

Journée « Alimentation et territoires »

5 décembre 2017

Montbrison – Précieux

Séquence 1 | Atelier 3 :

Diagnostiquer les pratiques d'accès à une alimentation de qualité pour tous

Emilie Lanciano, Université de Saint-Etienne, Laboratoire COACTIS,

Séverine Saleilles, Université Lyon 1, Laboratoire LSAF

Frugal research
Formes urbaines
et gouvernance alimentaire

Introduction

- Développement rapide des circuits alimentaires de proximité (ou Alternative Food Networks) et des systèmes alimentaires durables
 - Problématique des inégalités et de l'accès à cette alimentation non traitée/ évacuée
 - Consommateurs de centres villes à fort capital social => quid des espaces périphériques?
 - Producteurs semi-urbains => quid des espaces ruraux ou périphériques?
- ⇒ Développement récent d'initiatives et de dispositifs, visant à répondre aux enjeux sociaux et territoriaux d'accès à l'alimentation

**Comment créer des systèmes alimentaires
durables, accessibles et justes?**

**Comment articuler pratiques de justice alimentaire
et modèles économiques?**



Bien manger
C'est l'affaire de tous!
Programme National pour l'Alimentation

De l'accessibilité à la justice alimentaire

Concept de justice alimentaire : à la croisée des discours:

- sur le droit à l'alimentation (issu en partie du *food movement*),
- sur les objectifs de durabilité des systèmes alimentaires, et sur les risques d'insécurité (santé, nutrition)
- et d'injustice alimentaire (sociale & économique) dans des situations de pauvreté et de précarité

Penser en termes de justice alimentaire, c'est donc articuler :

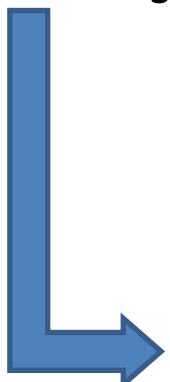
- La question de l'accessibilité à une alimentation de qualité pour des consommateurs défavorisés
- La question de la sécurité et la qualité de l'alimentation (en terme économique, sociale et environnementale)
- La question de la réduction des asymétries de pouvoir entre acteurs et entre espaces.

La justice alimentaire dans les pratiques économiques

Pratiques développées par des
organisations aux statuts divers,
s'appuyant sur une activité
économique et sociale



Entreprises sociales

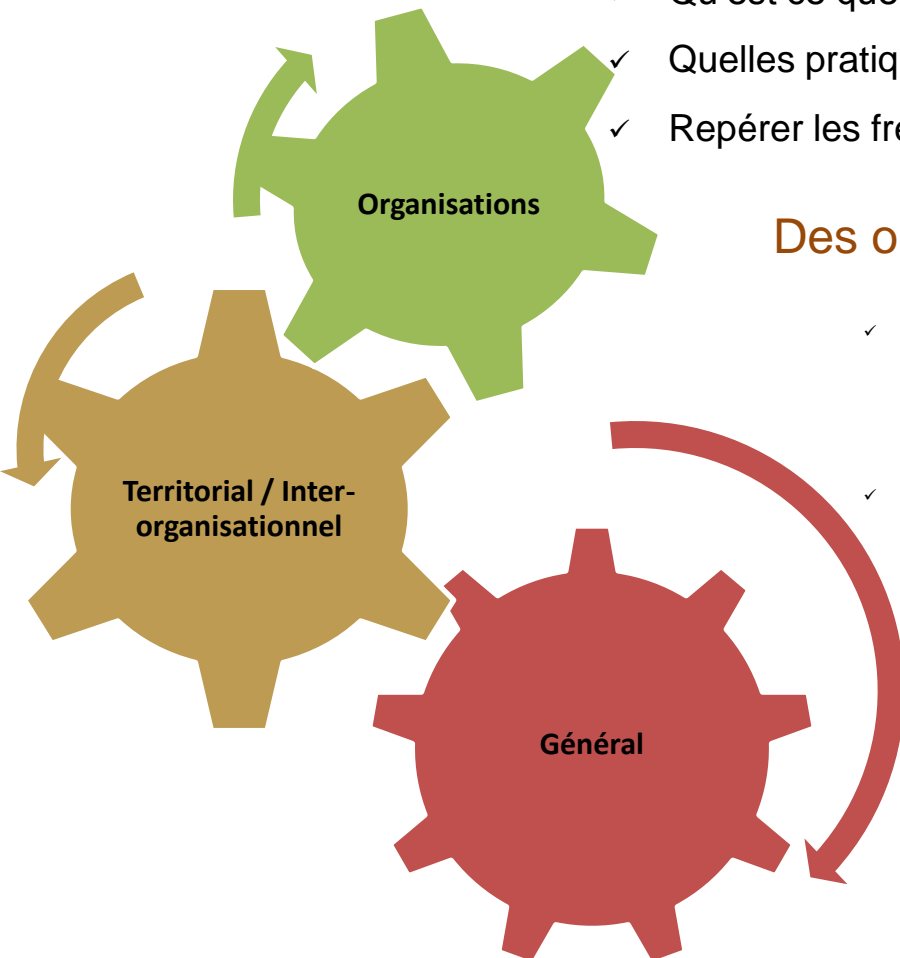
- 
- ✓ Comment articuler pratiques de justice alimentaire et modèles économiques?
 - ✓ Comment l'objectif de justice alimentaire s'incarne-t-il dans des pratiques?
 - ✓ Question de la viabilité, efficacité et autonomie économique de ces pratiques et de ces organisations

Construction d'un outil d'autodiagnostic des pratiques
de justice alimentaire

Objectifs de l'outil

Des objectifs pour les organisations

- ✓ Permettre un retour réflexif sur ses pratiques, sa stratégie et sa conception de l'accessibilité
 - ✓ Qu'est ce que « favoriser l'accès de tous à une alimentation de qualité » veut dire?
 - ✓ Quelles pratiques mettez-vous en place dans vos structures pour favoriser cet accès ?
 - ✓ Repérer les freins, les marges de progrès possibles



Des objectifs pour les territoires et les dynamiques collectives

- ✓ Permettre d'identifier les complémentarités (possibles collaborations/alliances), les initiatives « exemplaires » sur certaines dimensions (organisation de visites apprenantes, échanges de pratiques, etc.)
- ✓ Cartographie la justice alimentaire sur un territoire

Des objectifs scientifiques

- ✓ Disposer de données quantitatives sur les pratiques de justice alimentaire
- ✓ Opérationnaliser le concept de justice alimentaire,
- ✓ Mieux appréhender les modèles économiques hybrides
- ✓ Faire émerger des modèles de gouvernance locale de justice alimentaire

Processus de construction

Etape 1 : Caractérisation des pratiques et des modèles d'affaires pour l'accès à une alimentation de qualité pour tous

Analyse de la littérature académique et professionnelle

Etude qualitative de 6 organisations (en partenariat avec le Bol)

2 focus-group avec des acteurs de la région lyonnaise

Proposition 1: les pratiques d'accès à une alimentation de qualité pour tous peuvent être classées selon 3 gradients

Adapté de Hochedez et Le Gall, 2016

Justice alimentaire

Proposer une alimentation saine...	Pour l'homme
	Pour la planète
	Pour l'économie
Favoriser l'accessibilité....	économique
	pratique
	socio-culturelle
Agir aux racines des inégalités	Valorisation
	Impact social et économique
	Empowerment / démocratie

Etape 1: Caractérisation des pratiques et des modèles d'affaires pour l'accès à une alimentation de qualité pour tous

Proposition 2 : Il existe quatre modèles d'affaires pour réaliser cette mission de justice alimentaire

*Adapté de Santos et al. ,
2015*

Clients = bénéficiaires

Clients \neq bénéficiaires

Impact direct

Hybrides marchands

Hybrides segmentés

Impact indirect

Hybrides autonomes

Hybrides publics

Proposition 3 : En fonction du modèle d'affaires déployé, l'organisation est plus ou moins « performante » sur certaines pratiques pour favoriser l'accès de tous à une alimentation de qualité

Etape 2 : Co-construction de l'outil d'auto-évaluation des pratiques

Résultats de l'étude qualitative
et d'études antérieures

Conception collective :
chercheurs gestion et
géographie, acteurs

Test du questionnaire
auprès de 10 organisations



Cible: toute organisation **privée** (quelque soit le statut: société, asso, coopérative, etc.) qui **mène des actions en faveur** de l'accès à l'alimentation de qualité
Pour l'instant outil opérationnel surtout pour des activités de distribution



Auto-administration en ligne

30 min

Diagnostic automatiquement généré



Questionnaire en 2 parties:

- ✓ votre organisation et l'accès à l'alimentation de qualité pour tous
- ✓ vos pratiques d'accès à l'alimentation de qualité pour tous

Diagnostic en 3 parties:

- ✓ votre organisation et l'accès à l'alimentation de qualité pour tous
- ✓ vos pratiques d'accès à l'alimentation de qualité pour tous
- ✓ Votre fonctionnement pour permettre ces pratiques

Partie 1 : votre organisation et l'accès à l'alimentation de qualité pour tous

Caractérisation de l'organisation

Nature des activités dans la filière alimentaire, statut, effectif, nombre bénévoles, localisation, chiffre d'affaires, etc.

Votre organisation et l'accès pour tous à l'alimentation de qualité

Place de ces enjeux dans la mission, vision de la question et des obstacles à lever, mesure de l'impact social

Le public visé par vos actions en faveur de l'accès à l'alimentation de qualité pour tous

Identification de publics cibles ou pas, critères de sélection, nature des actions réservées, etc.

Votre modèle économique

Nature des financements, degrés de dépendance perçue, financement des activités majoritairement (+ 50%) par le public cible ou pas

Votre organisation dans son territoire

Echelles d'approvisionnement et de chalandise, adaptation aux spécificités du territoire, insertion dans des réseaux (sectoriels/AB/ESS, marques locales, gouvernance alimentaire, etc.)

Le répondant

Expérience, âge, sexe, fonction et sensibilités à l'alimentation durable

PARTIE I : Votre organisation

Quelles sont les principales activités de votre organisation au sein de la filière alimentaire ?

- Production agricole
- Achats de produits alimentaires
- Distribution de produits alimentaires auprès des particuliers
- Distribution de produits alimentaires auprès des professionnels
- Restauration / bar
- Animation, sensibilisation, formation autour de l'alimentation
- Récupération de dons de produits alimentaires
- Conseil / études / services aux professionnels
- Transformation de produits alimentaires (hors restauration)
- Autres

Autres

Dites-nous en plus sur vos activités et votre mission :

PARTIE I : Votre organisation

Quelle place occupe l'accès à l'alimentation de qualité pour tous dans votre organisation ?

- Notre organisation a été créée pour répondre à ce problème, et l'ensemble de nos activités cherche à atteindre cet objectif
- C'est l'un des principaux objectifs de notre organisation
- Notre organisation n'a pas été créée dans ce but, mais il a émergé au cours de notre activité
- C'était l'un de nos objectifs initiaux, mais nous constatons que, dans la réalité, nous avons des difficultés à atteindre cet objectif
- Ce n'est pas l'objectif de notre organisation

Une seule réponse possible.

Comment s'articulent votre mission sociale et vos activités économiques ? Choisissez la proposition qui correspond le mieux à votre organisation.

- Je n'ai pas de mission sociale
- Ma principale activité est économique mais je développe une ou des missions sociales (dons, ateliers, événements, formations...)
- Ma principale activité est sociale (les activités économiques sont un moyen de la mettre en œuvre)
- Mon activité commerciale est à finalité sociale (les deux sont indissociables)

PARTIE I : Votre organisation

Dans votre organisation, l'alimentation de qualité pour tous est plutôt synonyme de...					
	Pas du tout synonyme	Plutôt pas synonyme	Neutre	Plutôt synonyme	Tout à fait synonyme
Des produits bios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits de proximité, issus des circuits courts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits frais ou bruts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits qui ont du goût	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits issus de l'agriculture paysanne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits équitables, garantissant un juste revenu au producteur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits respectueux du bien être animal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits de saison	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits sains, bons pour la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des produits consommés avec plaisir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Précédent

Suivant →

PARTIE I : Votre organisation

Concernant l'accès à vos activités, cochez ce qui correspond le mieux à votre organisation : (1 seule réponse possible)

- Notre activité est strictement réservée à certaine(s) catégorie(s) de personnes.
- Une partie de notre activité est réservée à certaine(s) catégorie(s) de personnes
- Notre activité est ouverte à tous, sous couvert d'adhésion
- Notre activité est ouverte à tous mais nous essayons quand même de cibler une certaine catégorie de personnes
- Notre activité est ouverte à tous, mais nous essayons quand même de filtrer et d'adresser certaines personnes vers d'autres structures
- Notre activité est complètement libre d'accès

Une seule réponse possible.

Sur quel(s) critère(s) ciblez-vous certaines personnes ?

- Niveau de revenus (reste à vivre, non-imposition)
- Age
- Localisation géographique
- Existence d'un projet d'insertion socioprofessionnelle
- Nature de l'activité (ex : producteurs, restaurateurs)
- Autre

Autre

PARTIE I : Votre organisation

Pour enregistrer vos réponses de la partie "Votre organisation", veuillez cliquer ci-dessous puis sur "ENVOYER"

- J'enregistre mes réponses de la partie "Organisation et accès à l'alimentation de qualité pour tous"



← Précédent

✓ Enregistrer

Questionnaire

Partie 2 : vos pratiques d'accès à l'alimentation de qualité pour tous

Ce que mon organisation fait pour proposer une alimentation de qualité accessible

20 pratiques auto-évaluées (choix des produits, relations aux fournisseurs, etc.)

Ce que mon organisation fait pour sensibiliser ses clients et salariés/bénévoles à l'alimentation de qualité

7 pratiques auto-évaluées (éducation, information, etc.)

Ce que mon organisation fait pour toucher ceux qui n'ont pas accès à une alimentation de qualité

14 pratiques auto-évaluées (communication, solidarité, partenariats, etc.)

Intégration des parties prenantes (clients/bénéficiaires, salariés/bénévoles, fournisseurs, financeurs) aux décisions de l'organisation

Activités de sensibilisation, choix de produits/fournisseurs, définition des prix, organes décisionnels, etc.

PARTIE II : Autodiagnostic des pratiques

Voici une liste de pratiques susceptibles d'être mises en place dans une organisation pour favoriser l'accès à l'alimentation de qualité pour tous.

Pour chacune de ces pratiques, vous allez devoir estimer le niveau de performance atteint par votre organisation en positionnant ce niveau sur une échelle de progrès :

Pour chaque pratique, il y a 5 choix possibles :

- 1 non mise en place
- 2 mise en place avec de fortes marges de progression
- 3 mise en place avec des marges moyenne de progression
- 4 mise en place avec des marges réduites de progression
- 5 votre organisation est exemplaire en ce qui concerne cette pratique. Vous pourriez être un référent pour sa diffusion auprès d'autres organisations.

Nous vous demandons d'être fidèle avec vous-même sans sous-estimer ou sur-estimer ce que vous faites.

Pour chaque pratique, demande pour savoir :

- Si mise en place ou pas
- Perception d'efficacité de la mise en place à travers une échelle de marge de progression

← Précédent

Suivant →

PARTIE II : Autodiagnostic des pratiques

Pour chacune des pratiques suivantes, évaluez l'efficacité de votre organisation (1 : non mise en place ; 2 : mise en place avec de fortes marges de progression ; 3 : mise en place avec des marges moyenne de progression ; 4 : mise en place avec des marges réduites de progression ; 5 : mon organisation est exemplaire en ce qui concerne cette pratique.

Ce que mon organisation fait pour proposer une alimentation de qualité accessible

	1. Pas mise en place	2	3	4	5. Exemplaire
Refuser les produits à qualités nutritionnelles ou impact social/ environnemental mauvais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Privilégier l'origine locale pour mes approvisionnements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soutenir les pratiques agro-écologiques et respectueuses de l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Privilégier les achats en direct auprès des producteurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Préserver l'autonomie des fournisseurs (ne pas être l'unique client)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S'engager sur le long terme avec mes fournisseurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adapter mon assortiment de produits en fonction de ce que mes fournisseurs sont en mesure de fournir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soutenir le développement des fournisseurs-producteurs (soutien financier, agronomique, formation, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Définir un prix juste pour les fournisseurs-producteurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fournisseurs est compris ici comme "ceux qui fournissent les produits alimentaires qui constituent la base de votre offre", quelle que soit la façon dont vous les obtenez : achat, récupération, auto-production, etc.

PARTIE II : Autodiagnostic des pratiques

Pour chacune des pratiques suivantes, évaluez l'efficacité de votre organisation (1 : non mise en place ; 2 : mise en place avec de fortes marges de progression ; 3 : mise en place avec des marges moyenne de progression ; 4 : mise en place avec des marges réduites de progression ; 5 : mon organisation est exemplaire en ce qui concerne cette pratique.

Ce que mon organisation fait pour sensibiliser ses clients, salariés et/ou bénévoles à l'alimentation de qualité

	1. Pas mise en place	2	3	4	5. Exemplaire
Informers nos clients sur les qualités nutritionnelles et l'impact social et environnemental de nos produits: étiquetage, conseils de vente, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informers nos clients sur la composition du prix final (répartition des marges et coûts) de nos produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accompagner nos clients dans la transformation de leurs pratiques : ateliers cuisine, jardinage, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Développer les échanges entre producteurs et clients (visites de ferme...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Développer du lien social et de l'entraide entre les clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recueillir régulièrement l'avis de nos clients pour améliorer notre offre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sensibiliser nos salariés et bénévoles à l'alimentation de qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Clients est compris ici comme "ceux à qui est destinée mon offre", qu'ils payent ou pas pour en bénéficier.

PARTIE II : Autodiagnostic des pratiques

Pour chacune des pratiques suivantes, évaluez l'efficacité de votre organisation (1 : non mise en place ; 2 : mise en place avec de fortes marges de progression ; 3 : mise en place avec des marges moyenne de progression ; 4 : mise en place avec des marges réduites de progression ; 5 : mon organisation est exemplaire en ce qui concerne cette pratique.

Ce que mon organisation fait pour toucher ceux qui n'ont pas accès à une alimentation de qualité (public visé)

	1. Pas mise en place	2	3	4	5. Exemplaire
Proposer mon offre à proximité du public visé: choix des lieux de vente, points de distribution, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Faire connaître mon offre (communication, prescripteurs, etc.) auprès du public visé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adapter mon offre aux contraintes (horaires, format, etc.) du public visé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adapter mon offre aux préférences (régime alimentaire, etc.) du public visé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Faire de mes clients des ambassadeurs: parrainage, valoriser leur savoir-faire (concours cuisine, livre, témoignage, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eduquer le public visé à l'alimentation de qualité: ateliers cuisine, jardinage, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Développer des partenariats avec des acteurs éducatifs/associatifs locaux (écoles, MJC, centre sociaux, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Il s'agit de pratiques que vous pouvez mettre en place pour recruter de nouveaux clients/bénéficiaires et/ou pour favoriser dans votre environnement local l'accès pour tous à une alimentation de qualité.

PARTIE II : Autodiagnostic des pratiques

Indiquez quelles parties prenantes sont intégrées dans les activités suivantes de votre organisation.

	Clients/ bénéficiaires	Salariés/ bénévoles	Fournisseurs	Financiers
Les actions de sensibilisation de notre public à l'alimentation de qualité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	N O N C O N C E R N E
La fixation de nos prix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
La définition de notre catalogue produits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Le choix de nos fournisseurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
La prise de décisions stratégiques (AG, conseil d'administration, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Les bénéficiaires sont-ils intégrés aux prises de décision ? 1 réponse possible.

- Oui, ils sont intégrés aux prises de décision
- Oui, mais pas autant que nous le voudrions
- Non, ce n'est pas le cas pour l'instant mais nous aimerions/nous y travaillons
- Non, nous ne cherchons pas à les intégrer aux prises de décision

Comment sont prises les décisions stratégiques ? 3 réponses maximum.

- Les décisions stratégiques sont prises par l'équipe de direction
- Les décisions stratégiques sont prises de manière démocratique par l'ensemble des parties prenantes
- La participation aux prises de décision est ouverte à l'ensemble des parties prenantes
- Dans un souci d'efficacité, certaines décisions sont prises par l'équipe de direction
- Nous avons du mal à faire participer certaines parties prenantes aux prises de décision
- Certaines décisions sont prises de façon informelle

Cochez entre 1 et 3 cases.

Attention, si vous cochez plus de 3 cases, le premier choix dans la liste se décochera automatiquement.

← Précédent

Suivant →

PARTIE II : Autodiagnostic des pratiques

Pour enregistrer vos réponses de la partie "Autodiagnostic des pratiques", veuillez cliquer ci-dessous puis sur "ENVOYER"

J'enregistre mes réponses de la partie "Autodiagnostic des pratiques"



← Précédent

✓ Enregistrer

Etape 3 : Co-construction du diagnostic

Calculs de score sur différentes dimensions
A terme: possibilité de positionner l'organisation par rapport aux autres répondants

Travail sur l'explicitation des scores (visuels, commentaires, etc.)

Test du diagnostic auprès de 5 organisations

- Diagnostic disponible dès la fin du questionnaire par génération automatique
- Diagnostic anonyme mais possibilité de laisser ses coordonnées pour échanges
- Possibilité de réaliser des traitements sélectifs pour collectifs d'acteurs, avec une entrée territoriale

Exemple commenté d'un diagnostic

Cas d'un point de vente collectif en Grand Ouest

Votre organisation et l'accès à l'alimentation de qualité pour tous

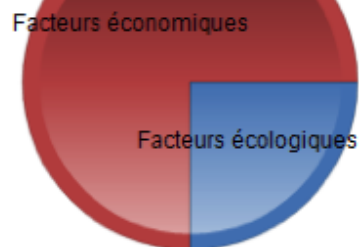
Pour votre organisation, l'accès à l'alimentation de qualité pour tous est une question centrale

Votre approche de l'alimentation de qualité pour tous

Pour votre organisation, l'alimentation de qualité c'est principalement...

- Des produits bios
- Des produits de proximité, issus des circuits courts
- Des produits frais ou bruts
- Des produits qui ont...
- Des produits...
- Des produits...
- Des produits...
- Des produits...
- Des produits...
- Des produits...
- Autre ..

Accent mis sur les facteurs économiques: équité des échanges, soutien aux producteurs



Vos champs d'action

Votre organisation a vocation à favoriser l'accessibilité à l'alimentation de qualité en travaillant sur...

Accessibilité économique

✓ Le prix des produits de qualité

Accessibilité pratique

- ✗ L'absence de points de vente de produits de qualité dans certaines zones géographiques
- ✗ Le manque de connaissance (des modes de production, des produits locaux, etc.)
- ✓ Le manque d'informations sur l'impact social des produits (conditions de travail et de rémunération des producteurs)
- ✓ Le manque d'informations sur l'impact environnemental des produits
- ✗ Le manque d'informations sur l'impact sur la santé des produits
- ✗ Le manque de temps
- ✗ Le manque d'informations sur les pratiques des professionnels (épiceries, restaurants, restauration collective, etc.)
- ✗ Le manque de canaux de distribution pour les producteurs locaux

Accessibilité socioculturelle

- ✗ Le manque de savoir-faire culinaire
- ✗ Le manque d'envie de cuisiner
- ✗ La mauvaise image des produits traditionnellement bons
- ✓ Le conditionnement par la publicité
- ✗ La réticence à changer d'habitudes alimentaires
- ✓ L'idée reçue "l'alimentation de qualité, c'est pour les bobos"

Vos pratiques pour favoriser l'accès à l'alimentation de qualité pour tous

Agir aux racines des inégalités

L'insertion pro. et la qual. au trav. de mes sal.

Les échanges entre mes parties prenantes

Accès à l'alim. de qual. sur le plan éco.

Accès à l'alim. de qual. sur le plan pratique

Traiter les problèmes d'accessibilité alimentaire

Accès à l'alim. de qual. sur le plan sociocult.

Alimentation saine pour l'économie

Alimentation saine pour l'Homme

Alimentation saine pour la planète

Traiter les problèmes d'insécurité alimentaire

Il ne s'agit pas d'avoir un score max à toutes les dimensions, mais

- de pointer la cohérence des missions, des priorités et des pratiques
- d'inviter la structure à se poser certaines questions: suis-je trop élitiste? Effort sur les prix? Pour certains clients par exemple

Cohérence avec le focus sur les pratiques favorisant une alimentation saine pour l'économie

On pourra éventuellement rajouter un texte d'explication ici

Votre fonctionnement pour permettre ces pratiques

Votre modèle économique

Votre modèle économique est *Market Hybrid*

Vos pratiques en faveur de l'accès à une alimentation de qualité pour tous sont principalement financées par ceux qui en bénéficient. L'accès à l'alimentation de qualité est directement favorisé par votre activité.

Pratiques financées par ceux qui en bénéficient
Proche d'une entreprise classique

Vos pratiques en faveur de l'accès à une alimentation de qualité pour tous sont principalement financées par ceux qui en bénéficient

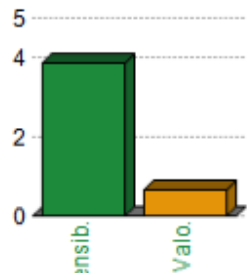
Vous effectuez un accompagnement social pour favoriser l'accès à l'alimentation de qualité pour tous	Non	Market Hybrid	Bridging Hybrid
	Oui	Blending Hybrid	Coupling Hybrid

Vos ressources

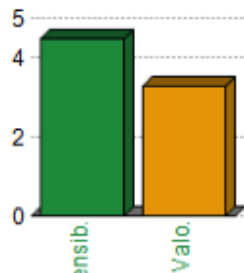


La sensibilisation et l'intégration des parties prenantes

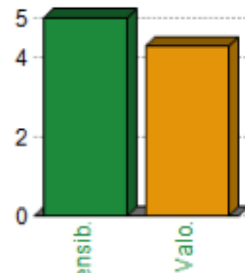
Clients/bénéficiaires



Salariés/bénévoles



Fournisseurs



Marge de progrès concernant l'intégration des clients

> Sensib. : degrés de soutien (formation, sensibilisation, etc.) à l'adoption par la partie prenante de pratiques favorisant l'alimentation de qualité

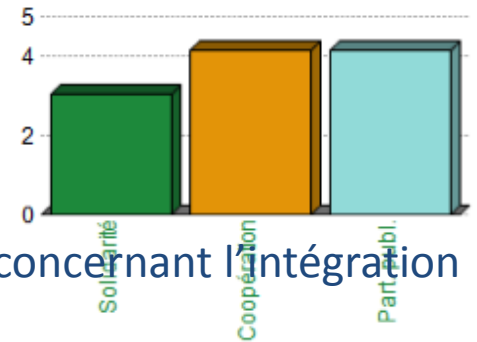
> Valo. : degrés de valorisation de la partie prenante et d'intégration à la gouvernance de l'organisation

Votre ancrage local

Nous avons conçu notre projet pour qu'il réponde aux besoins spécifiques de notre territoire

Bonne cohérence concernant l'intégration au territoire

Degré d'ancrage territorial



> Solidarité : soutien à des initiatives de notre territoire
> Coopération : échanges avec des acteurs autour de l'alimentation de qualité

> Part. publi. : partenariats avec des acteurs publics et plaidoyers.

- Ressources bibliographiques

- Hochedez, C. et J. Le Gall (2016), Food Justice and Agriculture, Justice Spatiale/Spatiale Justice, 9.
- Lanciano, Lapoutte, Saleilles, (2017), Construire des modèles d'affaires pour la justice alimentaire. Le cas d'organisations solidaires favorisant l'accès des populations précaires à une alimentation de qualité, AIMS

- Questionnaire et diagnostic disponible

<http://bit.ly/2DiQMYU>

Contacts :

- Emilie Lanciano – emilie.lanciano@univ-st-etienne.fr
- Séverine Saleilles - severine.saleilles@univ-lyon1.fr

Frugal research
Formes urbaines
et gouvernance alimentaire