

# Projet « *Habitat & Alimentation* »

## Phase 2 : Test sur les 2 sites

Atelier 1

8 juin 2023

**dss<sup>+</sup>**

Protect. Transform. Sustain.





# Tour de table

- **Sara de Maio**, Secrétaire générale de l'Association Ma-Terre (mandant du projet)
- **François Lefort**, Professeur ordinaire et Responsable de la filière Agronomie HEPIA ; Président du Comité de Ma-Terre depuis mai 2023
- **Céline Abadia**, Chargée de projets et conseillère agricole chez AgriGenève ; Représente AgriVulg au comité de Ma-Terre
- **Grégory Donzé**, Arboriculteur à la Ferme des Bois à Bernex (pommes et cerises) ; Représente AgriGenève au comité de Ma-Terre
- **Amour Lokossou**, Biologiste et membre de la Fédération Romande des Consommateurs ; Représente la FRC au comité de Ma-Terre
- **Sandra Baudet**, Exploitante agricole à Céligny (Poules pondeuses) et Présidente de l'Union des Paysannes et Femmes rurales Genevoises. Elle représente l'UPFG au comité de Ma-Terre ;
- **Sabine Bally**, Coordinatrice épicerie La Fève, Cheffe de projet volet Vergers pour le projet phase 2
- **Alice Charpigny**, Consultante chez DSS+, Cheffe du projet phase 2
- **Anne Verniquet**, Consultante chez DSS+, Cheffe du projet phase 1



h e p i a

Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève



# Sommaire

- 1 Rappel du mandat et méthodologie
- 2 Participation aux 2 pilotes
- 3 Principaux résultats de l'enquête n°1 et premières analyses du modèle
- 4 Discussion des résultats de recherche
- 5 Bilan et prochaines étapes

# Sommaire

- 1 Rappel du mandat et méthodologie
- 2 Participation aux 2 pilotes
- 3 Principaux résultats de l'enquête n°1 et premières analyses du modèle
- 4 Discussion des résultats de recherche
- 5 Bilan et prochaines étapes

# Objectifs du mandat

Analyser de manière objective **si un modèle d'abonnement alimentaire mensuel permet une relocalisation de l'alimentation dans les quartiers**, de manière économiquement viable, avec un fort retour de valeur ajoutée pour les producteurs locaux et avec une plus-value sociale et nutritionnelle pour les habitants des quartiers

## Activités prévues :

- Tester et piloter pendant 9 mois un modèle d'abonnement alimentaire dans 2 épiceries participatives genevoises (Le Nid et la Fève)
- Sensibiliser les participant.e.s des 2 pilotes à une alimentation saine et durable à travers différents services (Le Nid et la Fève)
- Accompagner une quinzaine de ménages à un régime alimentaire de transition (sur la Fève uniquement)



épicerie participative



# Axes d'analyse

- Accessibilité et démocratisation des modèles de type épicerie participative
- Opportunités et enjeux de ce type de modèle
- Plus-value nutritionnelle

## Les questions de recherche guidant notre mandat :

- **Question en lien avec l'abonnement alimentaire** : Est-ce que le fait de consacrer un montant fixe par mois à un magasin, qui prône la proximité et la durabilité, permet de mesurer une variation des habitudes d'achat au fil des mois, voire une augmentation des dépenses dans le lieu (dépassement du montant initial de l'abonnement) ?
- **Question en lien avec les conditions d'adhésion** : Est-ce que les foyers pilotes sont prêts ou pas à devenir membres (avec participation) et à s'engager davantage au fil de l'expérience ? L'appétit pour l'épicerie et son fonctionnement viendrait-il progressivement en y faisant ses courses ?
- **Question en lien avec les services, la sensibilisation et le conseil en termes de régime alimentaire** : Quel est l'impact d'une sensibilisation régulière et d'animations autour de l'alimentation sur les usagers et sur leurs habitudes alimentaires ?

# Calendrier

	Le NID	La Fève
<b>Recrutement des participant.e.s au pilote</b>	Nov – déc 2022	Dès janvier 2023
<b>Relance recrutement</b>	14 et 29 mars 2023	/
<b>Elaboration questionnaire 1</b>	Mars – avril 2023	Adaptation du questionnaire du Nid fin avril
<b>Date d'envoi questionnaire 1</b>	27 avril 2023	02 mai 2023
<b>Date relance questionnaire 1</b>	04 mai 2023	12 mai 2023
<b>Date de clôture de l'enquête</b>	09 mai 2023	15 mai 2023
<b>Date extraction des données</b>	22 mai 2023	22 mai 2023
<b>Analyse des résultats</b>	22 mai – 7 juin	22 mai – 7 juin

# Méthodologie

- **Recrutement des participant.e.s pour le pilote au NID :**
  - Flyers dans les boîtes aux lettres des habitants du quartier
  - Mails aux 600 membres actifs du Nid
  - Mail aux 115 ménages de la Codha
  - Mails aux 65 membres de la coopérative Artémis des Rois
  - Mails à des contacts relais dans les services de l'Etat de Genève basés à Jonction (GESDEC, DIT, DIP, SECOE, registre foncier)
  - Posts réseaux sociaux (instagram Nid, instagram GE-environnement, ...)
  - Contacts personnels de collègues de DSS+
- **Recrutement des participant.e.s pour le pilote à la Fève:**
  - Flyers et affiches (différents immeubles du quartier)
  - Apéros de présentation (Meyrin et Vergers)
  - Soirée de lancement (Vergers)
  - Mails auprès des membres (580) et de différentes coopératives d'habitation (Voisinage, Equilibre, Polygones)
  - Mails auprès des souscripteur·ices du prototype "Nhectar" (120)





# Méthodologie

- Elaboration d'un **questionnaire identique** pour les 2 sites pilotes comprenant une **trentaine de questions** réparties en 5 sections :
  1. Profil des participants (revenu, formation, etc),
  2. Sensibilisation et engagement dans des démarches environnementales
  3. Habitudes de consommation alimentaire (type de magasin privilégié et fréquence, dépenses mensuelles, etc),
  4. Modèle abonnement alimentaire et système d'adhésion,
  5. Services pour sensibiliser à une alimentation saine et durable.
- Une majorité de **questions quantitatives** (cases à cocher, listes avec menu déroulant, ...) pour faciliter le traitement et l'analyse des résultats ainsi que la comparaison entre les 2 sites pilotes.
- **Quelques questions ouvertes sur le système d'adhésion** et les services proposés afin de permettre aux participants de pouvoir s'exprimer librement sur ce qui devrait être amélioré.
- Questionnaire auto-administré en ligne (plateforme 'survey monkey'), compatible sur PC, smartphone et tablettes.
- Questionnaire anonyme et réponses traitées de manière confidentielle.

Projet pilote Abonnement alimentaire à la Fève

Questionnaire n°1

\*11. Parmi les adultes du ménage (y compris enfants majeurs), combien occupent une activité rémunérée ?

Activité rémunérée à temps plein (90-100 %)

Activité rémunérée à temps partiel (50-80 %)

Activité rémunérée à temps partiel (<50%)

En formation

Combinaison formation et activité rémunérée

Sans activité rémunérée

Autre

\*12. Combien d'heures(s) par mois les adultes du ménage consacrent-ils à une activité associative (non rémunérée, en plus de l'activité principale) ?

Pas investi.e.s dans une activité associative

de 1 à 5 heures par mois

de 6 à 10 heures par mois

de 11 à 15 heures par mois

de 16 à 20 heures par mois

>21 heures par mois

\*13. Quel est le revenu mensuel brut (en CHF) de votre foyer ?

2'999 ou moins

3'000-4'999

5'000-6'999

7'000-8'999

9'000-12'000

12'000-16'000

16'000-20'000

20'000 ou plus

Préc. Suiv.

Projet pilote Abonnement alimentaire à la Fève

Questionnaire n°1

\*21. Dans quel(s) magasin(s) faites-vous vos courses alimentaires et à quelle fréquence ?

	Jamais	Approximativement entre 1 et 4 fois par semaine	1 à 2 fois par mois	1 fois par semaine	Plusieurs fois par semaine
Abonnement à un panier producteurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Directement chez le producteur/ à la ferme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marché	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferme urbaine (ex: magasins UMIG, Ferme de Bude, Ferme du Lignon, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Épicerie produits locaux et vrac (ex: La Fève, Tout local, La Fève, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magasin Bio spécialisée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supermarchés suisses Coop / Migros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supermarchés suisses haut de gamme type Globus / Manor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supermarchés suisses hard discount Lidl / Denner / Aldi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Achat en ligne et livraison à domicile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supermarchés sur France voisine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boulangerie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boucherie / charcuterie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poissonnerie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Préc. Suiv.

Lien vers questionnaire en ligne



[Projet pilote Abonnement alimentaire au NID Questionnaire n°1 Survey \(surveymonkey.com\)](#)

[Projet pilote Abonnement alimentaire à la Fève Questionnaire n°1 Survey \(surveymonkey.com\)](#)

# Sommaire

- 1 Rappel du mandat et méthodologie
- 2 Participation aux 2 pilotes
- 3 Principaux résultats de l'enquête n°1 et premières analyses du modèle
- 4 Discussion des résultats de recherche
- 5 Bilan et prochaines étapes

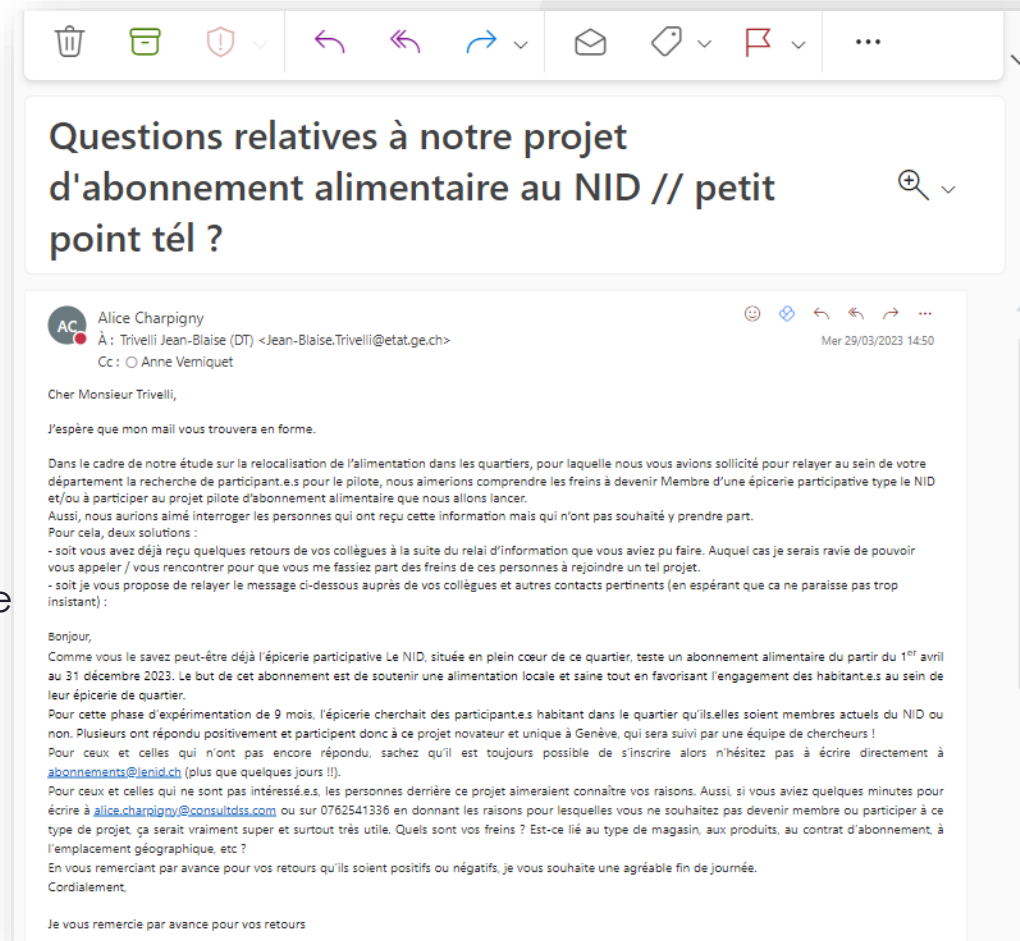
# Analyse – participation (1/2)

		
<b>Nombre de foyers participants au pilote</b>	62	66
<b>Nombre de réponses reçues à l'enquête 1</b>	39	44
<b>Taux de participation</b>	63%	67%
<b>Genre des personnes ayant répondu au questionnaire</b>	62% femmes 28% hommes	59% femmes 29% hommes
<b>Moyenne d'âge des gens ayant répondu</b>	45 ans	50 ans
<b>Pourcentage de foyers participants déjà membre de l'épicerie avant le pilote</b>	80%	92%



# Analyse – participation (2/2)

- Beaucoup de moyens (papier, numérique, contacts physiques) déployés pour un **nombre de participants aux 2 pilotes relativement faible**
- **Très peu de nouvelles personnes (= non-membres)**
- **Difficultés d'obtenir les raisons de la non-participation** au pilote
  - La Codha ne voulait pas relancer encore les habitants avec un énième mail
  - Plusieurs mails envoyés aux contacts de l'Etat de GE et aucune réponse
  - Sur-sollicitation via le numérique et les gens ne voient plus les infos
- Quelques **freins** à la non-participation au pilote (et donc à devenir membre) ont été donnés par des contacts personnels travaillant dans le quartier :
  - Shift mensuel à faire non compatible avec la phase de vie actuelle
  - Pas possible de faire le shift le matin en semaine (alors que ces personnes travaillent en temps partiel la semaine)
  - N'habitent pas dans le quartier / la ville
  - Charge mentale





# Sommaire

- 1 Rappel du mandat et méthodologie
- 2 Participation aux 2 pilotes
- 3 Principaux résultats de l'enquête n°1 et premières analyses du modèle
- 4 Discussion des résultats de recherche
- 5 Bilan et prochaines étapes

# Profil des participants



# Des participants majoritairement en couple, diplômés, en activité et appartenant à la classe moyenne supérieure

## Lieu d'habitation

33% des habitants dans le quartier de la Jonction  
7% écoquartier  
Absence valeurs écoquartier

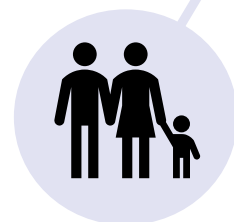


## Type de foyer

28% couples avec enfants  
28% seul.e  
25% couples sans enfant

La moitié des foyers compte 2 adultes  
80% des foyers ont entre 1 et 3 adultes

56% des femmes ont entre 30 et 65 ans  
44% des hommes ont entre 30 et 65 ans



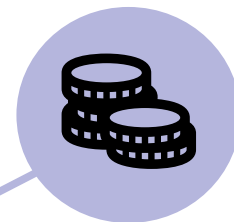
## Formation

13% école obligatoire  
18% degré secondaire  
68% degré tertiaire



## Profession

35% Activité rémunérée à temps plein (90-100%)  
28% Activité rémunérée à temps partiel (50-80%)  
3% Activité rémunérée à temps partiel (<50%)  
12% En formation  
7% Combinaison Formation et activité rémunérée  
8% Sans activité rémunérée  
7% Autre



## Revenu

5% <3'000 CHF mensuel brut  
54% 3'000-8'899 CHF mensuel brut (classe moyenne)  
41% 9'000-20'000 CHF mensuel brut



## Investissement associatif

Seul 8% pas investis dans une activité associative (non rémunérée, en plus de l'activité principale)  
>54% investis au-delà de 6 heures par mois



# Des participants majoritairement en couple avec enfants, diplômés, en activité et appartenant à la classe moyenne

## Lieu habitation

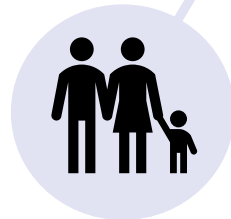
84% habitant Meyrin  
78% écoquartier Vergers  
(valeurs cooperatives fortes)

## Type de foyer

40 % couples avec enfants  
23 % seul-e  
19 % couples sans enfant

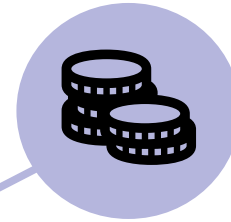
Moins de 10% des foyers comptent trois adultes ou plus.

64 % des femmes ont entre 30 et 65 ans  
50 % des hommes ont entre 30 et 65 ans



## Formation

6 % école obligatoire  
31 % degré secondaire  
63 % degré tertiaire



## Revenu

5 % <3'000 CHF mensuel brut  
65 % 3'000-8'899 CHF mensuel brut (classe moyenne)  
25 % 9'000-20'000 CHF mensuel brut  
5 % plus de 20'000 CHF mensuel brut



## Investissement associatif

Seul 9 % pas investis dans une activité associative (non rémunérée, en plus de l'activité principale)  
>74% investis au-delà de 6 heures par mois



## Profession

26 % Activité rémunérée à temps plein (90-100%)  
26 % Activité rémunérée à temps partiel (50-80%)  
12 % Activité rémunérée à temps partiel (<50%)  
7 % En formation  
7 % Combinaison Formation et activité rémunérée  
15 % Sans activité rémunérée  
7 % Autre



# Engagement dans des démarches environnementales



# Des participants très sensibilisés et engagés dans des démarches environnementales

## Démarches environnementales « de base »

- > 90% trient leurs déchets, compostent leurs déchets organiques, privilégient les fruits et légumes de saison, les produits locaux et biologiques, favorisent les commerces locaux et les circuits courts et privilégient la mobilité douce
- 75% se focalisent sur l'essentiel (sobriété), achètent des produits d'occasion, réparent les objets au lieu de les jeter

## Démarches environnementales « plus engageantes »

- 65% (le nid) / 78% (la fève) baissent voire arrêtent leur consommation de viande
- 58% renoncent à prendre l'avion
- 55% apportent leurs propres contenants et/ou achètent des produits dans emballages consignés
- 47% ont changé de fournisseur d'énergie pour énergie verte
- 37% ont changé de banque
- 27% n'achètent pas en ligne
- 18% réduisent leur vitesse de 10km





# Habitudes de consommation alimentaires



# Comportement alimentaire et habitudes culinaires

50% des sondés ne suivent pas de régime particulier  
0% de vegan (5% fève)  
11% de végétariens

Régime

1/3 déclare avoir une allergie et/ou une intolérance alimentaire

Intolérance / allergie

Nombre de repas cuisinés par semaine

86 % des personnes interrogées cuisinent au moins 7 repas (50% à la Fève > 10 repas)

Nombre de repas carnés par semaine

67% respectent les recommandations de la SSN (2-3 repas)  
> 90% moins de 6 vs moyenne suisse 9





## Dépenses alimentaires mensuelles par foyer (hors restauration à l'extérieure)

Classes de revenus mensuels (en CHF)	Moyenne des dépenses alimentaires par foyer participant au pilote au NID (en CHF)	% moyen des dépenses alimentaires sur le budget total mensuel du foyer participant au pilote au NID	Moyenne des dépenses alimentaires par foyer participant au pilote à la Fève (en CHF)	% moyen des dépenses alimentaires sur le budget total mensuel du foyer participant au pilote au NID	% moyen Suisse
< 4'500.-	590	19 %	420	13 %	13,1 %
de 4'500.- à 6'000.-	600	11 %	600	10 %	8,6 %
de 6'000.- à 9'000.-	480	6 %	545	7 %	7,6 %
de 9'000.- à 12'500.-	535	5 %	800	7,5 %	6,5 %
> 12'500.-	770	5 %	600	4,5 %	4,5 %
Ensemble des ménages	570	8 %	580	8 %	6,6 %



- Des dépenses alimentaires légèrement supérieures à la moyenne suisse ; d'autant plus vrai pour les plus faibles revenus
- Pour les faibles revenus au NID (< 4500 CHF), 100% des foyers cuisinent plus de 10 repas à la maison

# Critères d'achat

## Pas du tout / pas important

Marque 83%

## Important mais non déterminant

Fabrication  
artisanale 69%

Labels  
67%

Vrac  
64%

Prix 67%

Fair trade  
58%

Nutri-score  
56 %

Eco-score  
50 %

## Déterminant lors des achats

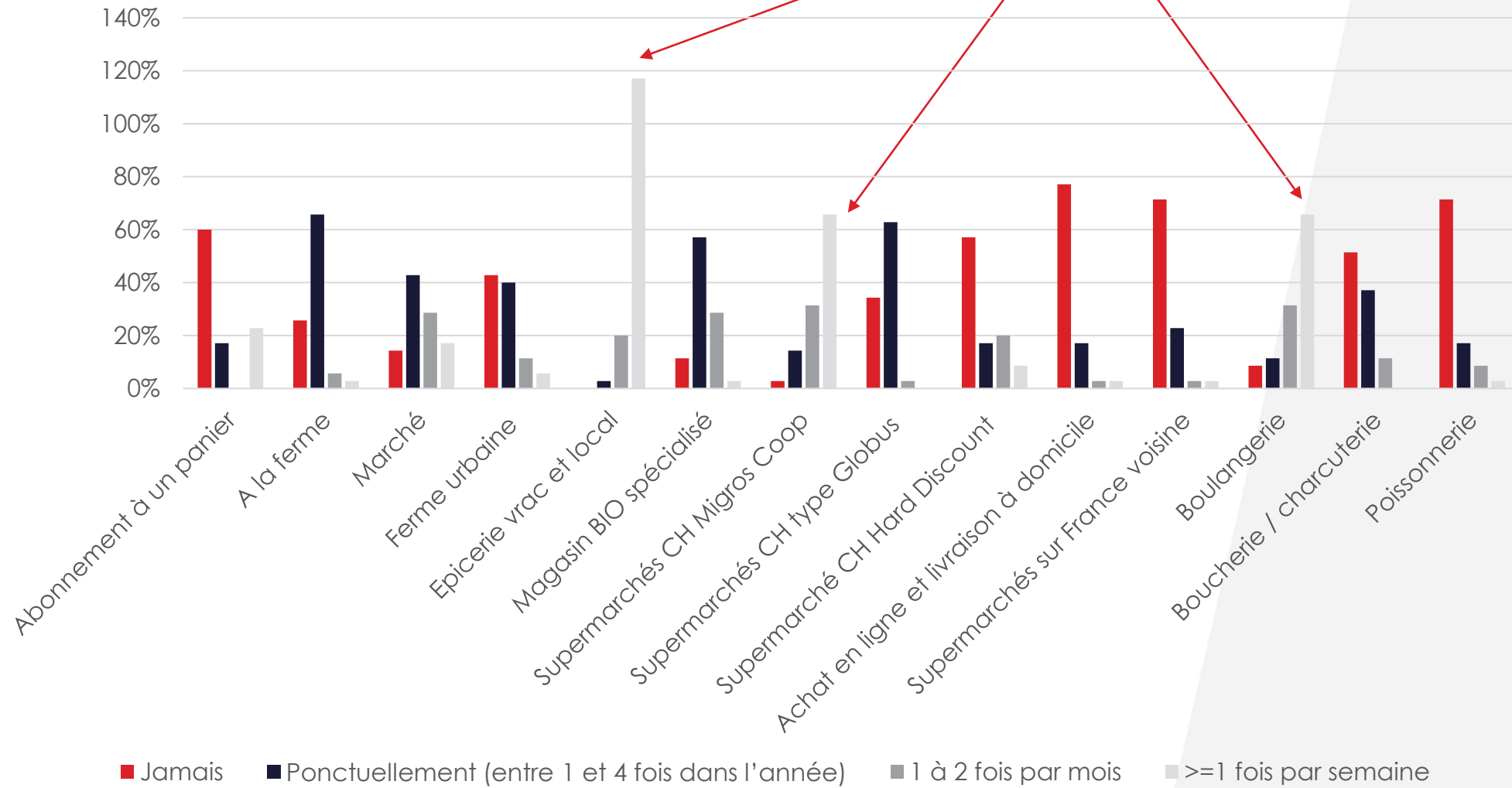
Saisonnalité  
78%

Origine  
géographique 72%

Local 67%

Biologique  
58 %

# Lieux et fréquence d'achat



# Abonnement et système d'adhésion à une épicerie

dss<sup>+</sup>

Protect. Transform. Sustain.





# Les 3 raisons principales d'adhésion à une épicerie participative

2

La garantie de produits locaux  
et/ou de saison et/ou biologiques


1


Pour s'impliquer davantage dans  
des démarches de consommation  
écoresponsables

3

Aspect participatif / coopératif

# Type d'abonnement souscrit par les participants

	 LE NID epicerie participative
Abonnement à 100 CHF / mois	29%
Abonnement à 150 CHF / mois	40%
Abonnement à 300 CHF / mois	31%

	
Petit panier à 160 CHF / mois	59%
Grand panier à 320 CHF / mois	8%
Petit compte à 160 CHF / mois	23%
Grand compte à 320 CHF / mois	18%

Rq : possibilité de souscrire à un panier et à un compte



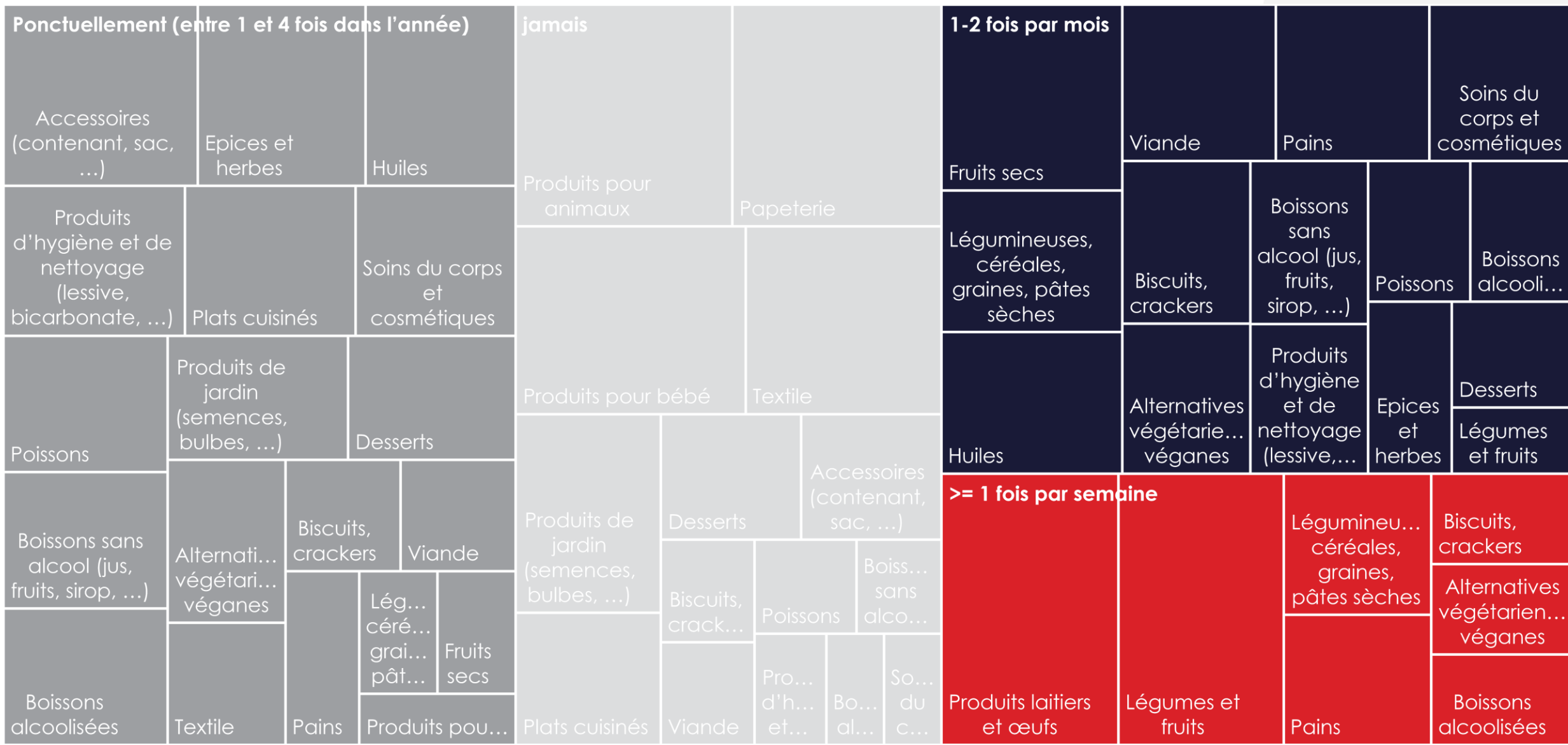
# Dépassement abonnement

	Le NID	La FEVE
Oui	54%	32%
Non	17%	11%
Ne sais pas	29%	57%

L'analyse montre qu'il n'y a pas d'influence des revenus dans la réponse à cette question.

# Produits achetés et fréquence

■ **>= 1 fois par semaine** ■ 1-2 fois par mois ■ Ponctuellement (entre 1 et 4 fois dans l'année) ■ jamais



# Engagement mensuel dans l'épicerie

	Le NID	La FEVE
moins de 1 heure	9%	13%
1-2 heures	54%	36%
3-4 heures	11%	28%
5-6 heures	9%	0%
7-8 heures	6%	13%
9-10 heures	3%	3%
11-12 heures	3%	0%
13-14 heures	0%	0%
>14 heures	6%	8%

} > 80 %



# Evaluation engagement mensuel dans l'épicerie

	Le NID	La FEVE*
Peu contraignant	37%	28%
Neutre	49%	56%
Contraignant	6%	13%
Très contraignant	9%	3%
<b>Ne souhaitent pas s'engager plus dans l'épicerie</b>	69%	79%
<b>Flexibilité souhaitée</b>	- faire moins de tranches horaires mais plus longues	- adaptation aux situations et capacités de chacun - engagement par équipe - participer autrement (cuisine, etc)

} > 80 %

\*A la Fève, le shift n'est pas obligatoire

L'analyse montre qu'au Nid, les personnes ayant jugé le shift mensuel contraignant / très contraignant sont davantage des non-membres

# Evaluation de l'offre proposée

	Le NID	La FEVE
Trop restreinte	14%	10%
Je trouve tout ce dont j'ai besoin	71%	62%
Pas d'avis	14%	28%
Produits / accessoires manquants	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Zéro déchet pas assez développé (vrac et produits consignés)</b></li> <li>- <b>Approvisionnement régulier de légumes de qualité</b></li> <li>- Plus de plats cuisinés accessibles</li> <li>- Pâte à pizza, nouilles asiatiques au blé, crème qui tient longtemps, bouillon de plus grande contenance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Zéro déchet pas assez développé (vrac et produits consignés)</b></li> </ul>

} > 80 %



# Evaluation du prix des produits vendus

	Le NID	La FEVE
Vraiment très cher	3%	3%
Un peu cher	38%	38%
Accessible	41%	49%
Moins cher que dans d'autres magasins comparables	18%	10%

} > 50 %

L'analyse montre qu'il n'y a pas d'influence des revenus dans la réponse à cette question.



# Evaluation horaires d'ouvertures

	Le NID	La FEVE
Trop étroits	3%	0%
Etroits	3%	0%
Neutre	9%	36%
Adaptés	56%	51%
Parfaitement adaptés	29%	13%

} > 80 %

# Services visant à sensibiliser à une alimentation saine et durable

dss<sup>+</sup>

Protect. Transform. Sustain.

# GUIDE VERS UNE NOURRITURE DE SANTÉ PLANÉTAIRE





# Apéritifs de lancement pour fédérer

- 9 mai : apéritif de lancement au Nid
- 10 mai : apéritif de lancement à la Fève
- Faible participation malgré invitation et relance



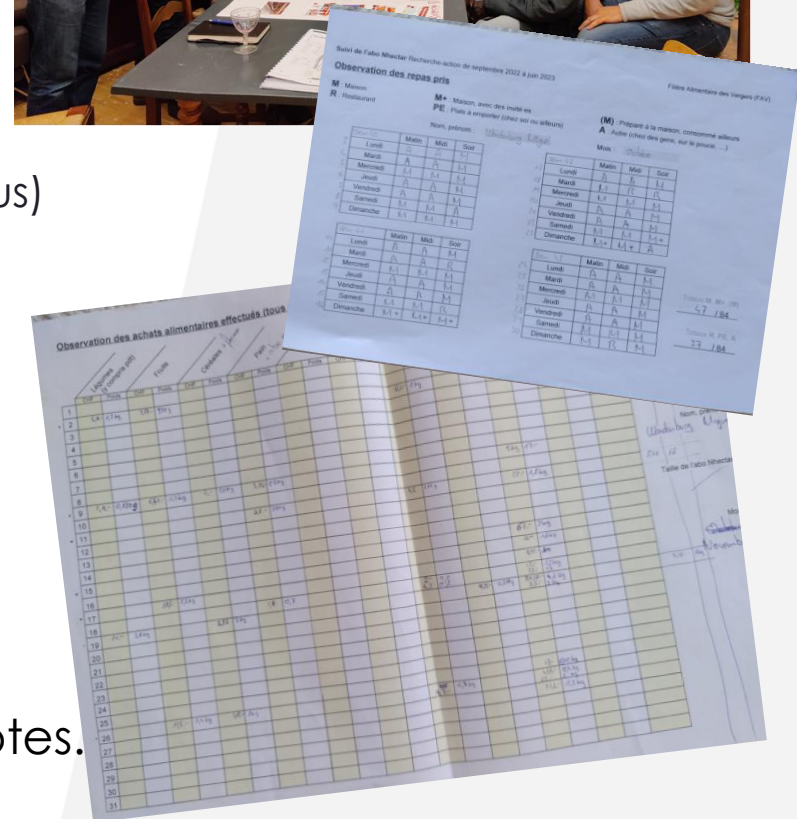
# Suivi rapproché de 15-20 ménages (Vergers) Mandat – phase 1

**4 soirées** de suivi pour réfléchir ensemble au guide pratique et à une proposition contractuelle (panier et/ou compte)

Participants : 17 ménages

- 1ère soirée : Explication des démarches d'auto-évaluation
  - Observation des repas pris
  - Observation des achats alimentaires effectués (tous commerces confondus)
- 2ème soirée : Fresque de l'alimentation
- 3ème soirée : Partage des retours sur les démarches d'auto-évaluation et première ébauche "panier"
- 4ème soirée : Proposition de paniers pour le lancement en avril 23 ;  
Réflexion sur l'alternative "compte"

La dernière soirée, organisée en janvier 2023, a été ouverte à toutes personnes intéressées et a constitué le lancement des paniers et comptes.



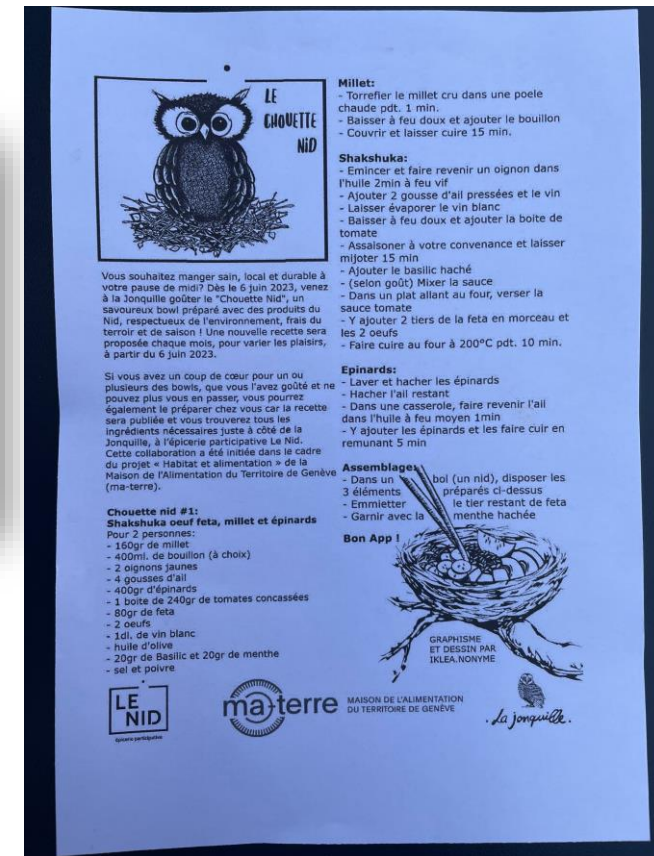


# Partenariat Jonquille / Nid

« Tu veux manger sain, local et durable à ta pause de midi ? Viens à la Jonquille goûter le Nid de la chouette, un savoureux bowl préparé avec des produits du Nid, frais du terroir et de saison ! »



- Lancement du partenariat fait (DSS+), reprise du Lead maintenant par La Jonquille et Le Nid
- Un nouveau bowl sera proposé chaque mois, à partir du 6 juin 2023 (prix: 20 CHF max)
- Communiquer la recette et la liste d'ingrédients pour que les gens la refassent chez eux et viennent au Nid pour leurs courses
- Communication via les réseaux des différents partenaires : Jonquille, Le Nid (newsletter et RS), CODHA, Après-GE, MA-Terre, Ge-Environnement



# Cours de cuisine avec Caritas

- **Concept et objectif**

- Apprendre à cuisiner avec les produits de saison (choux, etc), notamment lorsque les produits habituellement achetés sont moins disponibles (courgettes, tomates, etc)
- Lancer des ateliers dans le cadre du projet pour pouvoir ancrer ces compétences dans l'équipe du Nid et être autonome pour organiser de nouveaux ateliers à l'issue du projet

- **Organisation**

- En amont : choix de produits de saison par Joel / Le Nid + proposition de type de plat à cuisiner
- Première partie atelier : Introduire le concept autour d'une tisane (décompression), initier la discussion avec les participant-e-s et prendre leurs propositions de recettes en live, sur la base des ingrédients disponibles
- Deuxième partie : cuisine et dégustation
- Nombre de participant-e-s : max. 15
- Lieu : cuisine de la CODHA (valider l'espace et si mis à disposition gratuitement, y compris au-delà du quartier), en alternative des locaux de la Ville peuvent être utilisés

- **Dates et horaires**

- Soir de semaine (18-22h) ; Samedi matin (10h-14h)
- Dates possibles (à confirmer en juillet selon horaires Moritz) : samedi 21 octobre, semaine du 13 novembre (sauf mardi), semaine du 4 décembre (sauf mardi)

- **Prochaines étapes**

- Juin : confirmer budget disponible et emplacement cuisine CODHA et adapter au besoin le nombre d'ateliers en fonction du budget
- Juillet : confirmer dates en novembre et décembre
- Début septembre : envoi des invitations (Moritz avec soutien de Luc pour texte, formulaire d'inscription et validation avec MA-Terre)





# Visite fermes Agri-Genève

- Trois visites de ferme pour voir 3 filières : maraîchage/culture (juillet), vergers (septembre), lait/ viande (septembre / octobre)
- Créneaux privilégiés : samedi matin, puis vendredi après-midi puis vendredi matin, puis mercredi après-midi
- Ma-Terre / Agri-Genève a le lead sur ce projet





# Première analyse du modèle d'affaire basée sur retours des personnes engagées dans les pilotes

## FORCES

- Shift pas vu comme une contrainte par les participants
- Pas de barrière de prix
- Offre de produits est suffisamment complète
- Modèle qui privilégie le circuit court et offre la garantie que tous les produits soient durables, locaux, bio et la proximité (raisons qui expliquent le choix de ce magasin)

## FAIBLESSES

- Public peu varié de convaincus et de sensibilisés -> n'arrivent pas à attirer les autres
- Structure portée à bout de bras et tout le monde est déjà à la limite
- Approvisionnement légumes pas régulier et légumes pas beaux (surtout Nid)

## OPPORTUNITES

- Fermeture épicerie vrac dans le canton de GE -> nouveaux membres pour Fève et Nid
- Augmenter le vrac, les produits consignés
- Beaucoup de couples avec enfants (surtout Fève) -> donner des bonnes habitudes dès le plus jeune âge -> futurs membres
- Elargir les shifts à d'autres activités (animer des cours de cuisine, cuisiner les invendus, ...)
- Ouvrir le shift sur la semaine le matin (au Nid)
- Modèle de compensation pour les membres qui travaillent beaucoup (Shift) et/ou ne pas mettre le shift obligatoire comme c'est le cas à la Fève
- Proposer une réduction de 20% pour les légumes abîmés / produits en fin de DLU
- Partenariats type Le Nid/La Jonquille ou Cours de cuisine pour utiliser les invendus.

## MENACES

- Gestion "hasardeuse" des shifts conduisant à une mauvaise ambiance et une perte de motivation
- Fragilité de l'engagement ("ca ne va pas au-delà")

SWOT-  
ANALYSIS

# Sommaire

- 1 Rappel du mandat et méthodologie
- 2 Participation aux 2 pilotes
- 3 Principaux résultats de l'enquête n°1 et premières analyses du modèle
- 4 Discussion des résultats de recherche
- 5 Bilan et prochaines étapes

# Retour sur les hypothèses de départ

Hypothèse 1 :  
Modèle peu démocratisé et peu accessible financièrement

**Modèle  
épicerie  
participatives**

Hypothèse 2 :  
Ce modèle apporte une plus value-nutritionnelle

- Personnes diplômées, classe moyenne à supérieure ;
- Personnes assez engagées et sensibilisées en matière d'environnement
- 5% de gens aux revenus très modestes



- La plus value-nutritionnelle n'est pas invoquée dans les 3 principales raisons qui poussent à adhérer à ce type d'épicerie.
- Cependant la proportion de produits non-transformés vs transformés est plus importante qu'en magasins traditionnels, aussi plus value nutritionnelle pour les clients de ces magasins
- Et les personnes cuisinent plus et mangent moins de viande que la moyenne Suisse.



# Retour sur les hypothèses de départ

Hypothèse 3 :  
Les gens vont augmenter leurs dépenses dans l'épicerie

**Modèle  
abonnement  
alimentaire**

Résultats après 1 mois : une majorité pense qu'ils vont dépasser le montant de l'abonnement  
Les participants dépensent plus pour leur alimentation que la moyenne suisse



Hypothèse 4 :  
Les gens vont s'engager davantage dans l'épicerie

Résultats après 1 mois : une très grosse majorité ne souhaite pas s'engager davantage





# Limite des résultats

- Réponses uniquement des gens qui ont répondu aux questionnaires --> on connaît donc uniquement le profil, les habitudes alimentaires et l'évaluation du modèle de ceux qui ont répondu
- Peut-être que ceux qui n'ont pas répondu au questionnaire sont justement les moins motivés / satisfaits par le modèle ?
- Idem personnes avec ceux qui n'ont pas voulu participer au pilote et/ou devenir Membre des épiceries (Cf. freins)
- Difficulté de parvenir à une participation satisfaisante pour les services (uniquement apéritif fait pour le moment)
- Peu de non-membres

# Sommaire

- 1 Rappel du mandat et méthodologie
- 2 Participation aux 2 pilotes
- 3 Principaux résultats de l'enquête n°1 et premières analyses du modèle
- 4 Discussion des résultats de recherche
- 5 Bilan et prochaines étapes

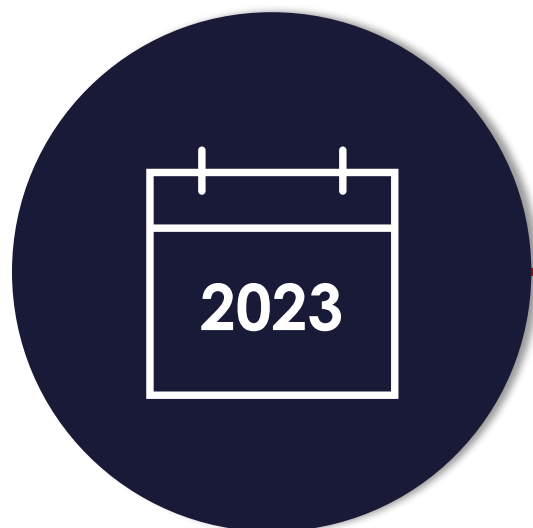
# Suite des travaux de recherche

- Un **deuxième questionnaire sera désigné ces prochains mois et envoyé courant novembre avec pour but de :**
  1. voir si l'abonnement entraîne **un changement de comportement :**
    - évolution des habitudes alimentaires (type de produits achetés, lieu d'achat) **Extractions quantitatives**
    - évolution des dépenses alimentaires en général et dans l'épicerie
    - évolution de l'engagement dans l'épicerie et adhésion (nouveaux membres)
  2. capturer, du point de vue des participants, sous **quelles conditions le modèle pourrait se démocratiser**

**-> Pour livrer une analyse multi critères du modèle d'affaire (CA, impact territorial, etc).**
- Lise non-exhaustive de questions pour Questionnaire 2 :
  1. Section Introduction : Avez-vous répondu au précédent questionnaire ?
  2. Section profil et engagement environnemental : demander si changement majeur (chômage, déménagement) et si oui quel impact ça a eu sur leurs habitudes de consommation alimentaire
  3. Section habitudes alimentaires : dépenses mensuelles ? Quels produits achetés? Fréquence ? Comment ressentent-ils la saisonnalité ? Choix magasins et fréquence, etc? A l'issue des 9 mois, s'ils achètent plus dans épicerie participative ou achètent-ils moins?
  4. Section modèle d'affaire : pourquoi avez-vous choisi dépassement montant, montant inclus dans le loyer, engagement dans épicerie, allez-vous devenir membre à l'issue du pilote, lien habitat et alimentation, etc.
  5. section services sensibilisation : évaluation des services proposés, seriez-vous prêt à payer ce genre de service, Faites-vous partie des 15 personnes qui ont eu un accompagnement spécifique régime de transition (Fève) ? etc

**-> Design du questionnaire fait par DSS+ et présenté lors du comité 2 avec ma-terre le jeudi 28/09/2023 pour validation et inputs**

# Proposition de planning de la suite des travaux de recherche



# Discussion / Questions

## Questions pour le NID :

- Pourquoi les personnes s'engageant plus en temps de travail (shift) n'ont pas de compensation ? Est-ce que cela ferait sens ?
- Possibilité de changer montant de l'abonnement au cours du pilote (augmenter) ?





**Alice CHARPIGNY**

Cheffe de projet

DSS+

+ 41 22 338 15 24

[alice.charpigny@consultdss.com](mailto:alice.charpigny@consultdss.com)

**Sabine BALLY**

Coordinatrice des Vergers

+41 79 217 58 41

[sabine.bally@spp-vergers.ch](mailto:sabine.bally@spp-vergers.ch)

**Merci**

**dss<sup>+</sup>**

Protect. Transform. Sustain.

**Anne Verniquet**

Senior Manager

DSS+

+41 79 891 49 13

[anne.verniquet@consultdss.com](mailto:anne.verniquet@consultdss.com)