

Consommer autrement dans les quartiers : la mobilisation des habitants autour d'un groupement d'achat

Être pauvre et consommer de manière écoresponsable, ce n'est plus une utopie avec l'association Vers un réseau d'achat en commun (Vrac). Le projet, qui prend racine dans la participation des habitants des quartiers, vise l'autonomisation de ses adhérents dans la gestion de l'activité. Boris Tavernier, chargé de projet, apporte des explications.

L'association lyonnaise Vrac est un groupement d'achat en produits bio et/ou locaux, issus du commerce équitable, comme il en existe des centaines en France. Le principe est de se regrouper pour passer commande en direct aux producteurs ou aux intermédiaires, afin de se procurer des produits à des prix plus bas que dans les commerces traditionnels ou en grande surface.

Un projet économique pour et avec les habitants

Mais Vrac se démarque des autres groupements d'achat en ce qu'il permet aux habitants de quartiers populaires d'accéder à des biens de consommation de qualité (alimentaires et d'hygiène) qui leur étaient inaccessibles jusqu'à présent, en raison des prix et de l'absence de ce type de commerce en proximité.

Vrac s'inscrit de ce fait dans la lutte contre les inégalités de consommation. L'association participe également à l'amélioration de l'état de santé des populations des quartiers en prenant part dans la lutte contre le cholestérol, le diabète ou l'obésité.

La participation des habitants : la condition sine qua non

L'association est née en 2013 de la rencontre entre un bailleur social soucieux du pouvoir d'achat des habitants (Est Métropole Habitat), un acteur de la lutte contre l'isolement (la Fondation Abbé Pierre) et un entrepreneur militant, Boris Tavernier.

Vrac n'est donc pas une initiative qui a germé dans un quartier et a été portée dès l'origine par des habitants qui se seraient organisés pour concrétiser une idée commune. Pourtant, elle n'a pu voir le jour et ne peut perdurer que si les habitants, bénéficiaires directs du groupement, adhèrent au projet, se mobilisent et s'impliquent dans le réseau.

Car il ne faut pas s'y méprendre, Vrac n'est pas un service. C'est un projet économique pour et avec les habitants. Il faut un nombre minimum d'adhérents pour que le projet soit viable économiquement et que des moyens humains lui soient consacrés, que ce soit pour la prise des commandes, la communication sur les produits du moment, ou encore pour le reconditionnement avec le passage du vrac au détail, la distribution des commandes... Tout le projet se base donc sur la participation habitante. L'objectif ultime est l'autonomisation du réseau d'achat avec, pour chaque quartier, une prise en main par les adhérents de l'ensemble des étapes du processus.

En 2014, c'est la Duchère, quartier du 9^e arrondissement de Lyon, qui a vu les premiers balbutiements de Vrac. Tout agent de développement chargé d'animer une démarche participative pourra en témoigner : mobiliser est une tâche laborieuse réclamant certes du relationnel, mais aussi et surtout du temps, de la persévérance et de la stratégie. Et s'agissant d'un projet

touchant à l'assiette, aux goûts, aux saveurs, mais aussi à l'hygiène et la beauté, et ayant un impact fort sur les habitudes de consommation, l'affaire prend encore une autre tournure...

Mobiliser : le challenge

L'installation de l'association sur le quartier et le lancement du réseau d'achat se sont faits en plusieurs étapes. La première des choses a été de se faire connaître des acteurs et personnes qui font réseau ou sont ressources sur le quartier. Cela passe évidemment par la rencontre avec les structures d'éducation populaire, mais aussi les personnes d'influence, les « leaders », qu'il faut pouvoir repérer. À la Duchère cela a été, par exemple, la médiatrice qui anime le lieu d'échanges entre parents au collège Victor Schœlcher. Le centre social de la Sauvegarde, convaincu du projet, a ouvert ses portes à Vrac, permettant ainsi la mise en contact avec différents groupes d'habitants, lors des cours de tricot, de français, les ateliers cuisine...

La communication est essentielle au fonctionnement de l'activité

De rencontre en rencontre, le bouche à oreille a produit son effet : 25 personnes sont venues goûter les denrées (huile d'olive, fromages, beurre, chocolat...) lors de

l'atelier de dégustation organisé par Vrac. Les papilles satisfaites, la discussion s'est alors engagée sur les prix (vente à quasi-prix coûtant), puis sur la provenance et la traçabilité des produits.

L'idée de se regrouper pour acheter en commun de bons produits fait son chemin. Une dizaine de jours plus tard, les premières commandes sont passées. Il faut alors trouver des bénévoles pour assurer le reconditionnement et la distribution des produits achetés. Les premières commandes livrées, l'organisation se met en place et les rapports de confiance – indispensables quand on paie quinze jours avant de recevoir les produits – se nouent.

La communication est essentielle au fonctionnement de l'activité : diffuser l'information des dates de prise de commande, d'arrivée des livraisons, la liste de nouveaux produits (selon les saisons, les nouveaux producteurs partenaires)... À l'heure du tout numé-

rique, Vrac est rattrapé par la réalité des quartiers : peu de foyers sont équipés d'un ordinateur et la correspondance par email n'est pas l'usage. D'ailleurs, encore faut-il que le ménage ait une adresse mail, ce qui est loin d'être le cas. On passe alors par le SMS, ou parfois par l'envoi sur les adresses mail des enfants. Heureusement, le bouche à oreille fonctionne bien et l'appui des agents du bailleur est précieux pour relayer l'information.

Un réseau entièrement porté par les habitants : une utopie ?

Vrac est désormais implanté dans six quartiers populaires de l'agglomération lyonnaise¹, en partenariat avec les bailleurs et les centres sociaux. Malgré le succès du projet (plus de 600 adhérents à ce jour), le réseau d'achat n'est géré en toute autonomie dans aucun territoire². Ce degré de participation est celui qui demande le plus de temps. Et rien ne dit qu'il sera atteint un jour. Pourtant, l'association n'est pas pourvue en moyens humains nécessaires pour gérer le fonctionnement et la logistique de tous les points de distribution à travers l'agglomération. Cela n'est pas prévu : Vrac c'est 1,5 ETP en tout et pour tout. Le modèle de fonctionnement et d'organisation est encore à trouver.

Mais le projet est jeune et fait parler de lui. D'autres structures implantées dans des quartiers en France envisagent de l'essayer. C'est le cas à La Villeneuve de Grenoble où le Barathym, café associatif, et la Maison des habitants ont lancé un projet de plateforme d'achats groupés en octobre dernier. De même, une expérimentation a lieu dans le quartier de l'Esplanade à Strasbourg.

Afin d'essayer au mieux le projet Vrac et de créer des réseaux locaux unis par une même philosophie d'action, l'élaboration d'une charte commune est en réflexion. ■

Boris Tavernier

1 - La Duchère à Lyon, les Minguettes à Vénissieux, le Grand Vire et le Mas du Taureau à Vaulx-en-Velin, les Buers à Villeurbanne et le Golf à Oullins.
2 - Cette gestion en autonomie serait à l'échelle du quartier, c'est-à-dire qu'elle ne comprendrait pas la prise des commandes centralisées auprès des producteurs, ni les livraisons.