous la forme de cartes cognitives, des chaînes causales qui relient les activités (ce que font concrètement les innovations) à leurs conséquences. Il est nécessaire de distinguer les effets directs (produits ou *outputs*), de moyen terme (résultats ou *outcomes*) et de plus long terme (impacts), tout en identifiant les conditions du passage entre chaque étape. Des conditions de réussite nécessaires ou facilitatrices, des obstacles ou des freins peuvent alors être identifiés.

Association VRAC France

11 rue docteur Ollier

69100 Villeurbanne

www.vrac-asso.org

contact-france@vrac-asso.org