



OPEN FOOD
FRANCE

Les systèmes de tarification sociale



**dans les circuits
courts alimentaires**

Avec le soutien de la Mairie de Paris



Sommaire



Introduction - 4 questions clefs pour aborder la diversité des dispositifs

1 - Comment définir le public-cible ?

- 1) Les critères de ciblage du public en situation de précarité
- 2) Les éventuels moyens de contrôle

2 - Quelle mixité sociale au sein de l'initiative ?

- 1) Les initiatives dédiées à un public-cible
- 2) Les initiatives s'appuyant sur une mixité sociale interne

3 - Quelle importance est accordée à la qualité des produits et aux rapports avec les producteurs ?

- 1) Les initiatives souples à l'égard de l'origine des produits
- 2) Les initiatives accordant une importance centrale à la qualité des produits et aux producteurs

4 - Quel modèle de financement ?

- 1) Les consommateurs solidaires au sein de l'initiative
- 2) Les baisses de prix consenties par les producteurs
- 3) Les financeurs/partenaires publics ou privés

Des exemples pour s'inspirer Bibliographie

À Propos d'OPEN FOOD FRANCE

L'association Open Food France est la branche française du réseau mondial [Open Food Network](#), dont l'objet est d'encourager le développement des circuits courts alimentaires de proximité. Elle réalise trois types d'activités :

- **Accompagner des porteurs de projets, collectivités, institutions internationales dans le développement des circuits courts alimentaires**, par exemple : co-création de filière en circuit court sur un territoire, analyse des réseaux existants et mutualisation des bonnes pratiques, recherches sur des problématiques spécifiques (logistique, numérique, etc.)
- **Héberger des projets visant à améliorer l'efficacité et la multiplication des circuits courts alimentaires** : le logiciel de vente en circuits courts Open Food Network (aujourd'hui porté en France, par la coopérative [CoopCircuits](#)), l'initiative [Data Food Consortium](#), qui vise à établir un standard d'interopérabilité entre plateformes de ventes en circuits courts afin qu'elles puissent communiquer entre elles, etc.
- **Contribuer à la Recherche "théorique"**, en produisant des analyses, cas d'études et en contribuant au « [Réseau Mixte Technologique Alimentation locale](#) », groupe de Recherche financé par le ministère de l'Agriculture et porté par l'INRAE et la fédération des CIVAM de Bretagne.

Méthodologie

Cette analyse a été réalisée à partir des résultats d'une **enquête fournie par l'INRAE**, que nous remercions, ainsi que par une **recherche documentaire** via notre réseau et sur Internet. Elle n'a pas vocation à être exhaustive, mais seulement à proposer quelques **exemples emblématiques** pour chaque modèle de tarification sociale. N'hésitez pas à nous contacter (info@openfoodfrance.org) si vous pensez que certaines initiatives manquent à cette analyse : elle se veut **évolutive**, et a donc vocation à être mise à jour et enrichie dans le temps.

Introduction



Les systèmes de “tarification sociale” visent à rendre plus accessibles des biens ou des services aux personnes en situation de précarité.

Ces dispositifs se sont multipliés parmi les circuits courts alimentaires – ceux-ci cherchant bien souvent à avoir conjointement un impact positif en matière économique, écologique et sociale.

Ces systèmes ne sont pas exempts de critiques : certains observateurs peuvent leur reprocher un effet stigmatisant pour les bénéficiaires, un impact trop limité, ou considérer qu’ils contribuent à déresponsabiliser les pouvoirs publics en abandonnant la question de la sécurité alimentaire au secteur privé. Toutefois, en l’absence d’une véritable sécurité sociale de l’alimentation, ces initiatives constituent autant de pistes concrètes pour faciliter l’accès financier à une alimentation saine, de qualité et en quantité suffisante.

Un vaste ensemble d’acteurs et de pratiques

Les systèmes et pratiques de tarification sont d’une grande diversité, ce qui rend difficile leur appréhension au travers de catégorisations et classifications rigides. **En témoigne notamment la variété :**

● **Des types d’initiatives :** il peut s’agir de groupements d’achat, d’épiceries solidaires, de systèmes de paniers,

de cantines scolaires, etc. (voir en fin de rapport une liste d’exemples pour chaque type d’initiative),

● **Des porteurs de l’initiative,** qui peuvent être des citoyens réunis en collectifs (ex : AMAPs, EPIs, associations, etc.), des entreprises (ex : [Kel-bongoo](#), [De la Ferme au quartier](#), [Au Local](#), etc.), ou encore des collectivités locales / entités publiques (ex : initiatives portées par les CCAS, cantines municipales, etc.),

● **Du nombre de bénéficiaires,** pouvant aller de quelques-uns (par exemple dans le cadre des « paniers solidaires » fréquemment mis en place dans les AMAPs) à plusieurs milliers, comme c’est le cas notamment pour le [Groupement des Épiceries Sociales et Solidaires en Rhône-Alpes Auvergne](#) (GESRA), qui rassemble 21,000 bénéficiaires et compte près de mille bénévoles ; ou encore l’association [VRAC](#), qui compte 4500 adhérents et plus d’une centaine de bénévoles.

Il nous a néanmoins semblé que le sujet pouvait être abordé au travers de quatre grandes questions, qui ont tout à la fois un intérêt descriptif et peuvent aider les porteurs de projets désireux de mettre en œuvre un système de tarification sociale à bien définir leur offre.

1 - Comment définir le public-cible ?

La définition du public en situation de précarité que l'on souhaite toucher est un exercice délicat. Cette étape implique en effet la prise de deux décisions :

- 1 D'une part, définir quels **critères "objectifs"** permettront de délimiter le public-cible, autrement dit : à quel(s) profil(s) de personnes en situation de précarité l'initiative s'adresse-t-elle ?
- 2 D'autre part quels sont les - éventuels - **moyens de contrôle** à mettre en place pour s'assurer que les personnes remplissent bien les conditions définies.



1) Les critères de ciblage

Les critères utilisés sont de nombreux types et peuvent être combinés entre eux.

Les plus fréquemment utilisés concernent bien sûr le **niveau de vie** et de **revenus** du bénéficiaire, évalué au travers d'une grande diversité d'indicateurs :

- **Le quotient familial (QF)**, calculé par la Caisse d'Allocations Familiales (CAF), est l'indicateur le plus souvent retenu. Le niveau permettant l'accès à la tarification sociale est cependant très variable : le niveau le plus souvent rencontré est un QF inférieur à 800 euros par mois, mais il est parfois fixé à des niveaux plus faibles (600 euros par mois pour [MicroMarché](#)), ou parfois à des niveaux plus élevés (1200 euros par mois pour [P.A.N.I.E.R.S.](#)). Certaines initiatives – notamment dans la restauration collective – élaborent des systèmes progressifs plus complexes : dans le cadre de la mise en place du programme « cantine à 1 euro », [la ville de Guines propose ainsi par exemple](#) des repas à 1 euro pour les familles ayant un QF inférieur à 500 euros par mois, 2,5 euros pour les familles dont le QF se situe entre 501 et 1 000 euros par mois, et 3,35 euros les familles ayant un QF de 1 001 euros et plus.

● **Le reste à vivre** (c'est-à-dire le revenu moins les dépenses incompressibles comme les dettes, loyers, factures) : c'est notamment le choix fait par [Label Épicerie](#) dont les bénéficiaires se voient appliquer une réduction dans tout le magasin de 30 % (pour les foyers ayant un reste à vivre entre 7€ et 10 € par jour) ou de 50 % (pour les familles ayant un Reste à Vivre < 7€). C'est également l'option choisie par [l'épicerie Solidaire de la Picardie Verte](#), ouverte aux habitants dont le reste à vivre est inférieur à 6 euros par jour et par personne.

● **Le revenu** : l'initiative [Du miel sur mes tartines](#) s'adresse par exemple « à toutes personnes en situation de précarité ayant un revenu inférieur à 60% du revenu médian ».

D'autres types de critères reviennent également souvent :

● **Géographique** : sont admis exclusivement les habitants d'une ville, d'un arrondissement, d'un quartier prioritaire, etc.

● **Être déjà bénéficiaire d'autres dispositifs d'aide** : un certain nombre d'initiatives n'accueillent que les personnes en situation de précarité envoyées par les CCAS ([épicerie Solid'Arles](#), [Epicerie sociale-solidaire TOTEM](#), etc.), ou des bénéficiaires des Restos du Cœur ([Le Gout des Autres](#), etc.), ou encore du Secours Catholique ([Les paniers solidaires](#) à Aurillac)

● **Un statut social particulier** : étudiants, chômeurs, bénéficiaires du RSA, etc.

● **Avoir un projet ou faire état d'une situation justifiant d'une aide ponctuelle** : c'est notamment le cas de l'initiative [Épicentre](#), qui conditionne l'accès à son dispositif de tarification sociale « à l'étude du budget du foyer avec l'assistante sociale et à la définition d'un projet : régler une dette, acheter des meubles, des vêtements, passer le permis... ». Ou de [La Casaline](#), une épicerie sociale accessible sur une durée de 3 à 9 mois renouvelable et dont le but est de « permettre aux habitants de Saint-Fons qui rencontrent des difficultés financières d'accéder à des produits alimentaires et non alimentaires à moindre coût » - les économies ainsi réalisées, « devant leur permettre de se concentrer sur un "projet" tel que le remboursement d'une dette, la recherche d'un emploi, etc. ».

● **Participer bénévolement à l'initiative**. C'est notamment le cas du [Marché solidaire Frontenac](#) au Canada où le niveau de rabais accordé à une personne précaire dépend à la fois de ses capacités financières, mais aussi de son investissement en temps

dans l'association, suivant 3 paliers : 1) Prix normal, pour les clients ayant suffisamment de ressources financières et ne souhaitant pas participer à la gestion du circuit court 2) -10%, soit pour les personnes « *n'ayant pas les ressources nécessaires pour acheter des aliments en quantité et qualité suffisante pour leur ménage* », soit pour les personnes ayant suffisamment d'argent mais s'engageant à réaliser 4 heures de bénévolat pour l'association par mois 3) -20% : pour les personnes « *n'ayant pas les ressources nécessaires pour acheter des aliments en quantité et qualité suffisante pour leur ménage* » et s'engageant à réaliser 4 heures de bénévolat pour l'association par mois.

De nombreuses initiatives cumulent ces critères, comme par exemple [De la Ferme au Quartier](#), qui propose « *aux étudiants, aux personnes seules vivant avec des revenus inférieurs à 1000 euros ou aux ménages avec un quotient familial inférieur à 450 euros de bénéficier d'une réduction de 10% sur tous les produits et abonnements sur présentation d'un justificatif* ».



2) Les éventuels moyens de contrôle

Certaines initiatives se basent sur la confiance et ne demandent aucun justificatif : c'est le cas par exemple de [Legum'au logis](#), qui permet aux mangeurs de bénéficier des paniers à prix solidaires « *sans aucun justificatif et sur simple indication orale* », dans le but de proposer « *une action sociale "légère" et non-stigmatisante* », accordant à « *tous les adhérents le même statut dans une relation de confiance et dans le respect de la dignité* ». Ou encore de [MicroMarché](#) (Nantes), qui propose « *un système de tarification différenciée basé sur la confiance, conforme à la logique éducative et responsabilisante que défend MicroMarché* ».

Toutefois, dans la majorité des cas, des dispositifs de contrôle sont mis en place : présentation d'un justificatif de la CAF pour le quotient familial, d'une fiche d'imposition, justificatif de domicile, passage en revue du budget du ménage par une assistante sociale, etc. Si ces moyens de contrôle et de ciblage peuvent s'avérer nécessaires au regard de la nature de l'initiative, de son mode de financement ou de l'ampleur de l'aide accordée au bénéficiaire, **ils posent néanmoins trois questions** :

- D'abord, ils nécessitent potentiellement **la mise en place d'un fichier client ou d'un système de carte de membre** pour

organiser le suivi des bénéficiaires et gérer des données personnelles pouvant être sensibles (ce qui peut notamment nécessiter un effort de conformité avec la réglementation RGPD),

- Ensuite se pose la **question du suivi du contrôle dans le temps** : certaines initiatives ne contrôlent les conditions d'accès à la tarification sociale qu'au moment de l'intégration, alors que d'autres demandent des justificatifs de revenus mis à jour chaque trimestre – ce qui peut entraîner en définitive une charge de travail non négligeable,
- Enfin, il importe de veiller à ce que ces moyens de contrôle soient, concrètement, **les moins stigmatisant possibles** – un reproche souvent adressé aux systèmes de tarification sociale.

2 - Quelle mixité sociale au sein de l'initiative ?

Un critère-clef permettant de différencier les types de tarification sociale concerne la **mixité sociale** au sein de l'initiative : **vise-t-elle à rassembler des catégories sociales diversifiées ou au contraire à toucher uniquement un ou des publics-cibles en situation de précarité ?**

La réponse à cette question aura notamment des répercussions sur le **modèle de financement** : les initiatives ne visant qu'un public en **situation de précarité** doivent toujours s'appuyer sur des **ressources extérieures** pour financer leur système (ex : subventions publiques ou privées, baisse de prix consentie par le producteur, etc.), alors que les initiatives rassemblant une **diversité de catégories sociales** peuvent – potentiellement – chercher à atteindre une certaine **autonomie financière** en ayant recours à un mécanisme de solidarité ou de péréquation interne (ex : les personnes aisées payent un peu plus cher tout ou partie des produits, ce qui permet aux personnes en situation de précarité de payer un peu moins).



1) Les initiatives dédiées à un public unique

● **Les initiatives peuvent s'adresser uniquement à des personnes en situation de précarité.** C'est notamment le cas d'initiatives portées par des CCAS/CIAS, comme par exemple [Les filets solidaires](#) (Angers), initiative visant à « *lutter contre la précarité, le gaspillage alimentaire et l'exclusion sociale* », en proposant chaque semaine « *des paniers de fruits et de légumes frais à des prix très abordables* ». L'initiative s'adresse uniquement aux Angevins dont le quotient familial n'excède pas 800 € (environ le SMIC pour une personne seule) avec une participation financière différenciée selon ses ressources (de 2.60€ à 6.60€ maximum selon les revenus).

Autre exemple, [l'épicerie solidaire "Au Panier Partagé"](#) (à Aunis Sud, près de La Rochelle), qui propose « *des produits à prix préférentiels aux personnes qui remplissent certaines conditions de ressources et de résidence [...] Le montant d'achat maximum dépendant de la composition du foyer* ».

● **Les initiatives peuvent également s'adresser à un public plus spécifique encore, comme les étudiants, les réfugiés, etc.** C'est par exemple le cas de [LieU'Topie](#) (Clermont-Ferrand), qui propose aux étudiants « *une épicerie solidaire avec des produits bio, locaux et/ou issus du commerce équitable à prix coûtants, des produits d'hygiène et de premières nécessités en vrac, et des invendus à prix libre* ». Ou des [Épiceries étudiantes AGORAé](#) : les AGORAé sont des espaces d'échange et de solidarité « *portés et gérés par des jeunes pour des jeunes* », qui se composent « *d'un lieu de vie ouvert à tou. te.s et d'une épicerie solidaire accessible sur critères sociaux* ». Les AGORAé se veulent « *des lieux non-stigmatisants œuvrant pour l'égalité des chances d'accès et de réussite dans l'enseignement supérieur* ».



2) Les initiatives s'appuyant sur une mixité interne

Parmi les initiatives favorisant la mixité sociale, on peut distinguer deux catégories :

- **Celles s'adressant à un public prioritaire** (ex : population démunies, habitants d'un quartier défavorisé, etc.), tout en s'ouvrant en partie à un public « extérieur », pour favoriser la cohésion sociale et/ou permettre de financer en partie le système de tarification sociale. C'est par exemple le cas de [l'association Vrac](#), un groupement d'achat créé à destination de publics précaires, mais qui accueille également des « acheteurs solidaires », payant les produits 30% plus chers que les membres, et contribuant ainsi à financer le dispositif.
- **Celles qui mettent au centre de leur fonctionnement le principe de mixité sociale**, que ce soit pour des objectifs :
 - **de cohésion sociale**, c'est notamment le cas d'[Epi c'est bon](#) (Lyon), initiative alliant une épicerie coopérative, une cantine éco-solidaire et un lieu d'animation, et qui se définit avant tout comme « *un lieu de création de lien social autour de la consommation éco-responsable, pour et par tous et toutes* ».
 - **d'ouverture la plus large possible aux consommateurs** (comme c'est le cas des initiatives entrepreneuriales comme [Kelbongoo](#), [De la Ferme au Quartier](#), [La Fourche](#), etc.)

- **ou encore pour permettre – entre autres – une péréquation financière entre les acheteurs les plus aisés et les plus modestes**, comme c'est le cas d'[EPISOL](#) (Grenoble) « *un concept original d'épicerie locale et solidaire accueillant tout public en mixité avec un système de tarification différenciée selon les revenus de chacun et favorisant l'implication de chacun et la création de lien social* ».

3 - Quelle importance est accordée à la qualité des produits et aux rapports avec les producteurs ?

Si presque toutes les initiatives de tarification sociale visent à apporter aux personnes en situation de précarité « *une alimentation de qualité, équilibrée et en quantité suffisante* », la place accordée aux producteurs et aux conditions de production des aliments proposés varie grandement :

- Certaines initiatives placent **l'urgence alimentaire** avant tout et se montrent de ce fait plus souples s'agissant de l'origine des produits et de la relation aux producteurs,
- D'autres au contraire ne proposent que des produits "**labellisés**" (agriculture bio, locale, paysanne, raisonnée, etc.) et/ou accordent une place centrale à la **solidarité entre producteurs et mangeurs**.



1) Les initiatives souples à l'égard de l'origine des produits

Toutes les initiatives de tarification sociale dans les circuits courts alimentaires disent « *privilégier les produits bio et locaux* », mais certaines s'ouvrent néanmoins à d'autres types de produits – notamment issus des **dons alimentaires**.

C'est le cas notamment des **épiceries sociales et solidaires** du [GESRA](#), qui cherchent avant tout à proposer « *une alimentation quotidienne variée composée de fruits et légumes, produits frais, épicerie ainsi que des produits d'hygiène et d'entretien* », afin de permettre aux bénéficiaires d'avoir « *accès à une alimentation choisie, équilibrée et de qualité* ».



2) Les initiatives accordant une importance centrale à la qualité des produits et aux producteurs

Dans la majorité des cas, toutefois, les initiatives de tarification sociale incluent une réflexion sur la relation des mangeurs aux produits et aux producteurs, qui peut prendre plusieurs formes :

● **Une mise en valeur de “labels” (bio, local, paysan) et/ou de relations directes avec les producteurs** : c’est notamment le cas des entreprises proposant des dispositifs de tarification sociale comme [La Fourche](#), qui garantit des produits « 100% bio », et « favorise les relations directes avec les producteurs français et en commerce équitable ». Ou encore pour [Au Local](#), qui ne propose que « des produits locaux et de saison provenant de fermes situées à moins de 100km de Grenoble ».

● **Une relation de solidarité économique entre producteurs et mangeurs** : celle-ci peut n’être qu’un engagement à protéger les revenus des producteurs en les laissant libres de leurs prix de vente. C’est par exemple le cas de [Kelbongoo](#), qui met en avant le fait que « 71% du prix de vente revient en moyenne aux producteurs ». Mais certaines initiatives vont plus loin : [Alter Conso](#), par exemple, propose un système de vente basé sur l’abonnement, afin de « garantir aux producteurs un revenu stable dans le temps ». Un des modèles les plus poussés de solidarité étant bien sûr celui des AMAPs, où les membres s’engagent à l’avance pour une saison de production et partagent une partie des risques de production - notamment liés aux aléas climatiques - avec les producteurs.



De nombreuses initiatives incluent des actions pédagogiques et/ou de sensibilisation sur les produits

Une part importante des initiatives de tarification sociale mettent en place des **ateliers d’information, de sensibilisation et/ou d’échanges** autour de thèmes tels que la santé, l’équilibre alimentaire, la cuisine des aliments bruts, etc. L’objectif est souvent **multiple** : renforcer les **liens sociaux** au sein de la communauté, mettre en valeur la **qualité des produits** et leurs conditions de production, et aider des publics à **transformer** plus globalement leurs pratiques liées à l’alimentation. Voir par exemple [les ateliers mis en place par Label Epicerie](#) (DIY, confiture, couture, produits ménagers, recettes de cuisine, yoga du rire...), [ceux de LieU’Topie](#), ou encore [ceux de Légum’au Logis](#).

4 - Quel modèle de financement du dispositif de tarification sociale ?

Il existe une **très grande diversité** de modèles de financement des dispositifs de tarification sociale - diversité d'autant plus grande que la plupart des initiatives, en particulier celles de grande envergure, combinent **plusieurs sources de financement**.

On peut néanmoins dénombrer trois grandes familles de porteurs du "surcoût" lié à ces systèmes de tarification :

- 1 **Les consommateurs "solidaires"** au sein de l'initiative (qui payent davantage pour que les personnes en situation de précarité puissent payer moins)
- 2 **Les producteurs**
- 3 **Les financeurs/partenaires extérieurs** (publics ou privés)



1. Les consommateurs solidaires au sein de l'initiative

Deux modèles reviennent fréquemment : un système de **tarification différenciée** ou un système plus simple de **dons libres**.

● Les systèmes de tarification différenciée sont très nombreux et plus ou moins complexes :

- A [MicroMarché](#) (Nantes) les produits sont affichés à un prix similaire pour tous, mais chacun peut demander une **remise** sur sa commande (5% ou 2%) ou rajouter un **supplément**, à 1%, 2% ou 5% en fonction de ses ressources,
- [Vrac](#), propose un système de **double tarification** : un tarif pour le public-cible, et un tarif "majoré" pour les adhérents extérieurs - ceux-ci contribuant ainsi à financer l'équilibre du système,
- [Episol](#) propose un système un peu plus sophistiqué de tarification différenciée entre les adhérents en fonction de leur **quotient**

familial, que ce soit pour leur activité épicerie ou pour la vente de paniers. Ainsi, par exemple, le panier coûte 4,5 euros pour les QF inférieurs à 350 euros, 6 euros entre 250 et 650 euros, 8 euros entre 650 et 900 euros, et 10 euros pour ceux ayant un QF supérieur à 900 euros par mois,

■ [Le cabas solidaire](#) (Niort) : s'appuie sur un principe consistant à ce que les **bénéfices** réalisés sur les achats des clients payant 100% des prix indiqués en magasin financent, en partie, les réductions sur les achats des clients bénéficiant de **réductions** (-40% ou -60%, sur prescription d'un service social ou d'une association caritative),

■ [L'AMAP Les Grand' Goules](#) offre un autre exemple d'un système de tarification différenciée : les personnes ayant un **quotient familial** inférieur à 1200 euros peuvent bénéficier d'un panier à un tarif réduit "solidaire". Ces **paniers solidaires** (à 5 euros pour le petit panier et 9 euros pour le grand panier) sont **financés** par les amapiens payant le **tarif "normal"** (14,5 euros pour le grand panier, soit 1 euro de contribution solidaire ; et 8,5 euros pour le petit, soit 50 centimes de contribution solidaire). Dans ce système, le nombre de paniers solidaires disponibles chaque semestre dépend donc du **nombre total** de grands et petits paniers vendus au tarif "normal".

La capacité à **anticiper l'équilibre financier** du dispositif apparaît ainsi très **variable**. Si aucun risque n'est pris dans le cas de l'Amap des Grand' Goules, où le nombre de paniers solidaires disponible est arrêté a priori en fonction du nombre de paniers vendus à plein tarif, l'équilibre économique est plus incertain dans les systèmes à contribution libre comme pour MicroMarché.

● **Une autre manière de faire intervenir des « consommateurs solidaires » consiste à solliciter des dons.** Si ce système a souvent le mérite de sa **simplicité**, certaines initiatives élaborent des dispositifs relativement compliqués, comme [BIOVRAC pour tous](#), fruit d'une coopération entre Biocoop et le GESRA : le principe est de réaliser des **collectes** de produits bio non périssables en sortie de caisse auprès des clients Biocoop, qui seront proposés ensuite au sein du GESRA – les **marges** réalisées par Biocoop sur les produits donnés étant également reversées au épicerie solidaires.



2. Une baisse de prix consentie par les producteurs

Les producteurs peuvent également contribuer à proposer des prix attractifs, de deux manières différentes :

- **En proposant des "prix de gros"** avantageux. C'est l'objectif recherché dans les **groupements d'achat**, qui permettent parfois de façon très simple d'obtenir des baisses de prix intéressantes (voir par exemple le retour du [CABAS des champs](#) à Brest).

- **En collectant les invendus.** C'est par exemple le cas d'[Epi'Cerise](#) (Vesoul), une épicerie solidaire qui **récupère** les invendus auprès de producteurs locaux. Pour les **soutenir**, « l'association organise chaque semaine un marché dans un quartier dépourvu de commerces alimentaires [...] les producteurs perçoivent par ailleurs une petite participation monétaire pour chaque kilo "sauvé" et bénéficient d'un reçu fiscal ». Une démarche qui vise tout à la fois à « permettre à des personnes qui n'auraient pas les moyens de se les offrir d'accéder à des produits de qualité, de limiter le gaspillage alimentaire et de valoriser le patrimoine agricole de la région ».



3. Les dons individuels auprès de personnes extérieures

Certaines initiatives sollicitent des dons individuels de façon **plus large**, y compris **à l'extérieur** de leur réseau de consommateurs. C'est notamment le cas du [réseau Cocagne](#), qui propose des paniers solidaires au prix de 4 euros (pour une valeur réelle de 12 euros), financés notamment grâce à des **dons libres** ([voir le bulletin de dons](#)).

Certaines initiatives recourent également à des systèmes de **financement participatif**, comme c'est le cas par exemple de [l'Amap Part de Marché](#) (St Malo), qui a financé en partie son dispositif de tarification par une **collecte** sur Helloasso ([> voir la page](#)).



4. Des financeurs publics ou privés

Une part importante des initiatives de tarification sociale bénéficie d'aides publiques ou privées.

● **Parmi les financeurs privés**, on peut citer la Fondation Carasso, la Fondation Abbé Pierre, le Secours Catholique, le fonds de dotation Biocoop, La mutuelle de France, Fondation d'entreprise Ekibio, la European Climate Foundation, la Fondation MACIF, la fondation d'entreprise AG2R La Mondiale, la Fondation RTE, la fondation Caisse d'Épargne Rhône-Alpes, la fondation Caritas France, la fédération Entraide Protestante, la fondation Jeanine et Maurice Mérigot, Emmaüs France, la fondation Transdev, Orange, etc.

● **Parmi les institutions publiques** finançant des dispositifs de tarification sociale, on trouve notamment les CCAS/CIAS, les municipalités, les départements, les régions, l'État (notamment France Relance), etc.

Conclusion



Mettre en place un système de tarification sociale implique de composer avec un grand nombre de paramètres. Si certains sont laissés à la **libre appréciation de l'initiative** (le temps dévolu au fonctionnement du système, les moyens de contrôle des publics-cibles, etc.), d'autres sont imposés par sa localisation géographique (ex : la mixité sociale n'est pas toujours possible) ou des **facteurs extérieurs** (accès ou non à des subventions, etc.).

C'est la raison pour laquelle chaque initiative doit inventer un modèle qui lui est propre, en tenant compte de ses **aspirations** et de ses **possibilités**. Et, comme cela est souvent constaté, ne pas hésiter à fonctionner par "essai-erreur" en **créant collectivement un modèle viable et adaptable aux évolutions de l'environnement dans laquelle elle s'inscrit.**

Des exemples pour s'inspirer



● Épiceries solidaires

"Au Panier Partagé" (Aunis Sud, à proximité de La Rochelle) :
<https://aunis-sud.fr/je-meapanouis-en-aunis-sud/jai-besoin-dun-coup-de-pouce/epicerie-solidaire/>

Label Epicerie (Coudekerque-Branche)
<https://label-epicerie.org/>

Episol (Grenoble)
<https://episol.fr/>

Groupement des Épiceries Sociales et Solidaires Rhône-Alpes Auvergne
<https://www.gesra.org/>

La Cabas solidaire (Niort)
<https://www.soliniort.fr/le-cabas-solidaire/>

Epicerie solidaire TOTEM (Saint-Nazaire)
<http://epicerie-totem.fr/#>

Epicentre (Lyon)
<https://www.epicentre-lyon.fr>

La Casaline (Saint Fons)
<https://assoecs.wixsite.com/asso/epicerie-sociale>

Le cabas solidaire (Niort)
<https://www.soliniort.fr/le-cabas-solidaire/>

Au Caddy Fleury (Tournus)
<https://economie-solidarite-partage.com/lepicerie-sociale/>

Epi'Cerise (Vesoul)
<https://www.groupagricola.com/qui-sommes-nous/gaspillage-alimentaire/epicerise>

● Épiceries

MicroMarché (Nantes)
<https://www.micromarche.fr/>

Kelbongoo (Paris)
<https://www.kelbongoo.com>

De la Ferme au Quartier (Saint-Etienne)
<https://www.delafermeauquartier.org>

La Fourche
<https://lafourche.fr>

Solid'Arles
<http://solidarles.free.fr>

● Paniers

Les filets solidaires (Angers) :
<http://www.letroismats.fr/activites/solidarite/filets-solidaires/>

Légum'au Logis (Lyon) :
<http://legumaulogis.fr>

Episol (Grenoble)
<https://episol.fr/>

● Groupements d'Achat

Au Local (Grenoble)
<https://au-local.org/>

VRAC (national + Bruxelles)
<https://vrac-asso.org/>

Le cabas des champs ! (Brest)
https://centres-sociaux-bretagne.fr/supers_projets/le-cabas-des-champs

Bibliographie



- Étude pour la définition d'un plan de lutte contre la précarité alimentaire en Bourgogne – Franche Comté - Benchmark d'initiatives en matière de relocalisation des filières d'approvisionnement de l'aide alimentaire et d'accompagnement des usagers – Décembre 2021
- https://bourgogne-franche-comte.dreets.gouv.fr/sites/bourgogne-franche-comte.dreets.gouv.fr/IMG/pdf/etude_precarite_alimentaire_-_benchmark_bfcvf-2.pdf
- « Proposer une tarification sociale dans les cantines », Ministère des solidarités, de l'Autonomie et des Personnes handicapées
- <https://solidarites-sante.gouv.fr/affaires-sociales/lutte-contre-l-exclusion/lutte-pauvrete-gouv-fr/la-mise-en-oeuvre/assurer-l-egalite-des-chances-des-les-premiers-pas/article/proposer-une-tarification-sociale-dans-les-cantines>
- « La tarification solidaire différenciée, outil pour une alimentation solidaire non stigmatisante »,
- « Étude qualitative sur les épiceries sociales », Ministère des solidarités, de l'Autonomie et des Personnes handicapées
- <https://solidarites-sante.gouv.fr/ministere/documentation-et-publications-officielles/rapports/lutte-contre-l-exclusion/article/etude-qualitative-sur-les-epiceries-sociales>