



**REPIS**

**Etude**

**Etat des lieux sur  
les épiceries sociales**

**et**

**création**

**d'un Réseau d'épiceries sociales  
en Wallonie et à Bruxelles**

Avec le soutien de :



**POD** | Maatschappelijke Integratie  
**SPP** | Intégration Sociale





**CREDAL CONSEIL**

**Fabrice Adam**

**Sous la direction de Bernard Horenbeek**

**Avec l'aide de Charlotte Charbonnier**

**Place de l'Université, 16**

**1348 Louvain la Neuve**

**Belgique**

**00-32- (0)-10/48.34.78**

**[fabrice.adam@credal.be](mailto:fabrice.adam@credal.be)**

**FCSS**

**Alexandre Chaidron**

**Sous la direction de Hugues-Olivier Hubert**

**Rue Gheude, 49**

**1070 Bruxelles**

**Belgique**

**00-32- (0)-2/223.37.74**

**Cette publication est soumise aux droits d'auteur.**

**Les citations sont autorisées si faisant mention de la source.**

**Novembre 2010**

## Table des Matières

1.	Origine et contexte de l'étude.....	6
1.1.	Historique du pourquoi de l'étude .....	6
1.2.	Les sources de financements (SPP Intégration sociale) .....	7
1.3.	Les intervenants (Crédal et FCSS) .....	7
1.4.	Composition du comité d'accompagnement .....	8
2.	Etat des lieux des épiceries sociales en Belgique francophone.....	9
2.1.	Méthodologie et limites .....	9
2.1.1.	Définition d'une épicerie sociale.....	9
2.1.2.	Constitution de la liste des épiceries à interviewer et limites .....	9
2.1.3.	Elaboration du questionnaire .....	10
2.1.4.	Rencontre avec les épiceries .....	10
2.1.5.	Analyse des données .....	10
2.1.6.	Limites au niveau de l'analyse des données.....	11
2.2.	Contexte général des épiceries sociales .....	11
2.2.1.	Origine des épiceries sociales .....	11
2.2.2.	Répartition géographique des épiceries par provinces.....	12
2.2.3.	Répartition géographique des épiceries par zone d'habitat.....	15
2.2.4.	Dates d'ouvertures des épiceries .....	16
2.2.5.	Horaires d'ouverture des épiceries .....	16
2.3.	Les Épiceries sociales, outils d'action sociale dans le cadre de l'aide alimentaire .....	17
2.3.1.	Objectifs et raisons de l'ouverture des épiceries .....	17
2.3.2.	Public .....	20
2.3.3.	Conditions et limitations d'accès aux épiceries .....	20
2.3.3.1.	Conditions d'accès.....	20
2.3.3.2.	Durée d'accès.....	21
2.3.3.3.	Limitation au niveau du montant d'achat.....	22
2.3.3.4.	Limitation au niveau de la quantité .....	23
2.3.4.	Les clients et l'épicerie : .....	23
2.3.4.1.	Nombre de clients (estimation 2009).....	23
2.3.4.2.	Les clients dans l'épicerie .....	24
2.3.4.3.	La participation des bénéficiaires/clients.....	25

2.3.5.	Activités liées à l'alimentation.....	26
2.3.6.	Coexistence d'un colis alimentaire .....	28
2.4.	Les épiceries sociales, alternatives économiques de distribution de produits .....	29
2.4.1.	Les produits.....	29
2.4.1.1.	Offre .....	29
2.4.1.2.	Produits manquants.....	31
2.4.1.3.	Approvisionnement.....	32
2.4.1.4.	Montant total d'achat par an.....	34
2.4.1.5.	Détermination du prix de vente .....	35
2.4.2.	Logistique.....	37
2.4.2.1.	<i>Matériel</i> .....	37
2.4.2.2.	<i>Transport</i> .....	38
2.4.2.3.	<i>Surface des épiceries</i> .....	39
2.4.3.	Personnel.....	41
2.4.4.	Sources de financement .....	46
2.5.	Les épiceries sociales et l'Economie sociale .....	47
2.5.1.	Modèle économique d'un commerce alimentaire classique .....	47
2.5.2.	Modèle économique d'une épicerie sociale.....	48
2.5.3.	Liens avec l'économie sociale .....	49
3.	Les épiceries sociales en réseau.....	50
3.1.	Contacts entre épiceries.....	50
3.2.	Accueil par rapport à l'idée d'un réseau .....	50
3.2.1.	<i>Difficultés identifiées par les acteurs</i> .....	51
3.2.2.	Exemples d'échec de mise sur pied d'un réseau .....	52
3.2.3.	Types de réseaux existant ou en cours de réalisation.....	52
3.2.4.	<i>Bénéfices d'un tel réseau</i> .....	53
4.	Perspectives pour un réseau - résultats des premières rencontres collectives.....	54
4.1.	Réunions des épiceries.....	54
4.1.1.	Première réunion des épiceries sociales - 15 septembre 2010 .....	54
4.1.2.	Deuxième réunion des épiceries sociales - 19 octobre 2010 .....	55
4.2.	Scénario pour la création d'un Réseau .....	55
4.2.1.	Besoins des épiceries sociales.....	55



4.2.2.	Missions du Réseau d'épiceries sociales .....	56
4.2.4.	Calendrier et budget-temps .....	61
4.2.5.	Moyens et Budget 2011 .....	62
4.2.6.	Perspectives 2012-2016 .....	64
4.2.6.1.	Coût des actions .....	64
4.2.6.2.	Apports des contributeurs .....	66
5.	Annexes.....	68
5.1.	Liste des personnes interviewées et leur fonction et coordonnées complètes des épiceries sociales	68

## 1. Origine et contexte de l'étude

### 1.1. Historique du pourquoi de l'étude

En 2008, ce sont quelques 150.000 personnes<sup>1</sup> qui ont bénéficié de l'aide alimentaire en Belgique. Ces personnes recourent à trois formes d'aide alimentaire qui sont les colis alimentaires, les restaurants sociaux et les épiceries sociales.

Existant depuis très longtemps, les colis alimentaires sont généralement distribués dans le cadre d'une politique caritative. Les restaurants sociaux, dont certains sont connus sous la dénomination « Restos du cœur », permettent de toucher une population et de créer du lien social.

Depuis quelques années, une forme nouvelle d'aide alimentaire est apparue portée par des organisations qui font de l'action sociale une philosophie où les personnes sont actrices de leur vie. Ce sont les épiceries sociales, où les personnes peuvent choisir leurs produits, dont la présentation ressemble à un magasin avec ses rayons, sa caisse et le fait de payer ses produits.

C'est lors d'une rencontre organisée par Ashoka<sup>2</sup> en avril 2008, que des représentants de Credal ont rencontré Guillaume Bapst, coordinateur d'ANDES, réseau d'épiceries sociales françaises. Impressionnés par la plus-value des projets réalisés par ANDES autour des épiceries sociales, les représentants de Credal ont voulu voir de quelle manière de tels projets pouvaient se développer en Belgique francophone. Les projets d'ANDES sont réalisés dans le cadre de l'Economie sociale, comme le « Potager de Marianne » : tri et reconditionnement de fruits et légumes au sein même du Marché de Rungis.

Les contacts avec les acteurs de terrain ont fait apparaître qu'aucun réseau d'une ampleur comparable ne regroupait les épiceries sociales en Belgique francophone, même si l'on recense quelques tentatives malheureusement avortées et même si des formes plus locales de coopération existent. De ce constat est née l'idée d'accompagner à la création d'un réseau pouvant à la fois répondre aux besoins des épiceries et développer de nouveaux projets, notamment des projets d'Economie sociale.

Ayant réalisé une étude concernant l'aide alimentaire en Région de Bruxelles-Capitale et réunissant nombre de ces acteurs au sein de la Concertation aide alimentaire, la Fédération

---

<sup>1</sup> Estimation Hugues-Olivier Hubert et Céline Nieuwenhuys, L'Aide alimentaire au cœur des inégalités, L'Harmattan, 2010, Page 17

<sup>2</sup> Organisation d'origine américaine qui veut promouvoir le changement social par le soutien à des entrepreneurs sociaux.



des Centres de Service Social (FCSS) était un partenaire naturel pour démarrer une collaboration.

Convaincus qu'il s'agissait là d'un projet passionnant (parce qu'il concerne le droit fondamental à une alimentation adéquate et durable et parce qu'il ouvre des perspectives en matière d'économie sociale), nous avons convenu de réaliser ensemble un état des lieux des épiceries sociales afin :

- d'étudier la pertinence de la création d'un Réseau d'Épiceries sociales francophones
- et, de façon prospective, d'en préciser les contours (formes, missions, etc...) en concertation avec les acteurs de terrain concernés.

Il restait à trouver des financements pour réaliser ce projet. Dans le cadre d'un appel à projet concernant l'économie sociale, le SPP Intégration sociale nous en a donné les moyens.

### 1.2. Les sources de financements (SPP Intégration sociale)

Pour financer ce projet d'Etude et de structuration du Réseau, nous avons répondu à l'Appel à projet Economie sociale 2009, clôturé le 15 juin 2009. 45.000€ nous ont été octroyés pour réaliser cette étude exploratoire et prospective.

Il est intéressant de noter qu'un des thèmes prioritaire de l'Appel à projet Economie sociale de l'année suivante (2010) était le renforcement du pouvoir d'achat, notamment par la création de projets dans et autour d'épiceries sociales. Ce qui montre l'intérêt des pouvoirs publics vis-à-vis de cette question.

### 1.3. Les intervenants (Credal et FCSS)

CREDAL est une coopérative de crédit alternatif qui propose des placements éthiques et solidaires aux particuliers et aux institutions. Avec ces fonds, des crédits sont octroyés aux ASBL et entreprises d'économie sociale, des microcrédits aux particuliers et aux créateurs d'entreprises sans accès bancaire. A côté de ces activités de financement, Credal mène deux activités d'accompagnement. D'une part, Affaires de Femmes, Femmes d'Affaires accompagne des femmes qui veulent démarrer une entreprise. D'autre part, Credal Conseil est une agence-conseil en Économie sociale agréée par la Région wallonne. Travaillant également en Région bruxelloise, elle a comme objectif d'accompagner la création et le développement de projets d'économie sociale et d'impulser et de soutenir la création de filières et d'innovations en Économie sociale. Elle réalise aussi un travail de bureau d'étude. Ce projet est mené par Credal Conseil.

La Fédération des Centres de Service Social (FCSS) et son pendant bicommunautaire, la Fédération des Centres de Service Social Bicommunautaires (FCSSB), fédèrent des services sociaux et psycho-sociaux associatifs bruxellois et wallons, reconnus et agréés. La FCSS-FCSSB offre différents services à ses membres : la coordination de leurs activités, une contribution à leur développement, la défense de leurs intérêts et leur représentation au niveau patronal. Elle contribue également comme organisme de coordination des services au travail de réflexion et de recherche en matière de travail social et à la formation continue du

personnel de ses membres. Par ailleurs, la FCSS assure la coordination de la Concertation Aide Alimentaire qui a pour objectif de soutenir les associations bruxelloises liées à l'aide alimentaire (resto social, épicerie sociale et colis alimentaire) en s'inscrivant dans une démarche collective afin de garantir la qualité de l'aide alimentaire à tous niveaux. Au-delà de l'amélioration de l'aide alimentaire, la Concertation Aide Alimentaire vise à attirer l'attention des politiques et du grand public sur une réalité inacceptable et à proposer des outils de changement.

#### 1.4. Composition du comité d'accompagnement

Dans le cadre de ce projet financé par le SPP Intégration sociale, nous avons voulu constituer un Comité d'Accompagnement qui avait un rôle d' « aiguillon », à la fois pour avoir un rôle critique sur le travail réalisé mais aussi pour tisser des liens avec des acteurs qui peuvent être intéressés par le projet.

Nous avons ainsi constitué le Comité d'accompagnement comme suit :

- Des représentants politiques : Karim CHERRADI (Cabinet Kir) ; Mohamed LAHLALI (Cabinet Courard ) ; Luc NOTREDAME (Cabinet Huytebroeck) ; Joëlle SOIR (Cabinet Marcourt)
- Des représentants du réseau d'épicerie sociale français ANDES : Guillaume BAPST et Agathe COUSIN
- Des représentants des épicerie sociale flamandes : Audrey BERTENS (CAW Regio Vilvoorde) ; Karima SARHANE (CAW Regio Vilvoorde) ; Evelien VAN KERKHOVEN (LEVANTO) ; Yves BOCKLANDT (Filet Divers, Antwerpen)
- D'un représentant de Propages, agence-conseil intéressée par la thématique : Alain FONZE
- D'un représentant de la Croix-Rouge de la Communauté Française : Bernard FORGET
- De représentants de Carrefour et de la Fondation Internationale Carrefour, qui est déjà impliqué au travers des épicerie sociale PACTE : Sophie FOURCHY, Marie CREUSE (Fondation Internationale Carrefour), Sophie HOUSIAUX, Griet LEYNAERT (Carrefour Belgique)
- Des représentants des partenaires: Bernard HORENBEEK, Charlotte CHARBONNIER et Fabrice ADAM (CREDAL) Charles LEJEUNE, Betty NICAISE, Alexandre CHAIDRON et Hugues-Olivier HUBERT (FCSS - Concertation aide alimentaire)



## 2. Etat des lieux des épiceries sociales en Belgique francophone

### 2.1. Méthodologie et limites

#### 2.1.1. Définition d'une épicerie sociale

Comment identifier une épicerie sociale ? Dans le cadre d'un secteur officiellement inexistant et donc dépourvu de définition légale, il a bien fallu circonscrire ce qu'on entend par épicerie sociale. Sur base d'une approche intuitive, de la réalité déjà existante puis de notre expérience de terrain engrangée au fil de la recherche, nous avons finalement retenu comme critères une combinaison de l'accessibilité et du prix. Dans ce rapport se retrouvent donc des épiceries dites « sociales » soit parce que l'accès à l'épicerie est uniquement réservée à un public précaire (indépendamment d'un éventuel prix moins cher que le marché) soit parce que l'épicerie est accessible à tout le monde mais les précaires bénéficient d'une réduction sur les produits. Ce parti pris explique pourquoi nous avons exclu de l'étude, par exemple, les épiceries créées à l'initiative de la FGTB Liège-Huy-Waremme dénommées « C-Coopératives ». Ces épiceries constituent très certainement une initiative digne d'intérêt à plusieurs niveaux (philosophie politique du projet, pratiques de travail, etc), et c'est d'ailleurs pour ces raisons que nous les avons rencontrées mais in fine les conditions d'accès et de prix nous ont amenés à ne pas les prendre en considération. En effet, les C-Coopératives sont ouvertes à chaque citoyen et une réduction peut être effectivement accordée à certains clients sur une base non pas socio-économique mais d'appartenance syndicale, mutualiste ou politique. Le choix opéré dans ce rapport est un choix a priori. Cependant, nous attirons l'attention sur le fait qu'une des missions prioritaires du REPIS sera, dès sa mise en place, de produire une définition commune des épiceries sociales avec les acteurs concernés. Cette définition identitaire leur reviendra en définitive et constituera le ciment essentiel sur lequel pourra s'édifier un réseau auquel pourront s'identifier les différents membres.

#### 2.1.2. Constitution de la liste des épiceries à interviewer et limites

L'élaboration de la liste des épiceries a été très évolutive. En effet, comme mentionné ci-dessus le « secteur » des épiceries sociales n'étant pas défini et constituant précisément un des objets de la présente étude, il était normal d'être confronté à une certaine pénurie de sources d'informations (pas de fédération, association, commission paritaire de référence, etc), à tout le moins en début du processus. Une première liste de départ a été établie par une recherche internet et auprès des épiceries sociales déjà répertoriées (via des projets d'économie sociale connus par Crédal et via les structures d'aide alimentaires connues de la FCSS). C'est surtout lors des entretiens mêmes que des renseignements précieux ont pu être récoltés sur l'existence d'autres épiceries sociales, enrichissant ainsi progressivement la liste des initiatives à rencontrer. L'étude exploratoire ne prétend donc pas à l'exhaustivité, il est fort probable que certaines épiceries sociales nous aient échappées. Néanmoins, on peut raisonnablement penser que le présent rapport offre une large couverture de la réalité qui nous occupe. En tout, nous avons recensé 47 épiceries gérées par 39 organisations et 37 épiceries ont été interviewées (plus une pour les C-coopératives, voir infra).

### 2.1.3. Elaboration du questionnaire

Le questionnaire a été élaboré en plusieurs couches successives. Une première version a été élaborée sur base de l'expérience acquise via la recherche sur les réalités de l'aide alimentaire en région bruxelloise. Cette étude a été menée par la Fédération des centres de service social<sup>3</sup> et constituait un socle intéressant pour appréhender une réalité jusque là peu connue. Cette version a été enrichie par des contacts exploratoires menés auprès de certaines des épicerie sociales déjà repérées. L'expertise technique du pôle Conseil de Crédal en matière d'accompagnement et de montage de projets en économie sociale a permis d'affiner le questionnaire final. Enfin, remarquons que le questionnaire a acquis toute sa maturité au fur et à mesure de l'avancement des entretiens. En effet, grâce à l'accumulation progressive des connaissances et de la réalité de terrain, certaines questions ont pu être ajustées, ajoutées voire supprimées. Le questionnaire final se compose de deux parties : une partie quantitative (comprenant les aspects plus techniques comme le bilan comptable, la surface du magasin, la liste des différents produits, etc.) et une partie qualitative (comprenant des questions relatives à l'historique de l'association, aux objectifs poursuivis, au fonctionnement concret de l'épicerie, etc.).

### 2.1.4. Rencontre avec les épicerie

Une fois le questionnaire établi, nous avons envoyé un courrier aux différentes épicerie répertoriées comprenant une explication de la démarche de l'étude, une demande de rencontre ainsi qu'une copie du questionnaire quantitatif. En cas de réponse positive de leur part, nous avons alors fixé un jour de rendez-vous pour une interview (enregistrée), en général dans l'épicerie. C'est à cette même occasion que nous avons repris le questionnaire quantitatif complété à l'avance par leur soin. Signalons que face au manque de réactivité de certaines épicerie, nous avons dû les contacter par téléphone dans le but de les rassurer sur le caractère non intrusif de l'étude c'est-à-dire sur le maintien de leur indépendance par rapport à tout engagement futur vis-à-vis de la recherche et de la constitution d'un éventuel réseau.

### 2.1.5. Analyse des données

Pour chaque épicerie, une fiche a été créée reprenant l'ensemble des informations recueillies de manière structurée en vue de faciliter le travail de comparaison. Les résultats obtenus sur base des questionnaires quantitatifs ont été traités de manière plus directement comparative en tableaux statistiques. L'analyse de l'ensemble des données récoltées est donc disponible dans le présent rapport (les limites sont exposées ci-dessous). Signalons que nous nous sommes engagés auprès des personnes interviewées à respecter la confidentialité des informations recueillies et analysées. Ceci explique pourquoi aucune donnée présentée dans l'étude ne peut être spécifiquement identifiée à une épicerie. Cette posture constitue un gage d'une plus grande qualité de la description de la réalité (liberté de parole des personnes interviewées par rapport à des enjeux institutionnels ou hiérarchiques).

---

<sup>3</sup> Étude menée en 2008 et financée par les fonds pour la formation des établissements et services de santé bicommunautaire de la CP305.2

### 2.1.6. Limites au niveau de l'analyse des données

En ce qui concerne la récolte des données, on peut pointer des difficultés à la fois au niveau de la précision des informations recueillies ainsi que de l'absence d'informations pour certaines questions.

- Le fait que la grande majorité des épiceries sociales n'existent pas ex nihilo c'est-à-dire qu'elles s'inscrivent dans un cadre plus large (une association/structure qui propose d'autres activités/services) permet d'expliquer la carence de données d'ordre techniques spécifiques à l'épicerie. Cette problématique concerne principalement les questions relatives aux charges pour le bâtiment (l'espace abritant l'épicerie fait partie d'un ensemble dont il n'est pas possible d'isoler les charges), le personnel (celui-ci peut être affecté non exclusivement à l'épicerie) et à des aspects de comptabilité (pas de compte/bilan/budget propres).
- Pour certaines épiceries dépendant des CPAS, le caractère procédurier propre à une administration explique que des informations peuvent être difficilement disponibles : par exemple, il faut passer par le comptable du CPAS et non par la personne rencontrée lors de l'interview pour obtenir une information d'ordre financier. L'information peut faire finalement défaut malgré plusieurs rappels de la personne interviewée auprès de son collègue.
- La qualité des informations disponibles ou même l'absence de certaines données auprès des épiceries varie fortement selon le degré de professionnalisation ou d'organisation des associations (par exemple en termes de recensement des usagers, du bilan comptable, etc). Les structures bénévoles dépendent encore plus des compétences humaines mobilisables : par exemple, si l'association compte parmi ses volontaires un comptable à la retraite, il est fort probable que les comptes soient complets et lisibles.

Ces différents paramètres exposés ci-dessus justifient l'ajustement évolutif nécessaire du questionnaire. C'est à la lumière de ces limites qu'il convient de lire les enseignements de ce rapport.

## 2.2. Contexte général des épiceries sociales

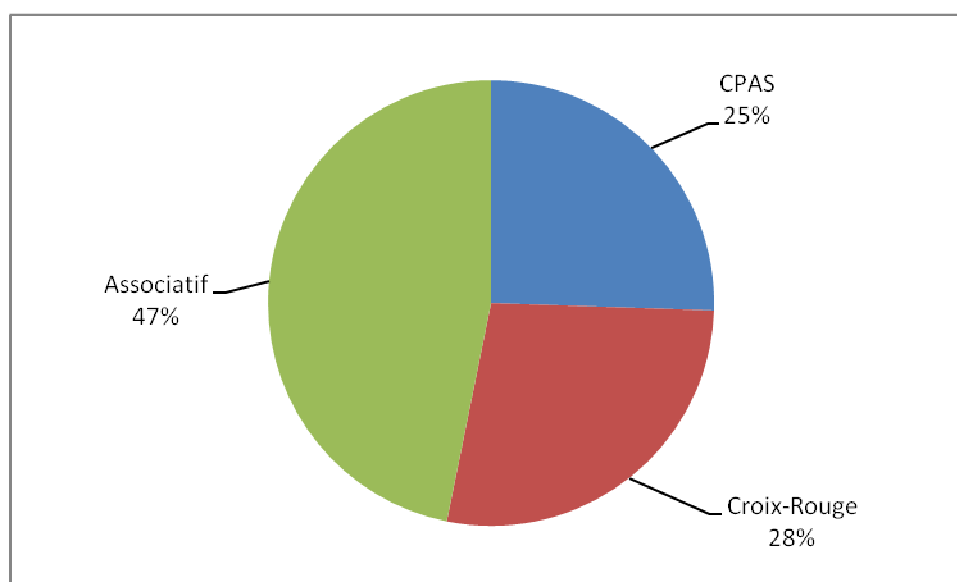
### 2.2.1. Origine des épiceries sociales

Près de la moitié des épiceries sociales sont issues d'initiatives émanant du monde associatif. Ces dernières couvrent en grande majorité des associations d'origine catholique (impulsées via des paroisses, Saint-Vincent de Paul ou autre). On compte aussi une épicerie issue à l'origine d'un contrat de quartier. Les autres épiceries sociales se répartissent de manière presque égale entre les CPAS et les locales/maisons de la Croix-Rouge.

Dans la présentation des résultats de notre recherche, lorsque cela se révèle pertinent, nous avons décidé de présenter les données ventilées selon ces trois catégories d'origine. En effet, elles recouvrent des réalités différentes faisant ressortir des caractéristiques propres. Par exemples, les épiceries émanant des CPAS s'inscrivent dans une structure publique proposant d'autres services. Ainsi l'existence d'un service d'insertion socioprofessionnelle pourra avoir une incidence sur le type d'encadrement proposé etc. De l'autre côté, les

épicerie sociale de la Croix-Rouge sont tenues par des bénévoles, l'horaire d'ouverture des épicerie sociale s'en trouvera directement affecté, etc. Bref, une catégorisation par origine nous offre une meilleure compréhension des logiques de fonctionnement des épicerie sociale étudiées.

Nombre d'épicerie	CPAS	Croix-Rouge	Associatif
37 (total interviewées)	12	13	12
47 (total existantes)	12 (25%)	13 (28%)	22 (47%)



### 2.2.2. Répartition géographique des épicerie sociale par provinces<sup>4</sup>

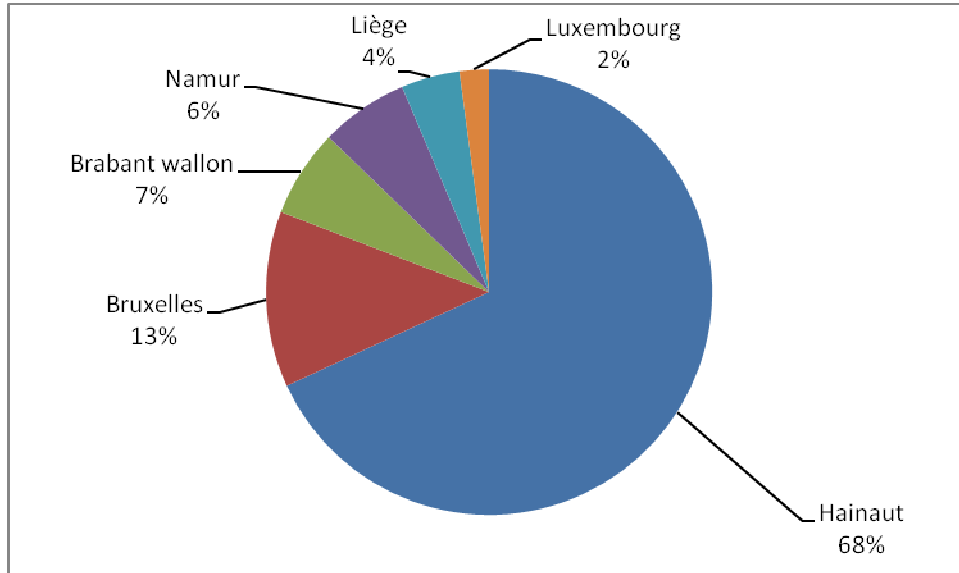
On peut constater que 68,1% des épicerie sociale se trouvent dans la province du Hainaut et 12,8% dans la Région de Bruxelles-Capitale. Ces deux entités totalisent à elles-seules 80,9% des épicerie sociale répertoriées.

La province du Hainaut concentre 92% des épicerie sociale des CPAS, 64% des épicerie sociale du monde associatif et 54% des épicerie sociale de la Croix-Rouge.

<sup>4</sup> N = 47 = total existantes

A une exception près, les épiceries sociales de la région de Bruxelles-Capitale proviennent du monde associatif.

	CPAS	Croix-Rouge	Associatif	Total	%
Bruxelles	0	1	5	6	12,8%
Brabant wallon	0	1	2	3	6,4%
Hainaut	11	7	14	32	68,1%
Liège	1	1	0	2	4,3%
Luxembourg	0	1	0	1	2,1%
Namur	0	2	1	3	6,4%
Total	12	13	22	47	100%



### 2.2.3. Répartition géographique des épiceries par zone d'habitat<sup>5</sup>

Près de la moitié des épiceries sociales se situent dans un milieu urbain dense (40,4%), les autres se répartissant dans les villes moyennes (23,4%) et petites/villages (36,2%).

On peut observer que 74% des épiceries situées dans les grandes villes sont d'origine associative. Le tissu associatif est majoritairement actif dans les grandes villes (64% du total des épiceries associatives). Par ailleurs, 58% des épiceries émanant des CPAS sont concentrées en milieu rural ou dans des petites villes et représentent 41% de l'ensemble des épiceries sociales situées dans ce milieu. Les épiceries de la Croix-Rouge sont réparties de manière moins différenciée entre les trois types de zone d'habitat.

	CPAS	Croix-Rouge	Associatif et	Total	%
Grandes villes <sup>6</sup>	2	3	14	19	40,4%
Villes moyennes <sup>7</sup>	3	4	4	11	23,4%
Petites villes ou campagne <sup>8</sup>	7	6	4	17	36,2%
Total	12	13	22	47	100%

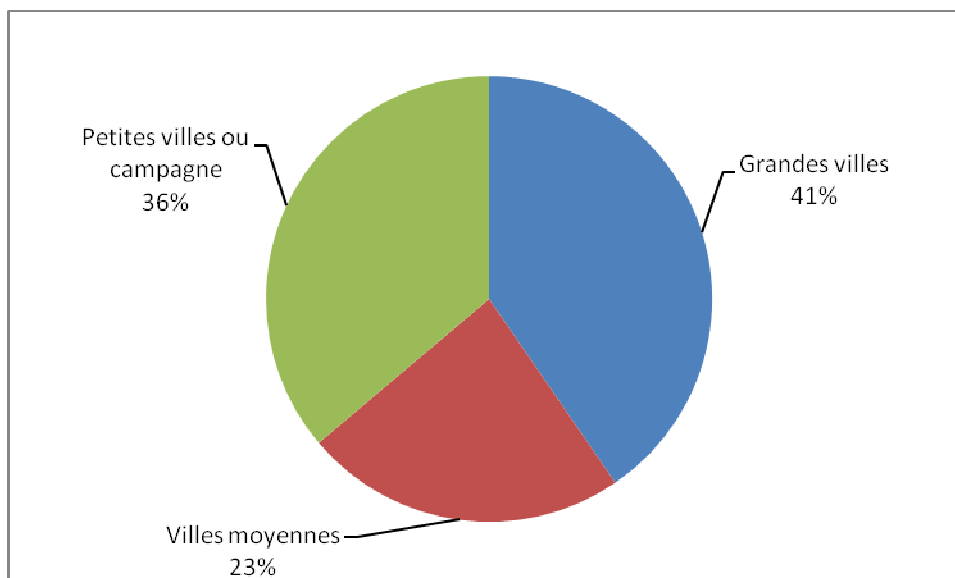
---

<sup>5</sup> N = 47 = total existantes

<sup>6</sup> Région de Bruxelles-Capitale (6), le grand Charleroi (9), Liège, La Louvière, Namur et Tournai

<sup>7</sup> Nivelles, Braine-l'Alleud, Ottignies, Quaregnon, Boussu, Braine-le-compte, Frameries, Courcelles, Ciney, Chaudfontaine, Binche (Leval)

<sup>8</sup> Anderlues, Dour, Bernissart, Jurbise, Leuze, Frasnes (2), Honnelles, Erquelinnes, Chimay, Thuin, Bons Villers, Philippeville, Bertrix, Perwulez, Chièvres et Brunehaut.



#### 2.2.4. Dates d'ouvertures des épiceries

Total épiceries (antennes) <sup>9</sup>	2000 ou avant	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
35	10	3	5	1	3	3	1	2	3	2	2

On peut observer que 71% des épiceries sociales ont ouvert leurs portes au cours des dix dernières années. Le concept d'épicerie sociale se serait donc popularisé au cours du début de ce siècle même s'il faut supposer que certaines épiceries ont du voir le jour de manière temporaire dans le passé. Sur base de nos données, les deux épiceries sociales les plus anciennes datent respectivement de 1985 et 1993 et elles sont situées dans la province du Hainaut.

#### 2.2.5. Horaires d'ouverture des épiceries

Cet indicateur basé sur le nombre de jours d'ouverture par mois fournit des informations sur l'organisation des épiceries et sur leur degré d'accessibilité. Par exemple, certaines épiceries ne proposent pas de viandes ou de légumes frais parce que l'écoulement et le stockage de la marchandise ne peuvent être assurés avec deux ouvertures semaines. Dans la perspective de la constitution d'un éventuel réseau d'épiceries sociales, l'horaire d'ouverture est un

<sup>9</sup> Remarque : deux épiceries n'ont pas été capables de nous communiquer leur date de création.



indicateur à prendre en compte en cas de livraison de denrées (limitation des possibilités de réception). Remarquons qu'une journée ne correspond pas toujours à une journée complète d'ouverture (cela peut varier de deux heures à 8 heures).

Nombre de jours d'ouverture par mois	1	2	4	8	12	16	20	20 et plus
CPAS	0	0	0	1	0	0	10	1
CR	1	2	3	4	0	2	0	1
Associatif	0	0	6	2	2	1	1	0
<b>TOTAL épiceries</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>2</b>

On constate qu'un tiers des épiceries (35%) sont ouvertes 20 jours/mois ou plus (c'est-à-dire 5 fois ou plus par semaine) et qu'un autre tiers (32%) des épiceries sont ouvertes 4 jours ou moins par mois (c'est-à-dire une fois ou moins par semaine). De façon globale, la moitié des épiceries (51%) est ouverte maximum 8 jours/mois, soit maximum 2 jours/semaine.

Plus précisément, on peut observer que les épiceries des CPAS sont clairement le plus fréquemment ouvertes : sur l'ensemble des épiceries sociales, 85% de celles qui ouvrent leurs portes 20 jours ou plus par mois émanent des CPAS (92% des épiceries de cette catégorie). Au niveau des épiceries de la Croix-Rouge, 77% d'entre-elles ne sont ouvertes que 8 jours ou moins par mois. En ce qui concerne les épiceries du monde associatif, elles se situent entre les deux catégories : 83% d'épiceries de cette catégorie sont ouvertes entre 8 et 16 jours par mois.

### 2.3. Les épiceries sociales, outils d'action sociale dans le cadre de l'aide alimentaire

#### 2.3.1. Objectifs et raisons de l'ouverture des épiceries

Dans le but d'offrir au lecteur un panorama général des raisons et objectifs invoqués à l'ouverture et au fonctionnement des épiceries, nous avons tenté ici de classifier et systématiser les pensées exprimées par les acteurs de terrain pour rendre compte d'éventuelles différences d'approches. Les désavantages inhérents à ce type d'exercice de catégorisation sont notamment le fait que les subtilités et les nuances apportées par les personnes interviewées ne se reflètent pas dans ce tableau. Certaines raisons invoquées se chevauchent, s'entremêlent, apparaissent moins prégnantes mais sont tout de même présentes, bref, il a fallu faire des choix, trancher pour pouvoir donner une vision synthétique et schématique d'un matériel de type qualitatif. Remarquons également qu'au-delà d'un projet commun, les épiceries sont tenues par plusieurs personnes qui représentent

autant d'individualités que d'opinions. En conséquence, l'avis récolté auprès de la personne interviewée ne constitue sans doute pas la seule et unique vérité au sujet de la philosophie du fonctionnement de l'épicerie.

À quelques exceptions près, toutes les épiceries affirment que leur rôle devrait idéalement se limiter à un coup de pouce, à une aide temporaire même si pour certaines catégories de personnes (les pensionnés pauvres par exemple), l'accès est parfois de facto illimité dans le temps étant donné que leur situation a peu de chance d'évoluer favorablement. Paradoxalement, alors que l'épicerie est envisagée comme une porte de sortie de l'assistanat, le fait que certaines personnes y viennent indéfiniment est vu par quelques épiceries comme un retour déguisé vers l'assistanat. Certains évoquent même le sentiment d'un droit acquis : les bénéficiaires ne se rendraient même plus compte qu'il s'agit d'un service qui leur est offert en raison de leur situation particulière.

Aucune personne interviewée n'a prétendu que son épicerie sociale constituait une solution durable, ou qu'elle était une réponse idéale et structurelle face à une défaillance de l'Etat ou de la société en général. Idéalement, les épiceries sociales ne devraient pas exister.

Le passage par l'épicerie permet aux clients d'économiser de l'argent pour pouvoir effectuer des dépenses dans d'autres domaines fondamentaux (santé, éducation des enfants, etc).

	Élargir choix produits	Meilleur contrôle de l'argent	Quitter assistanat pour la dignité humaine	Mobilité	Meilleur suivi global	Redynamiser l'association	La réinsertion socioprofessionnelle	Dvlpt prévention de la santé et bonne alimentation	L'écoute
CPAS	0	7	1	2	4	0	4	3	1
CR	8	0	4	0	0	5	0	1	1
Associatif	1	1	6	0	5	1	1	0	5
TOTAL	9 (24%)	8 (22%)	11(30%)	2 (5%)	9 (24%)	6 (16%)	5 (14%)	4 (11%)	7 (20%)

En plus des considérations générales évoquées ci-dessus, on peut constater que

- Abstraction faite des catégories, les trois arguments principaux avancés sont le fait :
  - de « quitter une forme d'assistanat : retrouver sa dignité grâce à sa participation financière, se responsabiliser par rapport à un budget ; être en contact avec la réalité de la consommation » (30%);
  - « Élargir le choix des produits offerts aux clients ; ne pas imposer les produits aux clients (par rapport à un colis) ; le droit de choisir, être dans un vrai magasin » (24%);
  - « assurer un meilleur suivi, une prise en charge globale des bénéficiaires du

fait de pouvoir aborder avec eux d'autres aspects de leur vie (alimentation) ; travail sur le long terme ; porte d'entrée pour inciter à participer à d'autres activités/ateliers ; les clients sont amenés à parler de certains problèmes qu'ils n'aborderaient peut-être pas dans le contexte plus formel du bureau d'une assistante sociale » (24%).

- Ce sont surtout les épiceries sociales de la Croix-Rouge (62% d'épiceries de cette catégorie) qui présentent l'argument suivant : « Élargir le choix des produits offerts aux clients ; ne pas imposer les produits aux clients (par rapport à un colis) ; le droit de choisir, être dans un vrai magasin ».
- Ce sont surtout les épiceries des CPAS (58% d'épiceries de cette catégorie) qui avancent l'argument suivant : « Meilleur contrôle de l'utilisation de l'argent (éviter les dérives tels que l'achat de produits futiles, nocifs ou non équilibrés pour la santé) ; quitter le système des bons alimentaires extérieurs ».
- Ce sont principalement les épiceries des CPAS (33% d'épiceries de cette catégorie) qui parlent de « la réinsertion socioprofessionnelle, de la remise à l'emploi ou de l'insertion sociale ». On constate par ailleurs que les épiceries reconnues IDESS<sup>10</sup> sont issues des CPAS et que la structure même des CPAS (pôle ISP) favorise naturellement cette posture.
- Le facteur « mobilité ; pallier le manque de commerces locaux » est évoqué par les CPAS se trouvant en milieu rural.
- Ce sont majoritairement les associatifs (50% d'épiceries de cette catégorie) qui mettent en avant la dimension « quitter une forme d'assistanat : retrouver sa dignité grâce à sa participation financière, se responsabiliser par rapport à un budget ; être en contact avec la réalité de la consommation ».
- Ce sont surtout les associatifs (42% d'épiceries de cette catégorie) qui mettent en avant « l'écoute ; être une oreille attentive ; la sortie de l'isolement ; la création de liens sociaux ».
- Ce sont surtout les épiceries sociales de la Croix-Rouge (38% d'épiceries de cette catégorie) qui s'approprient l'argument « dynamiser l'association, trouver un but, un projet fédérateur de relance de l'association ».

---

<sup>10</sup> IDESS est un agrément proposé au niveau de la Région wallonne pour les initiatives de développement de l'emploi dans le secteur des services de proximité à finalité sociale. Il permet notamment de recevoir un subside et d'être protégé en termes de concurrence commerciale déloyale et de la TVA.

### 2.3.2. Public

Sans surprise, le public des épiceries sociales se compose de personnes vivant une situation financière difficile due soit aux multiples aléas que la vie peut nous réserver (maladie chronique, divorce, accident,...) soit au contexte économique et politique (travailleur pauvre, pensionnés grappa, etc).

Le profil du public des épiceries sociales correspond au public fréquentant les CPAS puisqu'une partie importante des clients sont envoyés via un CPAS (ou éventuellement en provenance d'autres services sociaux comme par exemple les mutuelles). Si ce n'est pas le cas, les clients passent par le filtre d'un assistant social qui accorde l'accès selon une analyse traditionnelle (grille budgétaire, composition de famille, etc).

Selon la composition sociodémographique de l'environnement immédiat dans laquelle se localise une épicerie, les étrangers (sans papiers, réfugiés, etc) peuvent représenter une proportion non négligeable des clients.

Il n'y a pas non plus uniformité des publics entre les épiceries : ainsi une épicerie pourra accueillir une majorité de personnes isolées entre 25 et 50 ans tandis que le public d'une autre épicerie se composera essentiellement de familles avec enfants et une autre épicerie verra défiler une majorité de personnes âgées.

Au-delà de ces différences, le point commun réunissant toutes ces personnes est la difficulté financière (temporaire ou non) à remplir les besoins nécessaires à l'accomplissement d'une vie digne.

### 2.3.3. Conditions et limitations d'accès aux épiceries

#### 2.3.3.1. Conditions d'accès

	Sans condition : RIS et/ou réfugiés politiques et/ou médiation de dettes	Après enquête sociale AS	Attestation CPAS ou autres services sociaux	Enquête interne par un AS de l'association (ou en collaboration)	Libre accès (ceux qui poussent la porte de l'épicerie, c'est qu'ils sont dans le besoin).
CPAS	7	9	0	0	0
CR	0	0	12	0	0
Associatif	0	0	2	9	1
Total	7	9	14	9	1

Excepté un cas, les conditions d'accès à une épicerie sociale sont évaluées par un professionnel du travail social (AS) soit directement (par une enquête effectuée par un professionnel de l'association) soit indirectement (via une attestation délivrée par un CPAS ou un service social).

Remarques :

1. Dans les cas où les RIS ont un droit d'accès automatique à l'épicerie, ce n'est pas pour autant que tous les RIS fréquentent l'épicerie.
2. Chaque CPAS détermine ses propres règles pour fixer le montant à partir duquel la personne peut avoir accès à l'épicerie (par exemple, un CPAS donne un accès à l'épicerie si la personne a un disponible de moins de 6 euros/ jour après établissement d'un budget, un autre CPAS se base sur une somme de 900 euros/mois pour un isolé).
3. « Attestation CPAS »: ce critère inclut parfois également des attestations provenant d'autres instances telles que des mutuelles, l'ONE, des syndicats, des hôpitaux, le SPF affaires étrangères, des médecins, des avocats dans le cadre de la médiation de dettes.
4. Il peut arriver que des colis alimentaire d'urgence soient donnés à partir des produits de l'épicerie.
5. Pour les associations bénévoles ne disposant pas d'AS pour enquête interne et donc dépendant des attestations délivrées par les CPAS, une certaine frustration est parfois exprimée puisque ces bénévoles n'ont aucun contrôle sur l'accès à l'épicerie.

#### 2.3.3.2. Durée d'accès

La durée d'accès à une épicerie sociale est très souvent définie à l'avance par une règle clairement établie (majoritairement pour 3 ou 6 mois).

Durée d'accès	3 mois	6 mois	12 mois	24 mois
CPAS	3	2	3	0
CR	4	6	1	1
Associatif	5	3	2	0
TOTAL	12	11	6	1

Renouvellement	Au cas par cas	Renouvelable une ou deux fois	Illimité
CPAS	4	5	7
CR	1	5	8
Associatif	2	2	10
TOTAL	7	12	25

Ce droit d'accès peut être renouvelé la plupart du temps mais toujours sur base d'une nouvelle évaluation de la situation de la personne. Dans 68% des cas, le renouvellement peut se faire de manière illimitée dans le temps. Certaines épicerie limitent officiellement le nombre de renouvellements mais dans les faits ceux-ci peuvent se prolonger pour certaines personnes (les pensionnées, des gens dont on sait que la situation n'évoluera plus favorablement, etc). On ne constate pas de grandes différences de pratiques entre les catégories d'épicerie sociales.

#### 2.3.3.3. Limitation au niveau du montant d'achat

	Non limité	Limité (quota)
CPAS	8	4
CR	0	13
Associatif	6	6
TOTAL	14	23

Une majorité (62%) d'épicerie impose à leur public un montant maximal à dépenser (par mois ou par semaine). Toutes les épicerie de la Croix-Rouge ont adopté ce système. Etant donné que ces épicerie offrent une grande réduction de prix sur les denrées et ne sont pas subsidiées (voir par ailleurs), on peut comprendre que l'écoulement des marchandises doit

se faire dans des proportions raisonnables. Les épiceries des CPAS sont celles qui sont le moins restrictives : seulement 23% d'entre-elles ont instauré un quota. Les épiceries associatives se partagent entre les deux possibilités. Dans la plupart des cas, le montant de base est calculé pour une personne isolée et cette somme peut être majorée selon le nombre d'enfants ou de personnes à charge.

#### 2.3.3.4. Limitation au niveau de la quantité

Dans la grande majorité des cas, il n'existe pas de règles explicites ou officielles pour limiter le nombre d'articles pouvant être achetés pour un même produit. La régulation se fait informellement via le critère de « la quantité raisonnable » : si nécessaire, la personne tenant l'épicerie invite gentiment le client à réduire le nombre d'articles et cela souvent en fonction de la composition de sa famille.

Cependant, il arrive parfois qu'une quantité maximale soit imposée pour certains produits très demandés et/ou coûteux comme par exemple le café ou la poudre à lessiver. Nous ne relevons que deux épiceries qui déterminent pour chaque type de produit une quantité maximale à acheter en fonction du nombre de personnes qui constituent le ménage bénéficiaire.

#### 2.3.4. Les clients et l'épicerie :

##### 2.3.4.1. Nombre de clients (estimation 2009)

	Nombre d'unités familiales (client)
CPAS	2.750 <sup>11</sup>
CR	660
Associatif	2.700
TOTAL	6.110

---

<sup>11</sup> Un CPAS capte à lui seul 1 500 clients de la catégorie CPAS

Les chiffres présentés ci-dessus sont des estimations larges (2009) parce qu'il est difficile de quantifier avec exactitude le nombre de clients des épiceries sociales. En effet, les recensements systématiques ne sont pas toujours effectués par les épiceries, la distinction entre clients des épiceries et bénéficiaires de colis alimentaires se confondent parfois, le comptage peut aussi se faire sur base uniquement du nombre de transactions et non par client, etc.

Le nombre total de personnes aidées par les épiceries sociales se révèle en réalité plus élevé : excepté les isolés, les autres clients nourrissent, avec les denrées alimentaires achetées, les autres membres de leur famille. Si on prend une moyenne de trois personnes par ménage (proposition faite par plusieurs épiceries), 18330 personnes ont mangé en 2009 des aliments en provenance d'une épicerie sociale.

Beaucoup de personnes interviewées ont constaté une augmentation de la fréquentation de leur épicerie au cours des dernières années.

#### 2.3.4.2. *Les clients dans l'épicerie*

Comme mentionné ci-dessus, les clients sont normalement envoyés par un service social. Il arrive qu'un client se présente spontanément à une épicerie. Dans ce cas, il est entendu par un assistant social de l'association ou est renvoyé vers les institutions délivrant une attestation. En cas de situation d'urgence, un colis peut être directement donné si un tel service est proposé par l'organisation.

Une série d'épiceries sont munies d'une salle d'attente (avec café et thé à disposition) avant que chaque client fasse individuellement ses courses dans l'épicerie. Ce système permet une prise en charge personnalisée : les bénévoles ou employés prennent le temps de l'écoute. Il arrive que les clients ne puissent prendre eux-mêmes les produits dans les rayons, c'est un bénévole ou un employé qui se charge de disposer les produits dans le sac du client. Selon l'alchimie propre à chaque épicerie, la salle d'attente devient aussi un lieu convivial où les clients interagissent, se retrouvent entre eux, où des amitiés peuvent se nouer.

D'autres épiceries fonctionnent selon les critères d'une épicerie traditionnelle : plusieurs clients sont présents à la fois et chacun paye ses courses à la caisse quand bon lui semble.

Dans toutes les épiceries, il existe une fiche (informatisée ou non) par client qui permet de contrôler le cas échéant le montant à dépenser auquel le client a droit par semaine ou par mois. Soit le client doit épuiser son quota en une fois, soit il peut revenir autant de fois qu'il veut sur le mois ou semaine tant qu'il n'a pas dépassé la somme qui lui est impartie. Dans certaines épiceries relevant des CPAS, les clients reçoivent un bon alimentaire à dépenser dans l'épicerie mais peuvent parfois acheter plus de produits en complétant avec leur propre argent. Une épicerie CPAS propose à ses clients des bons d'achats à dépenser dans d'autres magasins pour des produits non disponibles dans son rayonnage. Une autre épicerie CPAS



n'accepte pas de liquide soit le client ne paye que via un bon reçu du CPAS soit par carte de banque.

Certaines épiceries pratiquent le double affichage du prix (prix réduit et prix d'achat), soit parce que c'est obligatoire (via la convention IDESS ou convention Carrefour) soit par souci pédagogique (pour que le client reste en contact avec la réalité du monde de la consommation), soit pour mettre en évidence l'effort fourni par l'épicerie pour offrir des articles moins chers.

Signalons enfin que certaines épiceries proposent de livrer à domicile pour certaines catégories de personnes (via le taxi social pour les CPAS ou le véhicule personnel ou la camionnette de l'organisation pour les autres).

#### 2.3.4.3. *La participation des bénéficiaires/clients*

En grande majorité, les clients des épiceries ne sont pas impliqués dans l'organisation des épiceries sociales (vente, gestion comptable, contact avec les fournisseurs). Plus modestement, leur implication peut se concrétiser dans l'aide aux transports de marchandises et éventuellement au rayonnage. De même, la prise en compte de l'avis des clients (via une boîte à suggestion ou oralement) est organisée au sein de certaines épiceries à propos notamment de l'offre de produits disponibles.

Ce sont via des emplois subsidiés de remise à l'emploi ou d'insertion sociale (articles 60 etc voir le point concernant le personnel) que d'anciens clients se trouvent au cœur de la gestion d'une épicerie sociale. Selon les cas, ils bénéficient d'un encadrement poussé, sont livrés à eux-mêmes ou ont acquis une véritable autonomie de fonctionnement efficace. Très rarement, ces personnes continuent à avoir accès aux biens de l'épicerie.

*Au niveau des CPAS*, aucune politique active n'est mise en place pour favoriser la participation des usagers à l'épicerie ou la recherche de bénévolat d'ailleurs. Les CPAS insistent sur la nécessité d'avoir des professionnels (règles de déontologie du travailleur social etc).

*Au niveau des épiceries de la Croix-Rouge*, à part un coup de main comme expliqué ci-dessus, la participation des clients est inexistante. Les raisons avancées sont le fait qu'il faut pouvoir avoir une confiance totale dans le bénéficiaire (cfr le vol), les clients viennent pour une période limitée et dès lors il n'est pas évident d'organiser le travail sur cette base, le public est composé de personnes âgées qui ne peuvent rien transporter, il faut avoir une assurance pour le bénévole/client, les clients sont de plus en plus pressés et cela doit aller vite, il y a déjà assez de bénévoles, les bénévoles ne possèdent pas la formation nécessaire pour l'encadrement de bénéficiaires.

*Au niveau associatif*: la non-participation s'explique d'après les personnes interviewées par la difficulté de gérer la sélection de clients (pourquoi l'un et pas l'autre), la confrontation des

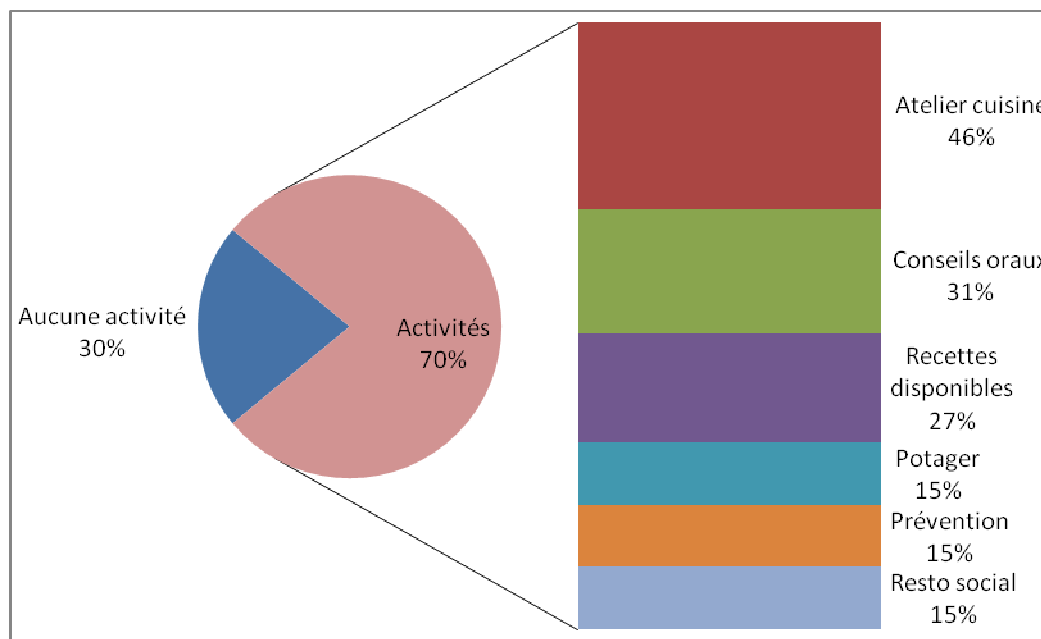
clients par rapport au stock de produits alors qu'ils n'ont pas leurs besoins primaires remplis pourrait être considéré comme un manque de respect, le manque de temps et de sources de financements pour un encadrement de qualité, problèmes de compétences puisque certains clients sont analphabètes ou d'autres ont une fragilité d'ordre psychologique, le fait d'avoir des enfants à charges, la barrière de la langue.

Nous avons repéré une seule épicerie sociale fonctionnant sur le mode d'une participation pleine et intégrée. Elle appartient à la catégorie associative. Le principe de fonctionnement est le suivant : les clients de l'épicerie peuvent devenir des bénévoles après une période de deux semaines d'essais et un entretien concluant. Les clients sont impliqués dans le transport, la vente, etc. Un employé sert de coach pour les bénévoles et des parrainages sont organisés entre nouveaux et anciens bénévoles. Il s'agit d'un véritable travail d'insertion sociale. Ayant acquis le statut de bénévole, ils deviennent automatiquement membres de l'Assemblée générale de l'association.

Remarquons enfin qu'il existe une épicerie de la Croix-Rouge qui a reçu un article 60 du CPAS. De l'aveu même des responsables de l'épicerie, cela ne se passe pas toujours bien : on y constate un roulement important, l'encadrement est uniquement assuré par des bénévoles et finalement les relations avec le CPAS sont assez mauvaises.

### 2.3.5. Activités liées à l'alimentation

	Conseils oraux sur l'alimentation dans l'épicerie	Prévention avec un professionnel (interne ou externe)	Atelier cuisine	Recettes disponibles dans l'épicerie	Accès à un resto social	Potager communautaire	Aucune activité
CPAS	4	2	5	4	1	3	2
CR	3	0	1	2	0	0	6
Associatif	1	2	6	1	3	1	3
TOTAL	8	4	12	7	4	4	11



30% des épiceries sociales déclarent ne proposer aucune autre activité liée à l'alimentation. La moitié des épiceries Croix-Rouge se retrouve dans ce cas de figure. Les arguments avancés par les épiceries pour expliquer cette absence sont le manque de place, d'infrastructure adaptée (y compris par rapport aux respects de normes légales d'hygiène), de personnel ou de bénévoles.

Parmi les épiceries proposant une activité liée à l'alimentation (soit 70% des épiceries), l'atelier cuisine est le plus populaire (46%), aussi bien au sein des CPAS que dans le monde associatif. Selon les endroits, celui-ci s'organise de différentes manières au niveau de la fréquence (par semaine, mois,...), de l'encadrement (par des professionnels du secteur ou des employés des organisations elles-mêmes ou des bénévoles), des frais de participation (de 0 à 3 euros) et de l'équipement (cuisine collective ou de type familiale).

Les CPAS sont en pointe pour l'organisation de potagers communautaires et de recettes disponibles dans l'épicerie.

### 2.3.6. Coexistence d'un colis alimentaire

	Surplus européens (BIRB)	Banque Alimentaire (BA)	Colis indépendamment BIRB/BA	Pas de colis
CPAS	9	2	1	3
CR	8	0	3	4
Associatif	4	5	5	5
TOTAL	21	7	9	12

68% des organisations possédant une épicerie sociale proposent par ailleurs des colis alimentaires. Cette situation est rencontrée par 75% des CPAS, 69% des organisations Croix-Rouge et 58% des organisations associatives.

Lorsqu'un qu'un colis est disponible, il est le plus souvent composé de produits en provenance des surplus européens (BIRB), ensuite de produits issus de l'épicerie même et enfin de la Banque alimentaire (parfois mélangés également avec des produits du BIRB).

La disponibilité de produits BIRB et/ou BA est un outil complémentaire pour les organisations à la fois vis-à-vis des bénéficiaires (leur proposer des produits gratuits) mais aussi de l'épicerie elle-même (l'épicerie ne doit pas acheter ces produits). Il convient de souligner que les conditions d'accès et de philosophie de travail entre un colis et l'épicerie diffèrent même si les publics se recoupent souvent. On a pu observer que des personnes viennent à l'épicerie et prennent en complément ce qu'ils ont droit via le colis. A contrario, certaines personnes viennent chercher leur colis mais ne souhaitent pas profiter de leur droit d'accès à l'épicerie.

Les colis permettent de répondre à deux types de besoins : une situation d'urgence ou un accès à de la nourriture pour les personnes qui ne sont pas capables de payer les prix pratiqués au sein de l'épicerie. Pour une organisation, le colis constitue aussi un appât pour établir un contact avec un public difficile, en espérant à terme pouvoir les diriger vers l'épicerie, étape dans le processus de « normalisation » de la personne.

## 2.4. Les épiceries sociales, alternatives économiques de distribution de produits

### 2.4.1. Les produits

#### 2.4.1.1. Offre

#### **Nombre de produits proposés**

Nous avons demandé aux responsables des épiceries sociales, dans le cadre du questionnaire, « combien de produits différents proposez-vous ? » Nous avons obtenu 22 réponses sur 30 questionnaires renvoyés.

En moyenne, il ya 156 produits différents, sachant que l'épicerie qui a le plus de produits en propose 750 et celles qui en a le moins en dispose de 29.

La médiane, qui est la valeur qui se trouve « au milieu » de la liste de nombres qui ont été fournis, est de 105. Ce qui veut dire que nous avons autant d'Épiceries qui proposent de 29 à 105 produits que d'épiceries qui proposent de 105 à 750 produits. Cette médiane propose un indicateur qui ne tient pas compte des les valeurs extrêmes.

Nous avons également distingué le nombre de produits par type de structures. Nous voyons ainsi que ce sont les CPAS qui ont l'offre de produits la plus vaste, vu la valeur minimum, la valeur maximum et la moyenne.

La Croix-Rouge a une offre plus réduite, car la moyenne et la médiane sont les plus basses (89 et 98 respectivement) comparativement aux autres.

Les associations ont une offre intermédiaire, mais c'est une structure qui fait partie de la catégorie « associations » qui offre le moins de produits (29)

	Min	Max	Moyenne	Médiane
CPAS	150	750	274	150
Associatif	29	310	140	160
Croix-Rouge	50	110	89	98

#### **Types de produits proposés**

L'offre de produits correspond à la capacité qu'ont les épiceries de pouvoir conserver et/ou de rendre disponibles les marchandises en fonction des heures d'ouverture.

A la question « les produits suivants sont-ils disponibles ? », au moins 80% des épiceries (sur les 30 qui ont rempli le questionnaire) ont répondu qu'elles offraient des produits non périssables, qui peuvent être facilement conservés et qui ne demandent pas de matériel spécifique. Contrairement aux produits conservables dans des frigos ou des congélateurs, comme les produits laitiers et les surgelés. Les produits pour bébés étant à la fois constitués

de produits non périssables (langes, lingettes, savons, lait en briques) et conservables (petits pots, etc.)

Sans surprise, ce sont les produits les plus difficiles à conserver et à distribuer qui sont le moins proposés : le pain et les fruits et légumes sont proposés par la moitié ou moins des épiceries sociales. En bas du classement, les viandes et poissons ne sont proposés que par 4 épiceries sur les 30 concernées par l'enquête.

Non périssables (LT)	1	Non périssables	27	90%
	2	Hygiène personnelle	26	87%
	3	Produits d'entretiens	25	83%
	4	Boissons	25	83%
	5	Produits de lessive	24	80%
Conservables (MT)	6	Produits laitiers	23	77%
	7	Surgelés	17	57%
	8	Produits pour bébés	17	57%
Frais (CT)	9	Pain	15	50%
	10	Fruits et légumes	13	43%
	11	Viandes, poissons	4	13%

Le classement des produits proposés par type de structure (CPAS, Croix-Rouge ou associatif) est intéressant. On peut faire les constats suivants :

1. Les CPAS proposent plus de fruits et légumes et de pain car respectivement 80 % et 70% d'entre eux déclarent en proposer, contre 43% et 50% pour l'ensemble des Épiceries sociales.
2. Contrairement aux CPAS, les épiceries de la Croix-Rouge proposent moins de fruits et légumes (il n'y a qu'une épicerie qui en propose sur les 9 ayant répondu) Les surgelés sont aussi globalement moins proposés ici. Par contre, la totalité des épiceries de la Croix-Rouge proposent des produits d'entretien et des produits d'hygiène personnelle (contre respectivement 83% et 87% pour l'ensemble des épiceries)
3. Seules des épiceries de l'associatif proposent viande ou poisson dans leur assortiment. Elles sont 4 sur la totalité des épiceries (30) Elles sont aussi plus nombreuses à proposer des Surgelés (73% contre 57% pour la totalité des Épiceries sociales)

Dans le cadre des interviews, dans certains cas, a été posée la question de la gamme de produits proposés : les épiceries proposent-elles des produits de marque, des produits d'enseigne (« marque propre » comme disent les distributeurs) ou des produits blancs ?

Par rapport à cette question, nous n'avons pas de résultats qui puissent être analysés, mais nous pouvons dire qu'il y a des épiceries qui veulent absolument offrir des produits de marque, dans le respect de la philosophie de permettre aux personnes d'être des acteurs-consommateurs.

D'autres épiceries, dans la ligne des colis alimentaire, préfèrent consacrer leurs moyens à des produits de première nécessité, sans marque (type produits blancs).

#### 2.4.1.2. Produits manquants

Nous avons simplement demandé aux épiceries sociales « quels types de produit vous manquent-ils le plus, quels sont-ils les plus difficiles à obtenir ? » Les épiceries pouvaient évidemment choisir plusieurs produits dans la liste. On a donc un certain nombre d'Épiceries qui déclarent avoir tel ou tel type de produit manquant. Le pourcentage correspond au nombre d'épiceries sur le total des épiceries ayant répondu au questionnaire (30)

En voici les réponses.

Sans réponse	9	30%
Viandes, poissons	8	27%
Fruits et légumes	8	27%
Produits pour Bébés	7	23%
Pain	6	20%
Aucun (pas de produit manquant)	5	17%
Non périssables	5	17%
Produits laitiers	5	17%
Hygiène personnelle	5	17%
Boissons	5	17%
Surgelés	4	13%
Produits de lessive	4	13%
Produits d'entretiens	2	7%

Nous pouvons analyser ces réponses de la manière suivante.

- Près du tiers des épiceries sociales ne répondent pas à la question. Est-ce parce qu'elles ne connaissent pas la réponse ? Est-ce par crainte d'exposer des faiblesses éventuelles et d'être prises en défaut par rapport à leur mission sociale ? Ou alors, sont-elles tout simplement satisfaites de leur assortiment et/ou de leur approvisionnement et ne ressentent-elles pas le besoin d'exprimer un manque ? Ou encore estiment-elles qu'en l'état, ni leurs heures d'ouverture ni leur infrastructure ne permettraient d'envisager un élargissement de leur offre actuelle ?

- Près d'un sixième des répondants déclarent n'avoir aucun produit manquant. Les hypothèses précédentes peuvent être émises ici aussi ; à la différence qu'ici, les Épiceries déclarent qu'elles n'ont pas de produits manquants.
- En additionnant celles qui ne répondent pas à la question et celles qui affirment ne manquer d'aucun produit, **cela porte donc à 14, soit près de la moitié, le nombre d'Épiceries qui ne déclarent aucun manque particulier de produit.**
- **Les produits frais sont en tête du classement des produits manquants :** 8 épiceries déclarent qu'il leur manque viandes et poissons et fruits et légumes, 6 déclarent qu'il manque de pain. Il est logique de trouver ces types de produits en haut de classement : ce sont les plus difficiles à obtenir mais aussi à transporter et à conserver. Comme on l'a déjà vu plus haut, les épiceries sont contraintes par leur matériel et leurs horaires d'ouverture.
- Les Produits pour Bébé figurent également dans le peloton de tête des produits manquants, pour un cinquième des épiceries.
- En bas de classement, ce sont les produits non périssables et facilement conservables que l'on peut retrouver.

Dans le cadre de l'éventuelle construction d'un Réseau, si un des objectifs est d'aider à améliorer l'approvisionnement, il sera certainement intéressant d'affiner cette question des produits manquants.

En effet, il faut distinguer les besoins en deux types différents :

- les besoins en marchandises déjà proposées dans le magasin, mais dont l'approvisionnement n'est pas régulier ;
- les besoins en marchandises qui ne sont pas encore proposées dans le magasin.

#### 2.4.1.3. Approvisionnement

Nous avons demandé aux épiceries sociales comment elles réalisent l'approvisionnement en produits alimentaires. Deux manières de s'approvisionner existent : les dons et les achats.

##### **Dons en produits**

Minoritaires dans le volume d'approvisionnement des marchandises, les dons concernent 12 Épiceries sur les 29 qui ont répondu à cette question, soit 41% des épiceries.

Ce sont les boulangeries locales qui donnent le plus des produits (en l'occurrence, du pain), soit 4 épiceries sur les 12 qui reçoivent des dons en produits.



Dans les entreprises de distribution, c'est Carrefour qui est la plus citée par les épiceries. Ensuite, Aldi, Champion, Cora et Delhaize sont citées comme entreprises qui réalisent des dons en produits. A remarquer que Colruyt est absent de ce tableau, alors que c'est le distributeur le plus cité dans le cadre des achats (voir partie suivante)

Des dons de produits de producteurs sont aussi cités, comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous.

Boulangier local	4	33%
Carrefour	4	33%
Aldi	2	17%
Champion	2	17%
Magasin F et L	2	17%
Delhaize	1	8%
Cora	1	8%
Henkel	1	8%
Delfood	1	8%
Kraft	1	8%
Materne	1	8%
Artisan Food	1	8%

### Achats de produits

La majorité des produits fournis en épicerie sociale sont achetés chez des distributeurs, des marchands locaux ou livrés par des entreprises de livraison. A noter que les épiceries s'approvisionnent chez plusieurs sources. Ainsi, nous avons 57 réponses différentes pour 29 épiceries, ce qui veut dire que chaque Épicerie a près de deux fournisseurs différents (1,97)

Le **distributeur** le plus cité est Colruyt, qui est la source d'approvisionnement de près de 60% des épiceries sociales. Ensuite, il s'agit d'Aldi, de Carrefour et puis de Delhaize. Les autres distributeurs sont cités une unique fois : Champion, Match, Makro.

<b>Nb de répondants</b>	<b>29</b>	
Colruyt	17	59%
Aldi	6	21%
Carrefour	5	17%
Delhaize	3	10%
Champion	1	3%
Match	1	3%
Makro	1	3%
<b>Total Distributeurs</b>	<b>34</b>	<b>117%</b>

Un autre mode d'approvisionnement est la livraison de produits par des entreprises spécialisées. Elles sont citées 5 fois, principalement par des CPAS ou des grosses structures qui ont un volume d'achat important.

<u>Autres :</u>		
Delfood	2	7%
Trendy Food	1	3%
Deli XL	1	3%
Java Livraison	1	3%
<b>Total Livraison</b>	<b>5</b>	<b>17%</b>

L'approvisionnement local est également important, puisqu'il est cité 18 fois par les épiceries sociales, plus de fois que le premier distributeur.

Ce sont les boulangeries qui sont le plus souvent citées. Ensuite, vient le marché vespéral de Charleroi, où 3 épiceries des environs viennent s'y fournir. Deux épiceries sociales sont fournies en partie par des entreprises d'Economie sociale.

Enfin, d'autres commerçants, producteurs, agriculteurs locaux sont aussi cités par les épiceries sociales.

Boulangier local	7	24%
Marché vespéral	3	10%
Economie sociale locale	2	7%
Agriculteur local	2	7%
Maraicher local	1	3%
Marchand local	1	3%
Boucherie locale	1	3%
Cordier	1	3%
<b>Total Local</b>	<b>18</b>	<b>62%</b>

#### 2.4.1.4. Montant total d'achat par an

Sur un total de 38 épiceries<sup>12</sup>, 29 épiceries ont fourni le montant total d'achat. En **moyenne**, les épiceries réalisent des achats pour **23.074 €**. La médiane est de 15.927 € .

---

<sup>12</sup> Nous nous basons ici sur les réponses obtenues à la fois dans les questionnaires (pour rappel, 30 épiceries ont renvoyé leur questionnaire complété) et également les interviews (38 épiceries interviewées)

L'épicerie qui achète le plus totalise un montant de 122.000 €. Il s'agit d'un CPAS qui a ouvert l'accès de son Épicerie à tous les habitants de la Commune, avec un tarif préférentiel pour les personnes percevant le RIS ou d'autres aides sociales. L'épicerie sociale qui présente le chiffre le plus bas est à 2.500 € d'achats par an.

Cumulé pour toutes les Épiceries, **le total du montant d'achat est de 669.146 €**. Cette somme correspond à la capacité d'achat des épiceries sociales.

La répartition des achats par type de structure est présentée dans le tableau ci-dessous. On peut remarquer que les **CPAS** ont une moyenne d'achat plus élevée que la moyenne globale (35.443 €), tandis que la médiane est plus faible. Ce qui montre que le montant d'achat de 122.000 € tire aussi la moyenne des CPAS vers le haut.

À hauteur de 14.754 €, la moyenne des achats des Epiceries **Croix-Rouge** se situe bien en dessous de la moyenne globale. Ce que montre également la médiane (15.927 €)

Les **associations** ont une moyenne d'achats supérieure aux épiceries Croix-Rouge mais inférieur aux CPAS avec 20.874€, avec une médiane un peu inférieure.

	TOTAL DES MONTANTS D'ACHAT ANNUELS	Nb structures	Moyenne	Médiane
CPAS	318.990	9	35.443	14.600
Croix-Rouge	162.291	11	14.754	15.927
Associations	187.865	9	20.874	20.800
TOTAL	669.146	29	23.074	15.927

#### 2.4.1.5. Détermination du prix de vente

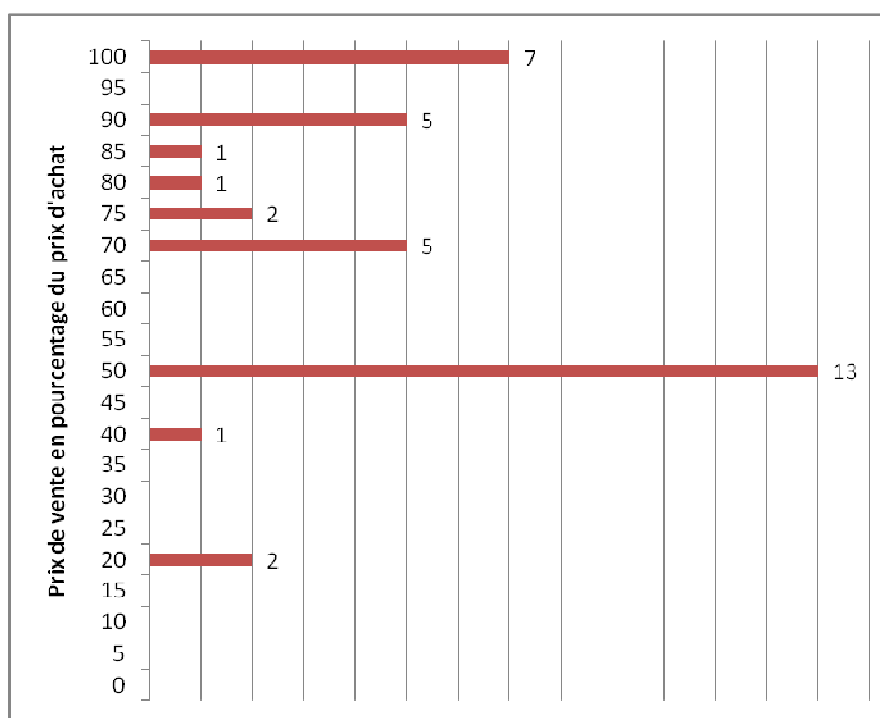
Dans 19% des épiceries, il n'existe pas de différence entre le prix d'achat et le prix proposé dans l'épicerie, ce qui se traduit par une réduction minimale ou nulle offerte aux clients par rapport au prix du marché. Cette situation est rencontrée par 50% des CPAS et finalement ne concerne que cette catégorie, à une exception près. Une vision étroite à propos des épiceries sociales laisserait à supposer qu'en absence d'avantage pécuniaire, une épicerie n'a pas lieu d'exister. Mais d'autres intérêts pour le CPAS et/ou pour le client sont à chercher au niveau de l'accessibilité, de la réinsertion socioprofessionnelle ou encore du contrôle exercé sur les bénéficiaires (voir le point consacré aux objectifs et raisons de l'ouverture des épiceries). Enfin, les clients des épiceries CPAS ne proposant pas de réduction de prix bénéficient parfois de bons alimentaires délivrés par le même CPAS. Ces bons constituent aussi un avantage net pour le client.

Des réductions de 50% ou plus par rapport au prix d'achat sont proposées par 43% des épiceries. Ce sont majoritairement des épiceries de la Croix-Rouge (56% du total) qui se permettent une telle politique suivies par les épiceries du secteur associatif (31%) et enfin des épiceries CPAS (13%). Au sein de la catégorie Croix-Rouge, 69% des épiceries pratiquent une réduction de 50%.

Remarque : En cas de dons d'aliments aux épiceries, celles-ci, majoritairement, ne les revendent pas et les redistribuent gratuitement à leurs clients.

Différence entre le prix d'achat et le prix de vente

	Prix vente = prix achat	-10%	-15%	-20%	-25%	-30%	-50%	-60%	-80%
CPAS	6	2	0	0	0	2	0	0	2
CR	0	0	1	0	1	2	9	0	0
Associatif	1	3	0	1	1	1	4	1	0
TOTAL	7	5	1	1	2	5	13	1	2



## 2.4.2. Logistique

### 2.4.2.1. Matériel

Dans le cadre du questionnaire, nous avons demandé aux épiceries quel type de matériel elles pouvaient disposer pour exercer leur activité.

Sur les 27 réponses obtenues, nous constatons que toutes les Épiceries sociales disposent d'un local. Pour les autres éléments matériels, nous voyons que les épiceries sont diversement dotées.

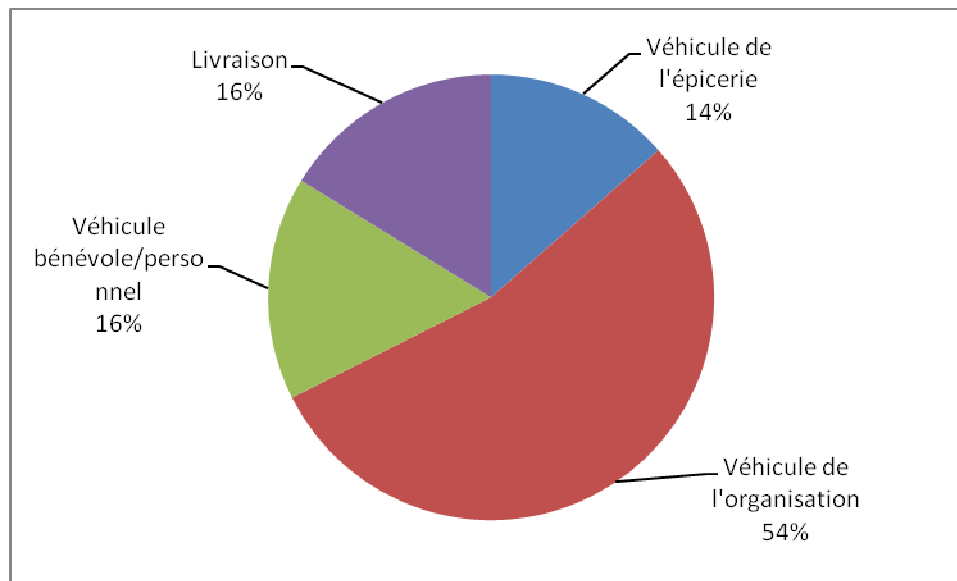
	Nombre d'épiceries	Total du matériel	Moyenne
Local	27	27	1
Frigo	22	51	2,4
Camionnette	20	23	1,2
Congélateur	18	66	3,7
Caisse enregistreuse	11	15	1,4
Cageots	7	-	
Voiture	3	3	1
Transpalette	3	3	1
Palettes	1	5	5

Nous avons voulu voir dans quelle mesure, par catégorie d'épiceries, le matériel était à la disposition des structures. Nous constatons ainsi que la plupart des frigos, des congélateurs et des caisses enregistreuses sont détenus par des ASBL. Les Épiceries de la Croix-Rouge sont moins bien dotées de manière générale.

	Effectifs Frigo		Effectifs Congélateur		Effectifs Caisse enregistreuse	
	Effectifs	Pourcentage	Effectifs	Pourcentage	Effectifs	Pourcentage
Asbl et autres	33	65%	51	77%	6	40%
CPAS	14	27%	11	16%	5	33%
Croix-Rouge	4	8%	4	7%	4	27%
Total	51	100%	66	100%	15	100%

#### 2.4.2.2. Transport

	véhicule de l'épicerie	Véhicule de l'organisation générale	Véhicule bénévole/personnel	Se fait principalement livrer
CPAS	2	6	0	4
CR	0	8	4	1
Associatif	3	6	2	1
TOTAL	5	20	6	6



En majorité (54%), le transport des marchandises pour approvisionner l'épicerie se fait avec un véhicule appartenant à l'organisation dans laquelle s'inscrit l'épicerie mais dont l'usage ne lui est pas exclusivement destiné. 61% des épiceries Croix-Rouge sont concernées par ce mode de transport et la moitié pour les deux autres catégories.

Peu d'organisations (14%) possèdent un véhicule destiné uniquement à leur épicerie et ce n'est jamais le cas pour les épiceries émanant de la Croix-Rouge. Ces dernières sont celles qui font le plus appel au véhicule personnel des bénévoles. Le véhicule privé des bénévoles ou du personnel est par ailleurs mobilisé par 16% des épiceries.

Le système de livraison de marchandises ne rencontre pas plus de succès (16%). Cette option est principalement utilisée à deux-tiers par les épiceries des CPAS et représente 25% du mode de transport adopté par cette catégorie.

Signalons que seules trois épiceries possèdent un véhicule réfrigéré alors que le nombre d'épiceries proposant du frais et/ou surgelés est plus important, ce qui soulève la problématique du respect des normes AFSCA.

#### 2.4.2.3. Surface des épiceries

Témoins de l'ampleur du projet, des volumes de marchandises considérés et de la capacité d'accueil de la population, les surfaces de vente et de stockage sont de bons indicateurs. Nous avons demandé aux Epiceries d'indiquer la surface de vente et la surface de stockage dont elles disposent.

Sur 30 répondants, 28 ont mentionné leur surface de vente et 27 leur surface de stockage. En moyenne, la **surface de vente** est de 49 m<sup>2</sup>. La valeur maximum est de 200 m<sup>2</sup> (un CPAS) et la valeur minimum est de 8 m<sup>2</sup> (également un CPAS) La médiane est de 32,5 m<sup>2</sup>

Pour ce qui concerne la surface de stockage, les valeurs sont plus basses, ce qui est logique puisque l'espace de vente est privilégié à l'espace de stockage, respectant ainsi la philosophie des épiceries sociales qui est de présenter aux choix des clients l'ensemble des produits disponibles.

	Surface de vente	Surface de stockage
Nb de répondants	28	27
Total	1384	463
Moyenne	49	17
Mediane	32,5	10
Valeur Max	200	100
Valeur Min	8	0

La moyenne de surface de stockage est de 17 m<sup>2</sup>, soit presque trois fois moins que la surface de vente. Idem pour la valeur médiane. Six épiceries (soit entre un quart et un cinquième) déclarent n'avoir aucun espace de stockage.

## Surface de vente

La distinction des surfaces de vente par type d'épicerie sociale permet de voir qu'en moyenne, les CPAS ont une surface de vente plus grande que l'ensemble des épiceries (+ de 50%), même si cette moyenne est tirée vers le haut par une épicerie sociale qui a une surface de 200 m<sup>2</sup>. La médiane suit la même tendance vers le haut. Étrangement, la plus petite épicerie sociale en surface est aussi gérée par un CPAS (8 m<sup>2</sup>)

En moyenne (ainsi que pour la valeur médiane), les surfaces les plus petites sont celles des épiceries sociales de la Croix-Rouge, avec 22 m<sup>2</sup>.

	TOTAL en m <sup>2</sup>	Nb structures	Moyenne	Médiane	Valeur Min	Valeur Max
CPAS	685	9	76	45	8	200
Croix-Rouge	172	8	22	21	10	30
Associations	527	12	44	36	16	124

## Surface de stockage

Pour les surfaces de stockage, il y a une nette distinction entre les épiceries de la Croix-Rouge, qui ont très peu de surface de stockage, tandis qu'au niveau associatif et dans les CPAS, les surfaces sont en moyenne de respectivement 24 et 20 m<sup>2</sup>.

	TOTAL	Nb structures	Moyenne	Médiane	Valeur Min	Valeur Max
CPAS	176	9	20	14	0	100
Croix-Rouge	28	8	4	2	0	7
Associations	259	11	24	20	0	75

## Corrélations<sup>13</sup>

Nous avons essayé de voir si le fait d'avoir un montant d'achat important pouvait être lié au fait d'avoir une surface de vente plus grande, et inversement, si le fait d'avoir un montant d'achat faible était liée au fait d'avoir une surface de vente plus petite.

Logiquement, la corrélation entre le nombre de produits proposés et la surface de vente est élevée. Au plus il y a de références différentes, au plus il faut des rayonnages et de l'espace pour les présenter.

<sup>13</sup> Le coefficient de corrélation permet de déterminer la relation entre deux types de valeurs. On compare deux listes de valeurs. Si elles ont une degré de relation important, le coefficient se rapproche de 1. Si elles ont un degré de relation peu important, le coefficient se rapproche de 0. Si elles ont un degré de relation inverse, le coefficient tend vers -1.



Corrélation entre nombre de produits et surface de vente	0,74	élevée
--	------	--------

La corrélation entre le montant d'achat et la surface de vente est également élevée. Au plus le montant des achats est élevé, au plus la surface de vente est grande. Ou inversement.

Corrélation entre montant achat et surface de vente	0,71	élevée
---	------	--------

Par contre, étonnamment, la corrélation entre le nombre de produits et la surface de stockage est faible ainsi que celle entre le montant d'achat et la surface de stockage.

Corrélation entre nombre de produits et surface de stockage	0,28	faible
Corrélation entre montant achat et surface de stockage	0,31	faible

#### 2.4.3. Personnel

La question du personnel est fondamentale dans le cadre des épiceries sociales. Une épicerie sociale ne se conçoit que s'il y a des personnes qui accueillent les bénéficiaires, tiennent la caisse mais aussi s'occupent de l'approvisionnement et du rangement des produits.

#### **Nombre de personnes salariées**

Sur les 30 épiceries ayant rendu leur questionnaire, seule 29 ont répondu à la question du nombre de salariés au sein de l'épicerie. Au total, sont 51 personnes différentes qui travaillent au sein des Épiceries sociales, sans compter les salariés sous contrats Article 60<sup>14</sup> (voir plus bas)

Il n'y a du personnel salarié que dans les CPAS et les Associations. La Croix-Rouge ne travaille qu'avec des bénévoles.

---

<sup>14</sup> La loi organique des Centres Publics d'Action Sociale (CPAS) de 1976 prévoit dans son article 60 que les CPAS peuvent engager des personnes sous contrat salarié dans le cadre d'une démarche de réinsertion socioprofessionnelle. Les personnes, sous contrat « article 60 », peuvent ainsi retrouver leurs droits au chômage après 12 à 18 mois. Ils sont employés par les CPAS, les Communes ou par des ASBL.

Les épiceries qui ont du personnel comptent en moyenne 2,68 salariés. Le maximum de personnes occupées dans les épiceries est de 6.

	Nb de répondants	Total	Nb de répondants qui ont du personnel	Moyenne dans les Épiceries qui ont du personnel	Valeur Max	Valeur Min
Total	29	51	19	2,68	6	0
CPAS	9	21	9	2,33	4	1
Croix-Rouge	9	0	0	0	0	0
Associations	11	30	10	3	6	0

### Nombre de salariés en Equivalents Temps Plein

A la question du nombre d'Equivalent Temps Plein, ce sont 23 Épiceries qui ont répondu. Au vu du détail des résultats, sur les 6 Épiceries n'ayant pas répondu à cette 2<sup>ème</sup> question concernant le personnel, seule une avait un salarié, les cinq autres déclaraient n'avoir aucun salarié.

Il y a donc au total 33,93 ETP qui travaillent au sein des 29 épiceries sociales ayant répondu au questionnaire. En moyenne, cela veut dire qu'il y a 1,89 ETP par Épicerie sociale qui emploie du personnel salarié. Le chiffre maximum est de 6 ETP dans une seule épicerie (il s'agit en réalité d'un ensemble de 4 épiceries)

Si on met en rapport les 2,68 personnes qui travaillent au sein des épiceries et les 1,89 ETP, on constate que les salariés y travaillent en moyenne un trois-quarts temps (0.70 ETP par personne)

	Nb de répondants	Total ETP	Nb de répondants qui ont du personnel	Moyenne dans les épiceries qui ont du personnel	Valeur Max	Valeur Min
Total	23	33,93	18	1,89	6	0
CPAS	8	12,93	8	1,62	3	0,6
Croix-Rouge	4	0	0	0	0	0
Associations	11	23	10	2,3	6	0

### Les personnes en contrat Article 60

Nombre de personnes

Sur les 30 épiceries qui ont répondu au questionnaire, 25 ont répondu à cette question. Il y en a 13 qui ont du personnel sous contrat article 60, dont une Épicerie Croix-Rouge.

Au total, il y a 40 personnes en contrat article 60. Ce qui porte à **91 le nombre de personnes salariées au sein des épiceries sociales.**

En moyenne, il y a 3 personnes article 60 dans les épiceries sociales qui accueillent ce type d'emploi d'insertion.

	Nb de répondants	Total	Nb de répondants qui ont au moins un art 60	Moyenne dans les épiceries qui ont du personnel	Valeur Max	Valeur Min
Total	25	40	13	3,08	8	0
CPAS	9	22	7	3,14	8	0
Croix-Rouge	8	1	1	1	1	0
Associations	8	17	5	3,4	7	0

#### Nombre d'ETP

Ici, seules 13 épiceries ont répondu à la question. 32,2 ETP en article 60 sont ainsi portés à notre connaissance. Au total, nous avons donc **66,13 ETP salariés** au sein des épiceries sociales.

	Nb de répondants	Total	Nb de répondants qui ont au moins un art 60	Moyenne dans les épiceries qui ont du personnel	Valeur Max	Valeur Min
Total	13	32,2	11	2,93	8	0
CPAS	8	22	7	3,14	8	0
Croix-Rouge	1	0,2	1	0	0,2	0,2
Associations	4	10	3	3,33	6,5	0

#### Les volontaires

Sur cette question, la réalité est contrastée. Sans aucune exception, les Maisons Croix-Rouge et les associations emploient des bénévoles au sein des épiceries sociales. Par contre, aucun CPAS n'emploie de bénévoles. Le seul répondant « manquant » est ici un CPAS dont on est sûr qu'il n'emploie pas de bénévoles.

	Nb de répondants	Total qui emploient des bénévoles
Total	29	20
CPAS	9	0
Croix-Rouge	9	9
Associations	11	11

Conformément au tableau ci-dessus, seules les associations et les Maisons Croix-Rouge emploient des bénévoles. Au total, ce sont **141 personnes qui sont engagées bénévolement** au sein des 29 Epicerie sociales répondantes.

Globalement, on dénombre en moyenne 7 personnes volontaires par épicerie.

Signalons néanmoins le cas particulier d'une Epicerie associative qui emploie 40 bénévoles. Précisons que cette Epicerie compte 4 antennes différentes, soit tout de même 10 bénévoles par Epicerie, ce qui reste plus élevé que la moyenne.

La médiane montre que le nombre de bénévoles dans chaque association se situe plutôt autour de 3 que de 10.

Au sein des Maisons Croix-Rouge, alors que le nombre maximum est de 15, la médiane est plus élevée : elle est de 6. Ce qui montre qu'il y a donc plus de bénévoles dans chaque épicerie. En d'autres termes, le nombre de bénévoles est plus homogène que dans les associations.

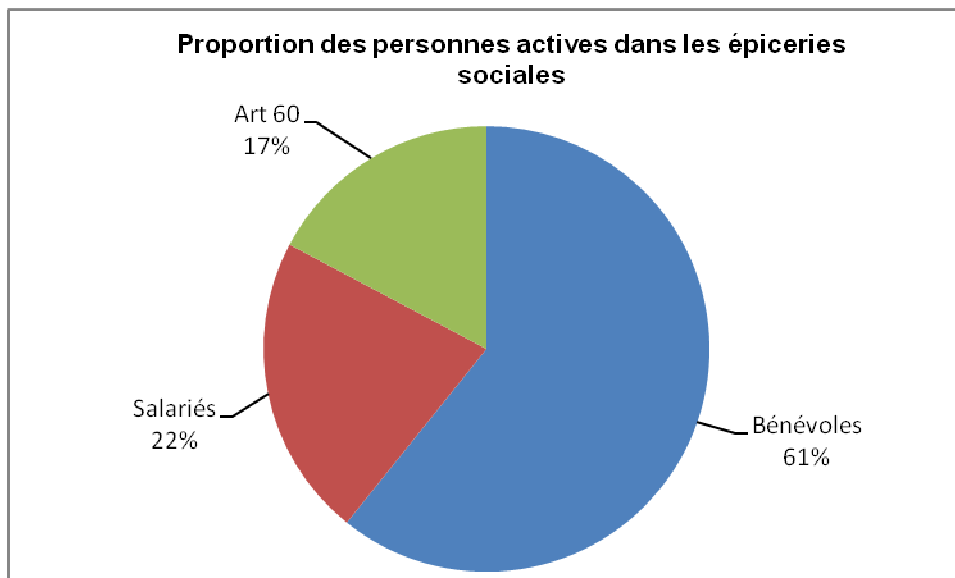
	Nb de répondants	Total	Nb de répondants qui ont du personnel	Moyenne dans les épicerie qui ont du personnel	Mediane	Valeur Max	Valeur Min
Total	24	141	20	7,05	3	40	0
CPAS	4	0	0	0,00	0	0	0
Croix-Rouge	9	55	9	6,11	6	15	2
Associations	11	86	11	7,82	3	40	1

Nous avons demandé aux épicerie qui emploient des bénévoles le nombre d'heures passées par ceux-ci dans l'Épicerie. La qualité des réponses était très diverse. Nous avons néanmoins essayé de valoriser ces heures.

Ce sont 18 épicerie qui ont répondu à la question sur les 20 qui emploient des bénévoles. Au total, il y a 278,50 heures par semaine, soit en moyenne 18 heures par semaine. Le maximum étant de 72 heures par semaine.

	Nb de répondants	Total	Nb de répondants qui ont du personnel	Moyenne dans les épiceries qui ont du personnel	Mediane	Valeur Max	Valeur Min
Total	18	278,5	15	18,03	10,5	72	0
CPAS	3	0	0	0,00	0	0	0
Croix-Rouge	6	150,5	6	25,08	16	72	7
Associations	9	128	9	14,22	12	30	3

Quand on totalise le nombre de personnes qui interviennent dans l'organisation de ces 29 Épiceries sociales, ce sont quelques **232 personnes impliquées, à titre bénévole ou salarié.**



#### 2.4.4. Sources de financement

##### **Subsides à l'emploi**

Sur les 30 épiceries sociales répondantes, 4 sont issues de la Région de Bruxelles-Capitale et 26 sont issues de la Région wallonne. Pour rappel, en Région bruxelloise, les soutiens à l'emploi se font grâce aux dispositifs ACS (Agents Contractuels Subventionnés) et aux PTP (Programme de Transition Professionnel), tandis qu'en Région wallonne, ce sont les APE (Aide à la Promotion de l'Emploi). Au niveau fédéral, les aides Maribel et les contrats SINE permettent le soutien à l'emploi.

Sur les 30 épiceries interrogées, 21 répondent à la question et 13 répondent qu'elles bénéficient d'aides à l'emploi.

En Région wallonne, 10 bénéficient de points APE, pour 17,5 personnes. Ce sont 6 CPAS et 4 associations.

En Région bruxelloise, une association dispose d'un emploi ACS (pour un mi-temps)

Au niveau fédéral, 3 Épiceries qui ont pu engager du personnel avec les contrats SINE, pour 4 personnes au total. Par ailleurs, une épicerie bénéficie de 3,5 emplois Maribel.

##### **Subsides à l'investissement**

Dans trois cas, la Loterie Nationale a financé du matériel. Dans un autre cas, c'est la Fondation Roi Baudouin qui a permis le démarrage du projet.

##### **Subsides de fonctionnement**

En Région wallonne, dans le cadre de l'agrément IDESS, il est prévu un montant de 1.500 € par structure IDESS pour financer les frais de fonctionnement. Actuellement 5 structures sont agréées IDESS, sur un total de 17 structures qui rentrent pourtant dans les critères et pourraient donc être potentiellement agréées.

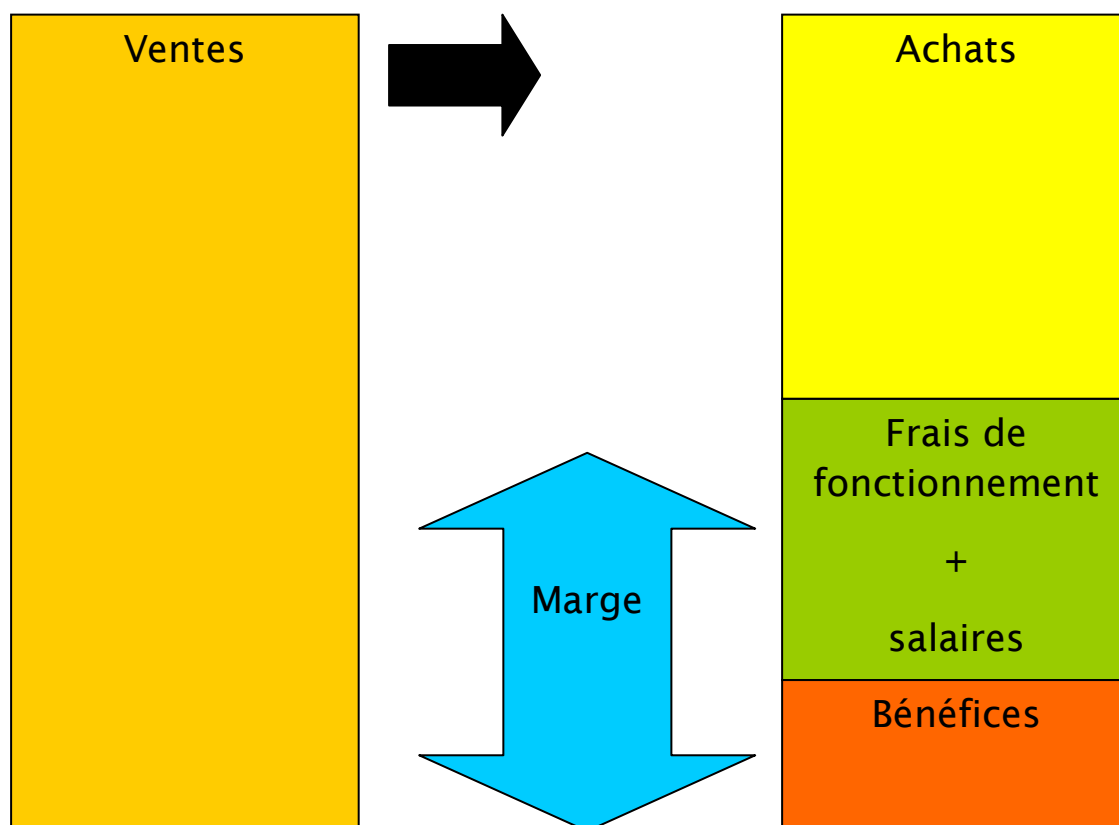
En Région bruxelloise, une épicerie sociale est financée dans le cadre de l'Economie sociale d'insertion. Elle est agréée ILDE (Initiative Locale de Développement de l'Emploi)

Sans surprise, ce sont les CPAS et les Associations qui sont le mieux subsidiés car ce sont elles qui font appel à des subsides de fonctionnement mais ce sont sans doute elles aussi qui sont les mieux outillées et disposent de personnes disponibles et compétentes pour ce genre de démarches.

## 2.5. Les épiceries sociales et l'Economie sociale

### 2.5.1. Modèle économique d'un commerce alimentaire classique

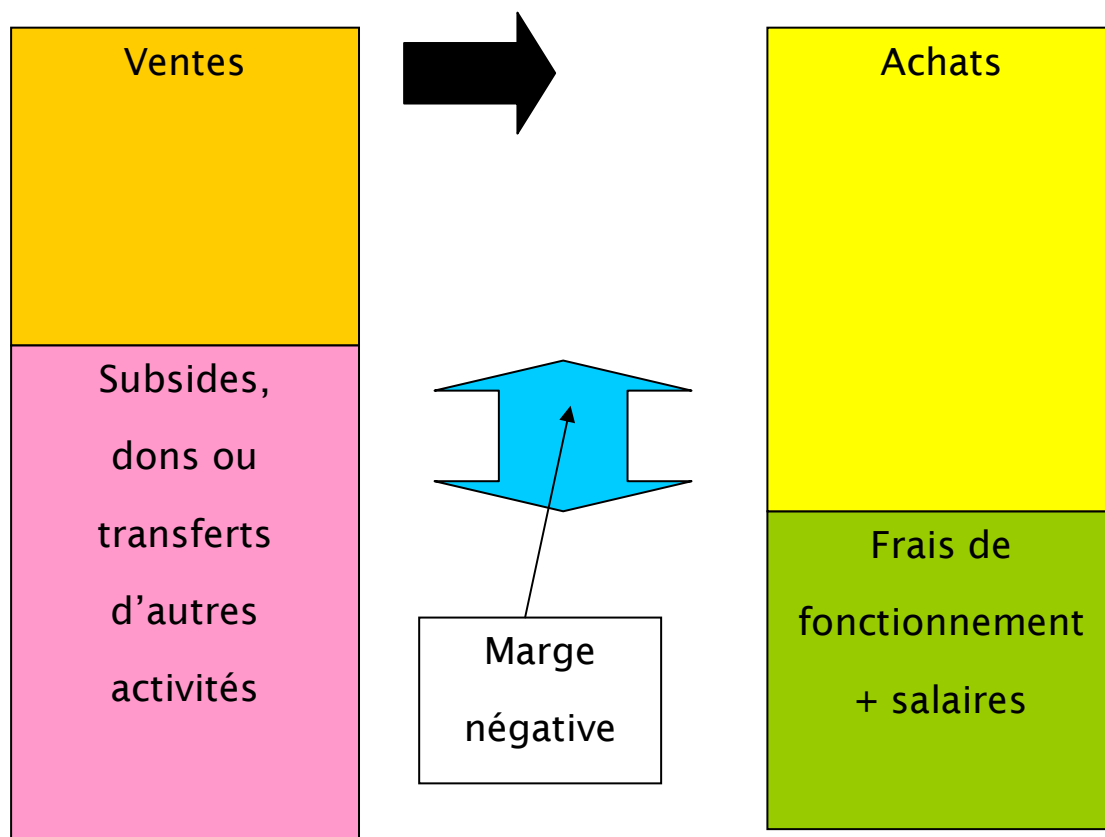
Pour bien comprendre le modèle économique d'une épicerie sociale, il est important de se référer au modèle classique. Le modèle économique classique d'une épicerie, ou d'une entreprise de distribution de produits, est caractérisé par l'existence d'une marge entre les ventes et les achats. Cette marge permet non seulement de payer des frais de fonctionnement (infrastructure) et de personnel mais aussi de dégager une marge bénéficiaire. Celle-ci va permettre d'assurer le développement de l'entreprise et de rémunérer les actionnaires.



### 2.5.2. Modèle économique d'une épicerie sociale

Contrairement au modèle classique, c'est une marge négative ou parfois nulle entre ventes et achats que fait apparaître le modèle économique d'une Epicerie sociale.

La marge négative est une illustration de la pertinence de l'offre de l'épicerie sociale. L'organisation va réaliser des achats de produits sur le marché classique et va les revendre moins chers à ses clients, ce qui va occasionner une marge négative. Celle-ci devra être compensée soit par des subsides, dons ou, comme cela se fait dans nombre d'associations ou de Maisons Croix-Rouge, par des transferts de revenus générés par d'autres activités (ventes de vêtements de seconde main, location de matériel paramédical, etc.)



L'enjeu des épiceries sociales est donc de diminuer ou de supprimer cette marge négative en s'approvisionnant avec des produits achetés à bas prix ou des produits gratuits.

L'idée de créer une centrale d'achat participe à cet objectif de réduction des prix d'achat des marchandises.



### 2.5.3. Liens avec l'économie sociale

Pour rappel, l'Economie sociale est définie de la manière suivante (Décret wallon du 20 novembre 2008) :

« les **activités économiques** productrices de biens ou de services, exercées par des sociétés, principalement coopératives et/ou à finalité sociale, des associations, des mutuelles ou des fondations, dont l'éthique se traduit par l'ensemble des principes suivants :

1° **finalité de service à la collectivité ou aux membres, plutôt que finalité de profit ;**

2° **autonomie de gestion ;**

3° **processus de décision démocratique ;**

4° **primauté des personnes et du travail sur le capital dans la répartition des revenus.**

*Par son action, elle permet d'amplifier la performance du modèle de développement socioéconomique de l'ensemble de la Région wallonne et vise l'intérêt de la collectivité, le renforcement de la cohésion sociale et le développement durable. »*

Dans le cadre de cette étude, nous pensons qu'il est possible d'envisager la création d'entreprises d'Economie sociale dans le secteur de l'aide alimentaire. Par exemple, le Potager de Marianne, chantier d'Insertion créé par ANDES à Rungis, pour trier et reconditionner les fruits et légumes à destination des Épiceries sociales.

Dans le cadre du projet de centrale d'achat, on pourrait considérer la création d'une coopérative logistique qui peut inclure une dimension insertion.

### 3. Les épiceries sociales en réseau

#### 3.1. Contacts entre épiceries

Les contacts entre les épiceries sociales sont assez limités. Les moments les plus denses se déroulent lorsque des personnes sont à la recherche d'exemples, d'expériences et de bons conseils pour ouvrir une épicerie sociale. Mais une fois l'épicerie mise sur pied, les contacts ne se prolongent pas.

Des relations ont également été nouées lors de tentatives avortées de mise en réseau de certaines épiceries (voir le point échec de mise en réseau) mais à nouveau sans lendemain.

Relevons quand même que certaines épiceries issues de différentes catégories sont en relations pour se partager des produits frais obtenus à petits prix auprès du Resto du Cœur de Manage.

Plus spécifiquement au niveau des épiceries Croix-Rouge, en dehors des visites de bonnes pratiques, elles ne s'inscrivent pas dans une dynamique collective particulière (à l'une ou l'autre exception près). Via le comité provincial, elles peuvent se retrouver mais il ne semble pas que cela débouche actuellement sur une collaboration étroite.

Au niveau associatif et autre, un réseau local sur Charleroi est en cours de constitution (voir point type de réseau ou en cours de création).

Il est intéressant de remarquer qu'il existe parfois une certaine concurrence entre épiceries sur les opportunités d'obtention de produits gratuits ou à moindre coût auprès de fournisseurs divers.

#### 3.2. Accueil par rapport à l'idée d'un réseau

On peut dire que globalement l'idée de créer un réseau d'épiceries sociales est accueillie favorablement même si c'est la catégorie Croix-Rouge qui semble la moins réceptive (5 épiceries sur 12 ont clairement exprimé leur peu d'intérêt dont les raisons seront évoquées ci-dessous). Malgré ces quelques réticences, toutes les épiceries se sont déclarées prêtes à participer à une première réunion de préparation de ce réseau.

### 3.2.1. Difficultés identifiées par les acteurs

Les difficultés identifiées par les acteurs de terrain pour réaliser un tel réseau sont :

Au niveau des épiceries CPAS :

- La dimension politique propre au CPAS où siègent différentes couleurs politiques,
- Problème de stockage quand on doit réceptionner une quantité importante de marchandises en une seule fois.
- L'harmonisation des bonnes pratiques et du fonctionnement ne sera pas facile vu la diversité du secteur (par exemple entre un CPAS travaillant avec des professionnels et des structures de type bénévole).
- Nécessité d'avoir une réduction de prix très importante (-25 ou -30%) pour compenser au minimum les frais de transport que cela pourrait impliquer au niveau d'un réseau.
- Les procédures administratives et comptables propres et longues aux CPAS (par exemple 6 mois de délai pour paiement facture) qu'il ne sera pas évident d'associer avec des trésoreries plus flexibles.
- L'obligation incombant aux CPAS de devoir passer par une offre de marché.
- La nécessité d'avoir un fonctionnaire qui sache vendre le concept à son CA.
- La distance géographique qui sépare les différentes épiceries.

Au niveau des épiceries Croix-Rouge :

- Une commande groupée implique le risque de ne pas avoir tous les produits souhaités, il faut laisser le choix à l'épicerie qui possède son public spécifique (par exemple les musulmans en ville).
- Le fait de devoir acheter plus en une seule fois et avoir l'espace de stockage nécessaire.
- être livré aux moments où les bénévoles sont disponibles.
- les échanges d'expériences ne sont pas intéressantes car les besoins ne sont pas les mêmes.
- problème de transport : quand la source d'approvisionnement actuelle est très proche, risque de ne pas avoir la même facilité avec une centrale d'achat ou des achats groupés.
- chaque épicerie fonctionne selon ses propres règles.

Au niveau associatif :

- diversité du degré de sérieux des personnes impliquées dans le secteur.
- sensibilités politiques et administratives différentes.
- le stockage.
- coûts liés aux transports par rapport à une situation actuelle d'immédiateté géographique.
- turn-over important dans le milieu associatif.
- horaires d'ouverture différente.

- diversité de mode de fonctionnement, garder sa liberté.
- les épiceries (et leurs clients) sont habituées à des produits bien définis et un réseau pourrait bouleverser cette offre locale.

Bref, les trois catégories d'épiceries expriment certaines difficultés communes qui concernent l'espace de stockage en cas de réception d'une quantité de marchandises importante et la problématique du transport (se faire livrer à un moment où les personnes sont disponibles ou aller chercher les produits à une distance plus grande qu'aujourd'hui). Les épiceries sociales de la Croix-Rouge et du monde associatif semblent plus sensibles à l'argument de l'indépendance organisationnelle et de l'offre de produits disponibles dans leur épicerie. Les CPAS insistent sur l'aspect administratif propre aux institutions publiques (procédures de trésorerie et d'appels d'offre, politisation, etc.)

### 3.2.2. Exemples d'échec de mise sur pied d'un réseau

- Archipel : Il y a quelques années, l'association Archipel a tenté de mettre sur pied un réseau d'épiceries mais l'initiative ne s'est jamais concrétisée. Le constat d'échec s'est notamment appuyé sur le fait que les quantités et les types de produits varient trop fortement d'une épicerie à l'autre. Par ailleurs, le projet s'est heurté aux manques de sources de financements pour assurer un suivi des idées émies.
- En Brabant wallon, une association a essayé de créer un réseau au départ de la province mais sans succès : trop peu d'épiceries présentes, problème de l'achalandage et d'identité commune.

### 3.2.3. Types de réseaux existant ou en cours de réalisation

- À l'initiative de la FCSS-FCSSB, les associations bruxelloises qui distribuent des colis de nourriture, tiennent un restaurant social ou gèrent une épicerie sociale se sont regroupées au sein de la Concertation Aide Alimentaire. La Concertation Aide Alimentaire a pour objectif de soutenir ces associations, qui s'inscrivent dans une démarche collective afin de garantir la qualité de l'aide alimentaire à tous niveaux. Au-delà de l'amélioration de l'aide alimentaire, la Concertation Aide Alimentaire vise à attirer l'attention des politiques et du grand public sur une réalité inacceptable et à proposer des outils de changement. La concertation a aussi entamé un travail d'échanges de bonnes pratiques, de formations, de mutualisation des opportunités au niveau des offres de produits mais aussi la formulation d'une charte éthique et déontologique visant à encadrer le travail des intervenants de l'aide alimentaire.
- Promotion Famille réunit 5 épiceries sociales dans la région de Charleroi qui utilise la même carte C-Colruyt en passant commande une fois par mois. Le lieu de stockage se situe à Roux et avec la camionnette commune, deux employés (dont un article 60) dispatchent les marchandises dans les différentes antennes. Il existe une liste

commune pour toutes les épiceries de Promo Famille et un produit peut être rajouté à la demande d'un membre. La première semaine du mois, la commande est envoyée au Colruyt. La deuxième semaine du mois, les marchandises sont apportées au lieu de stockage. C'est durant la troisième semaine du mois que les différentes antennes sont livrées. Lors de la livraison, la liste des prix d'achat est donnée aux antennes (bon de livraison). Le montant de la facture est divisé en parts égales par le nombre d'antennes qui participent (sauf pour marchandises). La facture comprend : frais d'achats des marchandises, la camionnette et l'essence, le dépôt.

- L'asbl Faim et Froid est en train de constituer un réseau/fédération de quelques épiceries dans la région de Charleroi : les 5 épiceries de Promotion Famille, Monceau (privé), Roux (privé), Charleroi (Faim et Froid et Promo Famille) mais pas le CPAS de Charleroi. Il s'agit pour l'instant d'une association de fait qui pourrait évoluer vers une asbl. Selon cette asbl, le fait d'être à plusieurs permet de faire des achats groupés, d'avoir plus de pouvoir d'achat et plus de force d'interpellation auprès des grosses firmes. Faim et Froid met à disposition des autres associations le travail effectué par leur service de recherche. Pour l'instant, il y a une concertation entre les assistants sociaux des associations pour se mettre d'accord sur une carte d'accès commune (forme, délai). Faim et Froid s'occuperait du transport (camionnettes) et de l'informatique (carte accès personnalisé avec photo et surtout éviter que les personnes n'aillent dans plusieurs épiceries la fois). Promotion famille est chargé de trouver l'endroit de stockage car l'espace de stockage de Faim et Froid est limité à cause des meubles (même si elle possède une très grande chambre froide qui pourrait accueillir la viande). Les autres associations (qui sont très petites) ne doivent pas contribuer. Il y aura une unification des produits et des prix proposés : les gens doivent pouvoir s'y retrouver. Les associations sont aussi en train de rédiger une charte commune. Actuellement, aucun subside n'a été sollicité pour mettre sur pied cette fédération. Signalons que l'aspect de revendications politiques ou de visibilité externes n'est pas recherché. Dans 6 mois, les épiceries se fourniront en produits de manière commune et la carte d'accès sera prête. Il s'agit bien d'un réseau d'épicerie et les colis alimentaires ne sont pas concernés par cette initiative.
- Les épiceries sociales de la Croix-Rouge constituent dans leur mode de fonctionnement des entités indépendantes aussi bien les unes par rapport aux autres que par rapport au niveau central de la Croix-Rouge. Cependant, les autorités de la Croix-Rouge tentent depuis quelques mois de fédérer leurs épiceries sociales en leur proposant des formations communes (approche du client, etc) mais aussi en rédigeant un guide à disposition des autres locales Croix-Rouge si celles-ci souhaitent ouvrir une épicerie sociale. A terme, l'objectif est de créer un véritable réseau interne d'épiceries sociales.

#### 3.2.4. Bénéfices d'un tel réseau

Pour les personnes interviewées, les bénéfices d'un tel réseau seraient

- en premier lieu et principalement de pouvoir obtenir des denrées à bons prix (ou des dons ou échanges de surplus de stock) pour pouvoir soit les revendre moins chers

que les prix actuellement pratiqués dans les épiceries sociales, soit soulager les finances de l'association et assurer la pérennité de l'activité.

- Une grande majorité des épiceries sont aussi d'accord que ce réseau soit un lieu d'échanges d'expériences et de bonnes pratiques.
- De manière moins prégnante, le réseau pourrait faciliter la mise sur pied de formations communes (communication, vitrine, normes afscs, etc)
- Enfin, de manière éparse sont citées les possibilités suivantes : vendre des produits de commerce équitable/social et favoriser les produits du commerce local.

#### 4. Perspectives pour un réseau – résultats des premières rencontres collectives

Dans le cadre du projet REPIS, nous avons convenu de travailler dans une dynamique participative. Pour rappel, dès la page 5 du dossier de demande de subside au SPP Intégration sociale, nous précisons *« Il s'agit d'un projet de mise en réseau qui nécessitera l'implication des Épiceries Sociales. Il conviendra donc, non seulement d'explorer le souhait et les possibilités concrètes de mobilisation des Épiceries Sociales dans un tel réseau ; mais aussi de favoriser cette mobilisation en les impliquant dans le processus de construction du REPIS. »*

##### 4.1. Réunions des épiceries

Nous avons pensé que la meilleure manière d'impliquer les épiceries sociales était de les inviter à des réunions pour, ensemble, décider de l'avenir de la création d'un réseau. Dans ce cadre, deux réunions de mobilisation ont été organisées.

##### 4.1.1. Première réunion des épiceries sociales – 15 septembre 2010

La première a eu lieu le 15 septembre. Elle a permis la présentation des Résultats de l'Etude et d'avoir les réactions des personnes présentes.

Nous avons eu la présence de 17 épiceries sociales sur les 37 rencontrées dans le cadre de l'Etude et sur les 47 identifiées (plus 11 qui ont excusé leur absence).

L'ordre du jour était le suivant :

1. Accueil et Explication de la matinée par Bernard Horenbeek
2. Présentation de Credal par Bernard Horenbeek, de la FCSS par Charles Lejeune et tour de table : chacun des participants est invité à se présenter
3. Présentation des Résultats de l'Etude Etat des Lieux sur les épiceries sociales par Alexandre Chaidron et Fabrice Adam
4. Discussion sur les résultats de l'Etude et sur la pertinence d'un Réseau.

Alexandre Chaidron de la FCSS a présenté les résultats liés à l'analyse des interviews réalisées par lui (dimension qualitative). Fabrice Adam a présenté les résultats de l'analyse tirée des questionnaires quantitatifs.

A la suite de la présentation des résultats de l'Etude, nous avons eu des débats sur les éléments suivants :

- la définition de l'épicerie sociale
- Logistique d'approvisionnement
- L'équilibre budgétaire difficile à trouver
- Problématique TVA
- Participation des bénéficiaires
- Problématique AFSCA
- Création d'un Réseau

La réunion s'est terminée sur un mot-clé cité par chaque participant. Le mot-clé qui est revenu le plus souvent est « Echange », mais d'autres ont aussi été cités : Uniformité, pédagogie, réseau, approvisionnement, collaboration, bénévoles, convivialité, volontariat, la définition, etc.

Nous avons clôturé la réunion en prévoyant la tenue d'une deuxième réunion pour présenter un scénario de démarrage d'un Réseau.

#### 4.1.2. Deuxième réunion des épiceries sociales – 19 octobre 2010

La deuxième réunion au eu lieu le 19 octobre 2010 et a permis la présentation d'un scénario de construction du Réseau REPIS.

Le contenu de la présentation se trouve dans la partie « 4.2 Scénario pour la création d'un Réseau »

La réunion a débouché sur les éléments suivants :

- mandat a été donné à Alexandre Chaidron, Hugues-Olivier Hubert et Fabrice Adam de continuer à discuter avec d'éventuels financeurs pour soutenir le lancement du Réseau ;
- une Assemblée plénière constitutive du Réseau est prévue le 15 décembre 2010 à Monceau-Fontaines (Monceau sur Sambre) ;
- la constitution d'un Groupe de Travail sur la réalisation d'une charte qui définisse ce qu'est une Épicerie sociale et la manière de travailler.

#### 4.2. Scénario pour la création d'un Réseau

##### 4.2.1. Besoins des épiceries sociales

Nous avons identifié trois types de besoins spécifiques dans le cadre de cette étude :

1. **Assurer un approvisionnement régulier de marchandises**, qui puissent répondre aux besoins des bénéficiaires et qui puissent assurer une pérennité aux épiceries sociales

2. **Obtenir des informations** spécifiques dans des domaines liés au métier d'Épicier, au travail social et aux réglementations, Echanger des informations entre épicier sociaux.
3. **Etre reconnues comme épiceries sociales**, trouver une définition commune sur laquelle les épiceries sociales peuvent se rassembler pour assurer une cohésion et une qualité dans le travail d'épicerie sociale.

Dans ce cadre, nous avons proposé la création d'un Réseau d'épiceries sociales qui travaillera sur ces 3 axes.

#### 4.2.2. Missions du Réseau d'épiceries sociales

Nous proposons de répondre à ces besoins en travaillant sur trois missions.

1. Développer une logistique d'approvisionnement

##### **Objectif :**

Pour proposer aux bénéficiaires un large choix de produits, et en même temps, ne pas déséquilibrer leur budget, les épiceries sociales consacrent actuellement beaucoup d'énergie à faire des recherches de produits, dénicher des promotions et à négocier individuellement l'achat de produits. Dans certains cas, les épiceries sociales n'arrivent tout simplement pas à s'approvisionner pour certains produits.

Pour répondre collectivement à ce problème d'approvisionnement, nous comptons travailler sur l'effet de masse, en rassemblant les épiceries sociales.

##### **Méthode :**

Nous envisageons de travailler sur deux approches différentes :

1. Création d'une centrale d'achat
2. Système de cartes et de chèques

La première approche consiste en la création d'une centrale d'achat – sous forme de coopérative-, qui aurait le rôle de négocier des prix de gros avec les distributeurs et les producteurs, de rassembler les produits en un lieu et de les acheminer vers les Épiceries sociales.

Cette centrale d'achat pourrait aussi valoriser des produits qui ne sont plus mis à la vente mais qui peuvent être consommés, dans un logique d'éviter le gaspillage alimentaire (tel



l'entreprise d'insertion Potager de Marianne porté par ANDES qui trie et reconditionne les fruits et légumes à Paris-Rungis)

Un des enjeux majeurs de ce projet est d'avoir un volume d'achat important pour pouvoir travailler sur les marges.

Le bureau Levanto a réalisé une première simulation de centrale d'achat, pour le compte du réseau flamand Vlaamse Sociale Kruidenier. D'autres projets sont à l'étude (Ateliers de Pontaury ASBL), qui visent à la création d'une centrale, mais pour d'autres secteurs de l'Economie sociale (Entreprises de Formation par le Travail, etc.) Actuellement, des entreprises d'Economie sociale ont des outils logistiques importants qui peuvent être évalués (Croix-Rouge de Belgique, Magasins du Monde-Oxfam en Wallonie et à Bruxelles, Wereldwinkels en Flandre, etc.)

Dans le cadre du Réseau REPIS, il convient de faire un travail d'évaluation des différents modèles existants et des projets en cours d'étude. Ce travail consistera en la rencontre des auteurs de ces études, en la réalisation d'une synthèse comparative des modèles et de la construction d'un modèle, intégré ou non avec d'autres. Il faudra déterminer les conditions de réalisation d'un tel projet.

La centralisation des offres et demandes est aussi une demande des distributeurs (discussions avec Carrefour) et des producteurs (contact avec Nutricia-Danone), pour que ceux-ci ne doivent s'adresser qu'à un seul interlocuteur et pas à une multitude. Ce projet de centrale d'achat pourrait aussi répondre à cela.

La deuxième approche consiste en la négociation avec des grands groupes de distribution pour obtenir des conditions d'achat qui permettent à la fois de pouvoir accéder à un grand nombre de références mais aussi d'avoir des prix plus bas que sur le marché actuel.

Le mode opératoire serait l'utilisation de cartes spéciales (de type carte C pour le groupe Colruyt) ou de chèques (système Carrefour en France)

Ce système décentralisé a l'avantage de ne pas devoir créer une logistique d'approvisionnement, puisque les responsables d'épiceries sociales pourraient se ravitailler eux-mêmes.

Il convient ici de continuer les discussions déjà entamées avec Carrefour (qui utilise ce système en France) ou avec Colruyt (première chaîne dans laquelle les Épiceries viennent s'approvisionner), ou encore Delhaize (qui a montré un intérêt à l'occasion de l'ouverture de sa chaîne RedMarket)

### **Résultat :**

Une étude complète sur les aspects financiers, organisationnels, sociaux et environnementaux de ces deux systèmes qui peuvent répondre aux problèmes d'approvisionnement.

## 2. Créer un centre de compétences

### **Objectif :**

Fournir des compétences et informations spécifiques dans des domaines liés au métier d'Épicier, au travail social et aux réglementations.

Nous avons constaté dans le cadre de l'étude sur les épiceries sociales que des problématiques liées aux réglementations étaient souvent évoquées : respect des normes d'hygiène AFSCA, assujettissement ou non à la TVA, réglementation liée à la loi sur le volontariat, problème de concurrence déloyale, réglementation des marchés publics, etc.

Des thématiques liées au travail social sont également évoquées : écoute, accueil, recueil et traitement de l'information, déontologie, respect et non jugement des personnes, participation des usagers, articulation avec les autres services sociaux, etc.

Le métier d'épicier est aussi décliné en compétences qui peuvent être apportées ou échangées entre les responsables d'épicerie sociales : rayonnage, etc.

De manière à améliorer la qualité du travail, les questions de gestion sont abordées : informatiques, finances, panorama des aides d'Etat (subsidés), appui à la création, etc.

### **Méthode :**

Nous comptons travailler sur plusieurs manières d'aborder les compétences :

1. Modules de formation
2. Groupes d'Echange entre pairs
3. Accompagnement individualisés
4. Outils web (site internet, blog, etc.)

#### 1. Modules de formation

Nous identifierons les besoins en formation des épiceries en repartant des informations et compétences demandées. Nous solliciterons des formateurs externes pour des thématiques générales (AFSCA, TVA, marchés publics) Nous demanderons à certains responsables d'épicerie sociales de donner des formations sur des thématiques qu'ils maîtrisent et qu'ils désirent partager. Nous travaillerons avec les experts en travail social de la FCSS.

#### 2. Groupes d'Echange entre pairs

Nous créerons des Groupes de Travail spécifiques de manière à promouvoir les échanges d'informations, de « trucs et astuces » entre pairs. Ces groupes de Travail peuvent également réfléchir à des thématiques plus difficiles et pour lesquels des changements législatifs doivent être envisagés. Des groupes d'intervision seront aussi proposés, tels qu'ils sont déjà animés par les experts de la FCSS.



Des groupes peuvent être organisés en sous-région (Charleroi, Mons-Tournai, Bruxelles) ou par catégories (Associations, CPAS, la Croix-Rouge ayant déjà des réunions de réseau)

### 3. Accompagnements individualisés

Un service conseil sera créé pour répondre à des besoins spécifiques, par exemple une Commune qui voudrait créer une épicerie sociale. L'expertise de Credal Conseil sera sollicitée dans ce cadre.

### 4. Outils web (site internet, blog, etc.)

Des outils liés aux nouvelles technologies seront également mis en œuvre pour améliorer la communication et l'échange entre les membres.

#### **Résultat :**

La mise en place d'un programme de formation, de groupes de travail, d'un service conseil et d'outils de communication interne.

### 3. Former l'identité et améliorer la visibilité des épiceries sociales

#### **Objectifs :**

Au cours de l'Etat des lieux, des questions sur l'identité des épiceries sociales sont venues se poser. L'idée est d'arriver à une vision cohérente et partagée de ce qu'est une épicerie sociale, sans pour autant exclure des acteurs mais en essayant de les tirer vers le haut, en les incluant dans le processus.

#### **Méthode :**

Nous démarrerons cette démarche par la constitution d'un Groupe de Travail restreint (sur base volontaire), qui entreprendra la réalisation d'une charte commune, qui contiendra la définition de ce qu'est une épicerie sociale, la vision, les objectifs, etc.

Dans un deuxième temps, nous travaillerons sur la visibilité externe des épiceries sociales, vis-à-vis des interlocuteurs économiques, sociaux, politiques, etc.

#### **Résultat :**

Un travail sur l'identité et une visibilité externe accrue.

#### 4.2.3. Missions complémentaires

D'autres missions complémentaires peuvent être mises en œuvre de manière complémentaire au travail déjà prévu ci-dessus.

### 1. Créer une filière de réemploi du mobilier de magasin

**Objectif :** Permettre aux épiceries sociales de présenter leurs produits de manière correcte et renforcer l'image positive de ces lieux aux bénéficiaires.

**Méthode :** Sur base des besoins en mobilier de magasin des épiceries sociales, nous établirons une liste de type de matériel. Ensuite, lorsqu'une opération de rénovation et de renouvellement d'un magasin est en cours, un matching sera fait entre le mobilier qui peut être donné/vendu et les besoins des épiceries sociales.

**Résultat :** Une filière de réemploi efficace.

### 2. Développer un projet de création d'Entreprise d'Insertion

**Objectif :** Créer des emplois pour personnes peu qualifiées dans le cadre d'actions de réinsertion en Economie sociale.

**Méthode :** A l'instar de l'expérience d'ANDES en France, créer des structures d'insertion d'ES autour du tri/reconditionnement de légumes au marché matinal de Bruxelles ou dans le cadre d'autres actions de réemploi.

**Résultat :** La création d'emplois en Economie sociale.

### 3. Réalisation d'un kit de création

**Objectif :** Faciliter la création de nouvelles épiceries sociales par l'apport de best practices.

**Méthode :** Nous réaliserons une brochure ou une farde rassemblant des éléments permettant la création pratique et concrète d'une épicerie sociale, quel que soit l'acteur qui est à l'origine de la création. Des éléments d'ordre financier, juridique, commercial, social, de gestion composeront le kit de création.

**Résultat :** Un kit de démarrage.

#### 4.2.4. Calendrier et budget-temps

Nous envisageons de démarrer le projet en janvier 2011. Nous avons réalisé un calendrier et un budget-temps pour l'année 2011, que nous considérons comme une année de démarrage du Réseau.

Nous estimons que le nombre de jours de travail est de 440 jours par an, ce qui correspond à deux équivalents temps pleins.

Actions	Calendrier	Nombre de jours
1. Logistique d'approvisionnement des épiceries sociales :		
a. Démarrage rencontres avec projets de centrale d'achat :	janvier-11	10
b. Réalisation de simulations :	janvier-avril 2011	20
c. Rencontres avec distributeurs :	mars-avril 2011	10
d. Réalisation rapport :	janvier-avril 2011	20
e. Remise 1 <sup>er</sup> rapport :	avril-11	10
f. Remise rapport final :	septembre-11	10
2. Centre de compétences:		
a. Mise en place de Groupes de Travail :	janvier-février 2011	10
b. Travail sur programme de formation :	février-mars 2011	10
c. Réalisation des premières formations :	mai - juin 2011	20
d. Relance des formations	septembre-Décembre 2011	10

3. Identité - visibilité		
a. Mise en place Groupe de Travail Charte :	mars-11	20
b. Coordination (invitation, relance, animation, suivi) :	mars-septembre 2011	30
c. Remise 1 <sup>ère</sup> version de la charte :	septembre -11	20
d. Finalisation de la charte :	décembre-11	20
e. Communication externe - construction des outils :	septembre-11	30
f. Communication externe - utilisation des outils :	décembre-11	50
4. Coordination interne		50
5. Animation du réseau		50
6. Gestion relations externes, pérennisation réseau, nouveaux projets		40
TOTAL		440

#### 4.2.5. Moyens et Budget 2011

Nous pensons qu'il faut prévoir l'engagement de 2 personnes (2 Equivalent Temps plein) pour démarrer le travail du Réseau REPIS.

Pour la période 2011-2012, la FCSS a accepté de « loger » le REPIS au sein des bureaux et sur le pay-roll de l'ASBL, ce qui permettra d'éviter des coûts de structure trop importants. Des synergies avec l'équipe actuelle de la FCSS concernant le travail d'équipe et l'aspect financier pourront être réalisées.

Nous imaginons la création d'un Comité de Pilotage permanent pour assurer un suivi du projet et être une instance décisionnelle. Il sera composé des financeurs, des partenaires actuels et des acteurs de terrain.

Nous comptons également constituer un Comité d'Accompagnement élargi aux représentants des Pouvoirs Publics pour les impliquer dans le projet, pour assurer un suivi et un soutien financiers.

Actions	Détails	Montants (en €)
Engagement d'un Coordinateur de Réseau	Profil gestion d'équipe, connaissance en travail social, contacts avec les épiceries sociales, animation des Groupes de Travail sociaux et Identité, communication interne, formations sociales, etc. (CP 332, barème 1.80)	57.700
Engagement d'un Chargé de Mission Projets	Profil économique ou commercial, expérience en achat ou logistique, négociation avec les distributeurs, animation des Groupes de Travail économiques, formations en gestion, etc. (CP 332, barème 1.80)	57.700
Mise à disposition de locaux	Part du loyer, électricité, etc. (20% du coût salarial)	23.080
Frais de déplacement	0,3 €/ km, 1.000 km par mois, 2 personnes	7.200
Participation gestion administrative et financière	Gestion comptable, financière, paiement des fournisseurs, gestion des salaires, etc. (CP 332, barème 1.55/61/77)	10.000
Participation gestion administrative, accueil, secrétariat	Gestion accueil téléphonique, courriers, mailings, etc. (CP 332, barème 1.55/61/77)	10.000
Accompagnement à la structuration du Réseau	Honoraires consultance CREDAL (10 jours)	7.500
Défraiement déplacement des bénévoles	2 réunions par mois (0,3 € ; 30 personnes ; 100 km/p)	10.800
<b>TOTAL</b>		<b>183.980 €</b>

#### 4.2.6. Perspectives 2012-2016

Nous envisageons une poursuite de l'action démarrée en 2011, en consolidant le travail réalisé dans le cadre des trois missions expliquées ci-dessus.

Nous comptons également sur le développement de nouveaux projets, notamment d'un projet de création d'une entreprise d'Economie sociale.

Pour rappel, une entreprise d'Economie sociale produit et vend des biens et services à des clients, mais a une forme d'ASBL, de coopérative ou de société à finalité sociale. La finalité sociale se manifeste par l'objectif de réinsérer des personnes sur le marché du travail, d'aider des personnes ou des organisations ou encore de travailler de manière collective, démocratique et coopérative.

Dans ce cadre-ci, nous pensons au projet de type « Le Potager de Marianne » (porté par ANDES) qui emploie des personnes peu qualifiées dans le tri et reconditionnement de fruits et légumes voués à la destruction. Un autre type de projet serait la mise en place d'une centrale de logistique dont les chauffeurs et logisticiens pourraient être des personnes en contrat d'insertion.

Ce projet d'Economie sociale n'est pas encore défini aujourd'hui mais devra être identifié suite à l'étude sur la centrale d'achat / logistique d'approvisionnement qui sera réalisée en 2011.

Ensuite, nous envisageons la réalisation, d'une étude de faisabilité en 2012 et puis la mise en œuvre de ce projet d'Economie sociale en 2013.

##### 4.2.6.1. Coût des actions

Comme évoqué plus haut, le REPIS sera logé au sein de la FCSS pour la période 2011-2012. Nous pensons qu'ensuite, une ASBL indépendante pourra être créée. A partir de 2013, elle engagera ses propres collaborateurs mais les prestations de gestion financière et administrative pourront être outsourcées à la FCSS ou à un autre organisme.

Les prévisions des différentes charges sont soumises au taux d'inflation de 3% par an.

On prévoit que dans le cadre du développement d'un projet d'Economie sociale (tri-reconditionnement, logistique ou autre), il y a engagement de personnel en insertion et d'encadrement à partir de 2013. Il y a aussi des charges (infrastructure, etc.) liées à ce projet d'Economie sociale.



Nous avons estimé que les trois personnes en insertion étaient engagées sous contrat article 60 (coût : 5.000 € par an) la première année. Ensuite, le coût salarial estimé est de 25.000 € par an.

Le personnel d'encadrement a un coût salarial de 50.000 € par an.

Les charges liées au projet d'Economie sociale ont été estimées comme suit : location (12.000), charges liées (5.000), amortissements matériel (10.000), achats (10% des ventes), divers (2.500) Soit un total de 29.500 €, plus les achats.

Ce calcul devra évidemment être affiné.

Actions	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Coordinateur de Réseau	57.700	59.431	61.214	63.050	64.942	66.890
Chargé(s) de Mission Projets	57.700	59.431	61.214	63.050	64.942	66.890
Personnel d'encadrement (projet Economie sociale)			50.000	51.500	53.045	54.636
Personnel en insertion (projet Economie sociale)			15.000	75.000	77.250	79.568
Locaux et charges liées	23.080	23.772	24.486	25.220	25.977	26.756
Frais de déplacement	7.200	7.416	7.638	7.868	8.104	8.347
Frais de gestion administrative et financière	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255	11.593
Frais de gestion administrative, accueil, secrétariat	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255	11.593
Honoraires Experts, consultants	7.500	7.725	7.957	8.195	8.441	8.695
Défraiement déplacement des bénévoles	10.800	11.124	11.458	11.801	12.155	12.520
Charges liées au projet d'Economie sociale			37.500	39.385	43.385	48.385
<b>TOTAL</b>	<b>183.980</b>	<b>189.499</b>	<b>260.184</b>	<b>327.540</b>	<b>337.366</b>	<b>347.487</b>

#### 4.2.6.2. Apports des contributeurs

Nous prévoyons qu'à partir de 2012, il y a une intervention des pouvoirs publics au moyen de subsides à l'emploi (points APE) et d'une subvention structurelle de 30.000 €.

Nous envisageons que cette contribution structurelle puisse augmenter petit à petit pour arriver à 60.000 € en 2016.

Les subsides à l'emploi pour le projet d'Economie sociale sont calculés sur base de points APE et sur base de subventions SINE et de primes (type Entreprise d'Insertion)

Des ressources propres sont prévues et constituées par exemple de facturation de formations, d'accompagnements individuels, etc.

Les ressources du projet d'Economie sociale seraient des ventes de produits et/ou de services.

NB : le projet d'Economie sociale peut aussi être externalisé à un moment donné, selon les nécessités (création d'une structure juridique distincte)

Apports	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Apports de Fondations	183.980	142.699	109.984	117.340	80.916	64.787
Apports de Pouvoirs Publics	0	46.800	65.200	110.200	116.450	92.700
- Subvention emploi		16.800	16.800	16.800	16.800	16.800
- Subvention emploi (projet ES)			8.400	53.400	49.650	15.900
- Subventions structurelles		30.000	40.000	40.000	50.000	60.000
- Subventions aux projets						
Ressources propres			5.000	10.000	10.000	10.000
Projets d'Economie sociale			80.000	90.000	130.000	180.000
TOTAL	183.980	189.499	260.184	327.540	337.366	347.487

Les Fondations sont sollicitées pour financer entièrement le lancement du projet. Les contributions publiques, qui feront l'objet de demandes début 2011, prennent plus de

temps à activer et sont prévues à partir de 2012. Les apports des contributeurs privés diminuent pour atteindre 64.787 €, soit 19% du total en 2016.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilité du projet d'Economie sociale			-14.100	-22.485	5.970	13.311

Part des Fondations	100%	75%	42%	36%	24%	19%
Part du public	0%	25%	25%	34%	35%	27%
Part des ressources internes	0%	0%	33%	31%	41%	55%

## 5. Annexes

### 5.1. Liste des personnes interviewées et leur fonction et coordonnées complètes des épiceries sociales

Région	Épicerie	Personne(s) interviewé(e)s	Fonction (s)	Adresse de l'épicerie	Téléphone et/ou mail
<b>Bruxelles</b>	Amphora	Sabine Fronville	Coordinatrice de l'ASBL	42, Boulevard du Jubilé, 1080 Molenbeek	02/425 67 56 <a href="mailto:sfronville@molenbeek.irisnet.be">sfronville@molenbeek.irisnet.be</a>
<b>Bruxelles</b>	L'Autre Epice	Bernard Van Snick	Responsable de l'association	59 ,rue de l'Eglise, 1060 Saint-Gilles	02/538 46 09 <a href="mailto:entraide.bernardvs@gmail.com">entraide.bernardvs@gmail.com</a>
<b>Bruxelles</b>	Centre d'Accueil Social Abbé Froidure (Les petits Riens)	Arnaud Hos	Responsable de l'épicerie	101, rue Américaine, 1050 Ixelles	02/541 13 98
<b>Bruxelles</b>	Maison Croix-Rouge Forest	Régine Lambrecht	Responsable de l'épicerie	11, rue Wielemens Ceuppens, 1190 Forest	02/347 26 87
<b>Brabant wallon</b>	Croix-Rouge Céroux-Mousty	Mesdames Verbeken et Gougnard	Reponsables de l'épicerie	11, rue de Franquénies, 1341 Céroux-Mousty	010/ 41 88 66
<b>Brabant wallon</b>	L'Ouvre-boite	Mesdames Véronique Thibaut et Chantal Vandevcken	Directrice de l'association et responsable de l'épicerie sociale	7, rue aux Souris, 1400 Nivelles	067/84 00 37 <a href="mailto:ob-asbl@swing.be">ob-asbl@swing.be</a>
<b>Brabant wallon</b>	Le P'tit Maga	Mathilde Vandersande	Bénévole dans l'épicerie	11, place du Mole, 1420 Braine-l'Alleud	02/384 74 77 <a href="mailto:leptitmaga@skynet.be">leptitmaga@skynet.be</a>
<b>Hainaut</b>	Guidances et Entraïdes	Michel Flasse, José Hainaut et Magali	Président de l'asbl, permanent et	19, rue Henri Neuman, 7090 Braine-le-	067 56 16 11 <a href="mailto:geb@scarlet.be">geb@scarlet.be</a>

	brainoises	Vuylsteke	secrétaire	Comte	
<b>Hainaut</b>	CPAS Anderlues	Mélanie Gasperoni	Sous-chef CPAS et ancienne responsable épicerie	14, Rue Joseph Wauters, 6150 Anderlues	071/52 65 21
<b>Hainaut</b>	CPAS Bernissart (en collaboration avec la Croix-Rouge)	Joel Pleyiers	Secrétaire CPAS	Ruelle des Médecins / 10, rue Joseph Wauters, 7320 Bernissart	069/57 81 42
<b>Hainaut</b>	CPAS Binche	Catherine Dormal	Responsable projet IDESS et épicerie	375, rue de Namur, 7134 Leval	064/33 42 91 et 064/67 77 75
<b>Hainaut</b>	CPAS Charleroi (Passage 45)	Benoit Guilot	Coordinateur du pôle économie solidaire du CPAS	45, rue Destrée, 6000 Charleroi	071/28 19 19
<b>Hainaut</b>	CPAS Les Bons Villers	Delphine Vermuse et Louisa Capelli	Employées CPAS	Rue Jean-Baptiste Loriaux 3 b, 6310 Frasnes-Lez-Gosselies	071/85 81 30
<b>Hainaut</b>	CPAS Chimay	Madame Joveneau	Responsable réinsertion du CPAS	1, rue du Bourlet, 6460 Chimay	060/21 89 30
<b>Hainaut</b>	CPAS Erquelinnes	Madame Pieront	Coordinatrice épicerie - travailleuse à mi-temps pour le CPAS et autre mi-temps pour le relais citoyen plan de cohésion sociale	4, place du Béquinage, 6560 Erquelinnes	071/55 93 40
<b>Hainaut</b>	CPAS	Mesdames Nathalie	Directrice des services	1, rue du Chapitre, 7080	065/61 18 18

	Frameries	Nisolle et Sarah Gosset	socials du CPAS et coordinatrice IDESS au sein du CPAS	Frameries	<a href="mailto:nathalie.nisolle@cpasframeries.be">nathalie.nisolle@cpasframeries.be</a>
<b>Hainaut</b>	CPAS Honnelles	Monsieur Helbecque	Secrétaire CPAS	24, rue E. Cornez, 7387 Angre	065/75 91 43
<b>Hainaut</b>	CPAS Quaregnon	Madame Buisseret et Mesdames Laaroussi et Beucar	Coordinatrice épicerie sociale et assistantes sociales au service insertion	114, rue Charles Dupuis, 7390 Quaregnon	065/76 04 86
<b>Hainaut</b>	CPAS Thuin	Madame Navez	Supervision épicerie	3, Drève des alliés, 6530 Thuin	071/59 90 20
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge Boussu	Madame Françoise Baland et monsieur Christian Leblanc	Responsable épicerie et président de la locale CR	23, rue François Dorzée, 7300 Boussu	065/78 13 64
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge Dour	Monsieur Van Aubel	Délégué action sociale de la Maison Croix-Rouge Dour Hauts Pays	27, rue Decruck, 7370 Dour	/
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge Frasnes (Pays des Collines)	Madame Joseline Devos	Déléguée à l'action sociale	22bis, Grand-Place, 7910 Frasnes-Lez-Anvaing	069/86 82 28
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge Jumet	Jean Quinaux	Président Maison Croix-Rouge du Ravel	Chaussée de Gilly, 18, 6040 Jumet	071 35 23 39
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge Jurbise	Marie-Rose Lorphèvre	Responsable épicerie	369, Ancien Lycée Léon Maistriau,	065/34 15 23

				Route d'Ath, 7050 Jurbise	
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge La Louvière	Messieurs Claus et Ghislain	Président de la Maison Croix-Rouge et coordinateur Maison Croix-Rouge	314, Chaussée Houtart, 7110 La Louvière	064/21 66 81
<b>Hainaut</b>	Croix-Rouge Leuze	Mesdames Ghislaine Meunier et Debyser	Responsable épicerie et présidente locale Croix-Rouge	37, rue de la Bonneterie, 7900 Leuze-en-Hainaut	069/66 64 96 et 069/66 30 44
<b>Hainaut</b>	Faim et Froid asbl	Daniel Lambert	Directeur administratif	104, rue de la Station, 6060 Gilly	071/20 98 11
<b>Hainaut</b>	Maison des Familles	Michel Denis et Olivier Catoir	Directeur et assistant social	12, rue de Monnel, 7500 Tournai	069/89 07 07
<b>Hainaut</b>	Les Ouvriers du Cœur	Bernard Maronnier	Président de l'asbl	37, rue de Sondeville, 7600 Péruwlez	/
<b>Hainaut</b>	Promotion Famille Charleroi	Lydivine Di Pietrantonio	Assistante sociale à l'antenne de Charleroi	5, rue du Charnoy, 6000 Charleroi	071/32 11 73
<b>Hainaut</b>	Promotion Famille Courcelles	Francine Deltenre et Thomas Ghislain	Co-responsable de l'épicerie et mi-temps assistant social	4, rue Saint-Roch, 6180 Courcelles	071/46 38 46
<b>Hainaut</b>	Promotion Services	Mesdames Viviane Matte et Natacha Barriat	Responsable de l'épicerie et coordinatrice de l'asbl	11, avenue Destrée, 6031 Monceau-sur-Sambre	<a href="mailto:promotionservices@tele2.be">promotionservices@tele2.be</a>
<b>Liège</b>	CPAS Liège	Tania Welkeff	Coordinatrice de la Ferme de la Vache	113-115-117, rue Pierreuse, 4000 Liège	04/223 52 84

<b>Liège</b>	Croix-Rouge Chaufontaine	Mesdames Vitale et Lamaye	Responsables de l'épicerie	2, rue du Charbonnage, 4051 Vaux sous Chevremont	04 367 18 33
<b>Liège</b>	FGTB Liège- Huy- Waremme	Marc Goblet	Président FGTB LHW	13, place Saint- Paul, 2ième étage, 4000 Liège	04/221 61 11
<b>Luxembourg</b>	Croix-Rouge Bertrix	Dominique Franck et Antoine Lequeux	Présidente Maison CR et responsable épicerie sociale	20-21,place des 3 fers, 6680 Bertrix	/
<b>Namur</b>	Croix-Rouge Philippeville	Monsieur Jeulin	Vice-président de la Maison Croix-Rouge « La Charlemagne »	1, Boulevard de l'Enseignement, 5600 Philippeville	<a href="mailto:jeulin.gilbert@happymany.net">jeulin.gilbert@happymany.net</a>
<b>Namur</b>	Croix-Rouge Ciney	Madame Larock	Responsable épicerie et SPMS	32, rue Edouard Dinot, 5590 Ciney	083/21 55 70