

MODÈLE ÉCONOMIQUE D'UNE ÉPICERIE SOCIALE

🕒 7 minutes

POUR QUI ?



épicerie



restaurant



colis



frigo

Gestion et budget



Une épicerie sociale, comment ça marche ? 2

SYNTHÈSE

L'épicerie du coin de la rue, le supermarché de quartier et l'hypermarché de banlieue fonctionnent tous sur le même modèle. Le principe du commerce consiste à réaliser une marge sur la revente des produits.

Le principe de base d'une épicerie sociale consiste à proposer des produits de consommation courante à bas prix à des personnes en difficultés socio-économiques. Pour ce faire, l'épicerie sociale va acheter des produits à un certain prix et les revendre à un prix inférieur.

Chaque épicerie sociale détermine en interne les réductions qu'elle applique sur les prix de vente, en fonction de ses objectifs, de ses sources d'approvisionnement et de ses moyens financiers.

Légende



astuces conseils



info pratique



retour du terrain



important

Retrouvez les fiches sur :

www.fdss.be/caa-fiches-outils



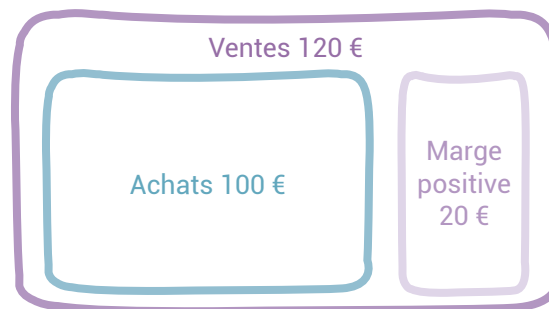
UNE ÉPICERIE SOCIALE, COMMENT ÇA MARCHE ?

Pour bien comprendre le fonctionnement d'une épicerie sociale, il est important de commencer par se pencher sur le modèle économique d'une épicerie conventionnelle.

ÉPICERIE CONVENTIONNELLE

L'épicerie du coin de la rue, le supermarché de quartier et l'hypermarché de banlieue fonctionnent tous sur le même modèle : ce sont des sociétés qui achètent des produits à des fabricants ou producteurs, les présentent dans des rayons et les vendent à des consommateurs et consommatrices. Il y a donc achat et puis vente de ces produits. Le principe du commerce - s'il faut encore l'expliquer - consiste à réaliser une marge sur la revente des produits. Ainsi, dans l'exemple ci-dessous, l'épicerie achète des produits pour 100 € et les revend pour 120 € : elle réalise une marge de 20 €.

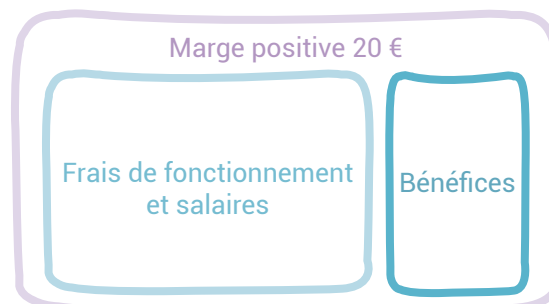
Schéma 1 : Modèle économique simplifié d'une épicerie conventionnelle



L'épicerie conventionnelle achète des produits pour 100 € et les revend pour 120 € : elle réalise donc une marge de 20 €.

Comme expliqué ci-dessous, la marge, c'est-à-dire la différence entre les achats et les ventes, va permettre de payer les frais de fonctionnement (loyers, assurances, transports, etc.) et les salaires. En plus, la société réalisera une marge nette, c'est-à-dire un bénéfice sur l'opération.

Schéma 2 : Marge positive d'une épicerie conventionnelle



La marge va permettre de payer les frais de fonctionnement (loyers, assurances, transports, etc.) et les salaires. En plus, la société réalisera un bénéfice sur l'opération.

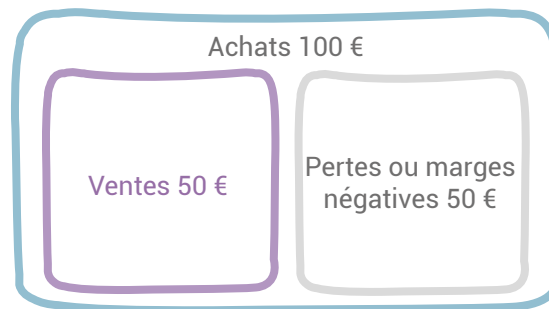


ÉPICERIE SOCIALE

Dans le cas de l'épicerie sociale, on travaille autrement car les objectifs sont avant tout sociaux. Le principe de base d'une épicerie sociale consiste à proposer des produits de consommation courante à bas prix à des personnes en difficultés socio-économiques. Pour ce faire, l'épicerie sociale va acheter des produits à un certain prix et les revendre à un prix inférieur. En pratique, il existe différentes manières de fixer les prix de vente dans une épicerie sociale (voir ci-dessous).

Par exemple, une épicerie sociale va vendre 50 € des produits qu'elle aura préalablement achetés 100 €. Elle va donc générer une perte de 50 €, soit une marge négative dans l'opération d'achat-vente.

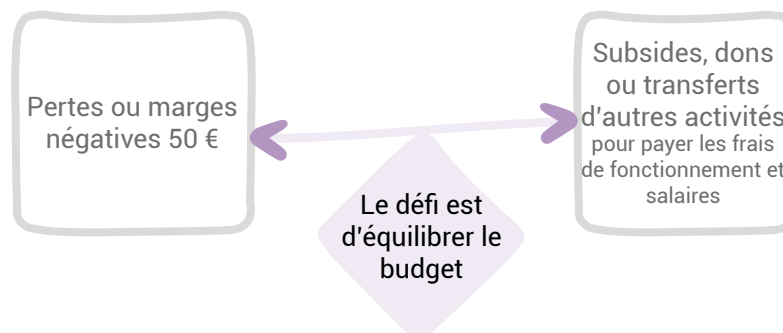
Schéma 3 : Modèle économique simplifié d'une épicerie sociale



L'épicerie sociale achète des produits pour 100 € et les revend pour 50 € : elle réalise une perte de 50 €.

Pour comprendre de manière plus précise le modèle économique d'une épicerie sociale, le schéma 4 montre que la présence d'une marge négative oblige les porteurs de projet à trouver d'autres moyens pour financer les frais de fonctionnement, les salaires, mais aussi les marchandises. Pour équilibrer le budget d'une épicerie sociale, il faut donc trouver, de manière complémentaire à la vente, d'autres entrées d'argent. Ce seront, par exemple, des subsides récurrents, des entrées générées par d'autres activités et/ou des transferts de fonds d'autres entités, d'autres départements ou d'autres organisations comme un CPAS.

Schéma 4 : Marge négative d'une épicerie sociale





PRIX DE VENTE

Chaque épicerie sociale détermine en interne les réductions qu'elle applique sur les prix de vente, en fonction de ses objectifs, de ses sources d'approvisionnement et de ses moyens financiers. Les retours de terrain révèlent une grande diversité de pratiques : les épiceries sociales appliquent un prix de vente oscillant entre 10% et 100 % de la valeur des produits achetés par l'épicerie sociale et entre 0 % et 30 % de la valeur des produits reçus en dons.

Le prix de vente des produits peut être calculé de différentes manières :

- **Prix valorisé (marge positive)** : le produit est vendu avec une marge appliquée au prix d'achat, mais cette marge est réduite par rapport à celle appliquée par la grande distribution
- **Prix coûtant (sans marge)** : le produit est vendu au prix d'achat
- **Prix réduit (marge négative)** : le produit est vendu moins cher que son prix d'achat ; son prix est réduit de 10 % à 90 % par rapport au prix des produits similaires vendus en grande surface
- **Dons alimentaires** : les produits reçus gratuitement peuvent être distribués gratuitement ou revendus à faibles prix, notamment pour couvrir les frais logistiques



Les produits FSE+¹ ne peuvent être revendus ; ils doivent impérativement être donnés gratuitement et présentés dans une étagère séparée des autres produits.

Prix de vente	
Epicerie sociale CPAS de Charleroi – Passage 45	Calcul prix de vente Quatre familles de produits avec différents prix de vente : <ul style="list-style-type: none"> • Produits Soli-Food : revente au prix d'achat (entre 30 et 50% de réduction par rapport au prix du magasin d'où le produit provient). • Produits Goods to Give : vente à maximum 17% du prix pratiqué dans la grande distribution. • Produits achetés via marché public : environ 70% du prix pratiqué dans la grande distribution. • Produits "traiteur" (plats préparés cuisinés par le CPAS) : 2,45€/kilo donc ± 40 à 50% du prix pratiqué dans la grande distribution.
Epicerie sociale Croix-Rouge Ouvre-Boîtes	50 % du prix d'achat 50 % du prix de vente pratiqué dans la grande distribution
Supérette sociale Les Capucines	<ul style="list-style-type: none"> • Prix coûtant pour les produits achetés à prix réduits. • 10 ou 20 % du prix de vente en grande distribution pour les dons.

Une vigilance constante dans le calcul des prix de vente est indispensable, en raison des variations fréquentes des prix d'achat de certains produits.

¹ Le Fonds social européen plus (FSE+) est le principal instrument dont dispose l'Union européenne (UE) pour investir dans le capital humain et soutenir la mise en œuvre du socle européen des droits sociaux. <https://european-social-fund-plus.ec.europa.eu/fr/quest-ce-que-le-fse>