

CR commission approvisionnement

13 février 2024

Présent-es :

- Jennifer (Saint-Priest)
- Roméo (Saint-Priest)
- Philippe (Oullins)
- Chantal (Vaulx)
- Marie-Hélène (Vénissieux)
- Muriel (Bron)
- Martin (VRAC)
- Téliau (VRAC)
- Anna (VRAC)

Retour sur le stand des Minguettes :

Première édition du stand approvisionnement en distribution s'est déroulée aux Minguettes en décembre, portée par Marie-Hélène et Ouarda ainsi qu'Anna.

En termes d'organisation :

Idéal d'être à 2 minimum voire plus si les animateur.trices du stand sont également bénévoles lors de la distribution. En décembre, Anna était fixe au stand pendant que Marie-Hélène et Ouarda servaient les adhérent-es, les questionnaient sur les débats lancés par la commission appro puis les réorientaient vers le stand. Les adhérent-es qui passaient pouvaient donner leur avis directement ou bien l'écrire sur un papier et le déposer dans la boîte à sondage (anonymat, gain de temps, etc.)

A RETENIR : pratique d'avoir une personne de VRAC pour organiser le stand en amont et tenir le stand sur place. Si indisponibilité des salarié-e lié-es à la commission, voir pour un « stand » plus autonome qui peut être placé à la caisse (rappel des questions débat de la commission par le-la chargé-e mission qui encaisse) ou bien sur l'aide d'un-e adhérent-e présent-e à la commission mais issu-e d'un autre groupement, qui se déplacerait exceptionnellement.

DECISION : Prochain stand porté par Roméo et Jennifer à Saint-Priest pour la distribution de mars. Voir au sein de l'équipe salariée ou de la commission qui peut venir aider en plus. Ramener la boîte de sondage à Saint-Priest. Créer un groupe whatsapp avec les animateur.trices du stand pour s'organiser facilement en amont. Communiquer auprès des adhérent-es du groupement en amont pour le prévenir de la venue de la commission appro à la distribution de mars.

En termes de contenu :

Par rapport au débat laissé en suspens en novembre sur la moutarde biologique ou conventionnelle, 10 sur les 13 votants ont opté pour la moutarde biologique, priorisant l'aspect qualitatif du produit à l'aspect économique. Le nombre de votant n'offre pas un regard représentatif sur l'avis global des adhérent-es, mais de nouveaux éléments ne laissent plus tant le choix à la commission sur le produit.

En effet, dans le cadre du financement MMPT lié à la mise en place de la 3^{ème} tarification, les produits vendus par VRAC doivent maintenant tous être labellisés. Donc impossibilité de proposer de la moutarde conventionnelle même si fabriquée à partir de graines françaises. Pour autant, souhait persistant des adhérent-es de connaître la composition exacte de la moutarde proposée.

DECISION : Proposer la moutarde biologique mais seulement une fois par trimestre. L'écrire sur l'intitulé produit sur cagette pour prévenir les adhérent-es (comme ça avait été fait pour le beurre limité à 2 palettes par foyer). Tenter de recontacter la maison Delouis pour avoir plus d'infos à communiquer sur la composition (colorants, conservateurs, etc. ?). Glisser tout de même le produit dans l'enquête adhérent-es.

Autre sujet de débat, l'assouplissant, que les adhérent-es sondés n'ont pas reconnu comme produit essentiel au catalogue. Préfèrent trouver d'autres produits ménagers que celui-ci si possibilité d'ajout (vinaigre blanc, nettoyant multi-surface, savon noir).

DECISION : conserver le savon noir en offre ponctuel comme décidé à la dernière commission, et ne pas proposer l'assouplissant, ni au catalogue ni dans l'enquête adhérent-es.

Petits sujets en vrac :

Les amandes en rotation :

Voici quelques chiffres tirés des données cagette de 2022-2023, qui ont permis de prendre une décision sur la rotation des amandes par référence produit.

Produits	Prix VRAC	Panier moyen	Coup de pouce	Quartier	Hors quartier	Volume
Amandes avec peau	13,85€	13,10€	7,3%	70,3%	22,3%	641 kg
Amandes émondées	16,20€	15,50€	10%	63,5%	26,5%	80 kg
Amandes en poudre	15,60€	15,05€	9%	65%	26%	160 kg

DECISION : Maintenir les amandes avec peau tous les mois et instaurer une rotation entre les amandes émondées et amandes en poudre un mois sur deux.

Les produits SEB :

3 produits SEB prochainement proposés :



Plat au four = 7 €



Poêle = 11 €



Tupperware = 8 € les 3

Thé vert Destination :

Arrêt définitif de la référence « Thé Vert au Jasmin » par le fournisseur Destination. Selon leur catalogue, la seule autre alternative possible en thé vert est la référence « Thé Vert Gunpowder », légèrement plus cher (3,65€ TTC les 100g au lieu de 3,45€ TTC pour l'ancienne réf). En revanche, cette

nouvelle référence est certifiée commerce équitable en plus de biologique à l'inverse de l'ancienne qui n'était « que » bio.

DECISION : Ecoulement du reste du stock de thé vert jasmin, puis Martin repassera commande pour la nouvelle référence.

Remises produits GRAVIER janvier – février :

Deux gammes de produits proposées pour des remises à -50% sur les prix initiaux : Harmonie Verte (produits ménagers) et Cosmonaturel (produits de soins)

DECISION : pas de produits Harmonie verte choisis car offres jugées non intéressantes. On reste sur les produits déjà au catalogue en plus du savon noir ajouté en avril en rotation un mois sur trois.

En ce qui concerne les produits de soins, débat sur le format des produits : est ce que les shampoings / gels solides vont autant plaire que les produits habituels liquides ? Sachant que l'on arrive bientôt à une rupture de stock des shampoings gel douche liquide et que le produit n'étant plus en remise, il n'est pas convenu d'en recommander comme tel. Le choix réside donc entre ne rien commander ou commander en format solide (shampooing douche liquide actuel = 4,75€ TTC & Gel/shampooing douche solide en remise = 3,65€ TTC)

DECISION : Faire un test en quantité modérée commandée avec les produits solides, et selon l'attrait des adhérent-es pour ces nouveaux produits, à voir pour la prochaine commande selon les prochaines remises qui seront proposées (solides et/ou liquides). Produits choisis : Shampooing cheveux normaux et Shampooing antipelliculaire ; Gel douche au beurre de karité et Gel douche aloe vera.

Huile de tournesol / colza :

Huile d'olive de plus en plus cher, et difficile de minimiser l'inflation. Retours supplémentaires sur le fait qu'à la cuisson, cette huile n'est pas la plus intéressante puisqu'elle perd ses propriétés lorsqu'elle est portée à ébullition. Souhaits évoqués par des adhérent-es de voir proposer de l'huile de colza et/ou de tournesol à VRAC.

DECISION : Ces produits seraient plus simples à trouver en local, donc vigilance sur le choix du producteur si vient à être proposée au catalogue et critère de conditionnement en 5L. Pourquoi pas à proposer en alternance colza/ tournesol/olive sur les groupements d'achat une fois la prospection et l'étude de faisabilité faites ; ou en alternance colza/tournesol en gardant toujours l'huile d'olive si le projet de marché voit le jour. Pour aller plus loin dans le débat, revenir avec plus d'information. En attendant, pourquoi pas glisser cette idée dans l'enquête adhérent-es. Et si l'idée voit le jour, important de communiquer sur les rotations car l'huile d'olive est toujours un produit très demandé et consommé à VRAC.

Préparation d'une enquête adhérent-es :

Contexte de l'enquête :

En théorie, dès septembre 2024, un marché de produits frais sera testé sur 6 groupements d'achat VRAC en parallèle des distributions. Ce nouveau format combiné (marché de produits frais +

distribution produits secs et habituels) aurait pour objectif de rendre accessible (prix abordables) des produits frais et locaux de qualité (fruits et légumes principalement) aux habitant-es des quartiers populaires, aux étudiant-es et aux personnes vivant la précarité sur la métropole de Lyon.

- Rappel sur les critères MMPT : Tous les fruits, légumes et légumineuses, ainsi que les produits sous label de qualité (voir ci-dessous)

Annexe 1 : Prise en considération des labels

Une importance particulière sera portée sur les modes de production des denrées. L'approvisionnement de denrées résultant d'un mode de production durable, c'est-à-dire alliant respect de l'environnement, respect des conditions de travail des salariés mais aussi sans utilisation d'intrants nocifs pour la santé des consommateurs, sera souligné par la présence de labels ou de mentions précises, en accord avec le périmètre de la loi EGALIM. Sont donc concernés :

- Les SIQO (signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine), gérés et contrôlés par l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité), à savoir : Label rouge, l'AOC, l'AOP, l'IGP et le STG.
- La mention « fermier » ou « produit de la ferme » ou « produit à la ferme »
- L'écolabel Pêche Durable
- Certifications environnementales de niveaux 2, et 3 (mention HVE « Issu d'une exploitation à Haute Valeur Environnementale »)
- Le logo RUP « Région ultrapériphérique »
- La mention « issu du commerce équitable » - La certification européenne AB « agriculture biologique »

REMARQUE : Si le projet de marché sur les groupements voit le jour comme convenu, prévenir à l'avance les adhérent-es sur les produits frais vendus via ce marché même s'il n'y aura pas de pré-commande. Peut-être glisser l'information dans le mail d'alerte d'ouverture des commandes.

Dans le cadre de ce nouveau projet, l'idée étant d'élargir la gamme de produits frais proposés par VRAC, il paraît pertinent de faire une enquête auprès des adhérent-es VRAC pour savoir quels produits frais ces dernier-es souhaiteraient retrouver sur ces marchés.

Contenu de l'enquête :

A donc été discuté lors de cette réunion le contenu de l'enquête à destination des adhérent-es. L'idée étant de faire un premier sondage sur les produits qu'ils aimeraient retrouver sur les marchés, 4 grandes familles de produits frais ont été proposées. Les adhérent-es de la commission devaient ensuite chacun énumérer 3 produits dans chaque famille qu'ils auraient souhaité voir aux marchés.

- Légumes : de saison (+), pas trop diversifiés, tomate, haricots verts, brocolis, artichaut, carottes, maïs, pomme de terre,
- Fruits : de saison (+), pas trop diversifiés, fraises, noix, pruneaux, framboises, pommes (++) , raisin, kiwi
- Crèmerie : yaourts brebis / chèvres (+), roquefort, bleu, crème, raclette, brie, mont d'or, fourme de Montbrison
- Boulangerie : complet (+), bio (++) , au noix, multi-céréales, qui se conserve type seigle / épeautre / graines, au levain, campagne

**(+) : idée revenue à plusieurs reprises*

Remarque : les adhérent-es ont souligné l'idée d'ajouter une catégorie « Autre » à la liste des propositions, afin de laisser libre court aux souhaits / idées des enquêtés et potentiellement faire émerger une catégorie de produits que nous aurions omise.

Ces données récoltées seront traitées prochainement pour la construction de l'enquête, et un retour d'un premier brouillon travaillé sera partagé aux membres de la commission avant partage pour une re discussion éventuelle.

DECISION : Membres de la commission relayeront aussi l'enquête adhérent-es auprès de leur groupement respectif lorsqu'elle sera prête. Pour les prévenir, faire une alerte whatsapp sur le groupe de la commission appro.

Assemblée générale – inscription du cadre officiel de la commission :

AG prévue le 4 mai 2024 pour élire les membres représentants. La proposition à ce stade est la suivante :

« L'assemblée générale élit un groupe de 6 à 12 adhérent-es sous le nom de Commission Approvisionnement. Cette commission est animée par le Chargé de mission Logistique (en lien avec les Chargé-es de mission Groupements d'achats) et se réunit quatre fois par an. La commission a pour rôle de veiller à la représentativité du catalogue de l'association par rapport aux besoins exprimés par les adhérent-es. Ainsi, la commission tâchera, du mieux possible, d'élire des membres représentatifs de la diversité des adhérent-es de VRAC Lyon Métropole (adhésion quartier ou solidaire, âge, sexe, localisation du groupement d'achats). Ses membres jouent le rôle de relai entre l'ensemble des adhérent-es et l'équipe salariée et participent à faire vivre la vie démocratique de l'association sur les questions relatives à l'approvisionnement. »