



# LA POPOTE

SCIENCES PO PARIS, SCHOOL OF MANAGEMENT AND INNOVATION  
THE GREAT TRANSITION, COLLECTIF 34

<b>1. INTRODUCTION AU PROJET</b>	<b>3</b>
<b>2. COLLECTIF TRENTE-QUATRE</b>	<b>4</b>
<b>3. LIEN DU PROJET</b>	<b>5</b>
<b>4. ANALYSE SITUATION / ENVIRONNEMENT</b>	<b>6</b>
<b>5. NOTRE PROJET ASSOCIATIF : "LA POPOTE"</b>	<b>10</b>
<b>6. PLAN DE DEVELOPPEMENT</b>	<b>19</b>
<b>7. ANNEXES</b>	<b>22</b>

# 1. INTRO- DUCTION AU PROJET

Aujourd'hui nous vivons dans l'ère la plus prospère de l'humanité, aux yeux du reste de l'histoire ces dernières années furent des années d'une abondance de biens inégalées. Pourtant même en France, un des pays les plus riches de la planète, dans une des zones concentrant le plus de ressources et de richesses de nombreuses personnes vivent encore sous le seuil de pauvreté et la malnutrition touche les plus vulnérables. Le problème n'est pas que nous ne produisons pas assez pour répondre aux besoins de tous, c'est que cette production est répartie de manière inégale. D'un côté une partie de la population a faim, de l'autre nous gaspillons des quantités non-négligeables de nourriture. Notre projet est donc de rééquilibrer les assiettes, nous ne cherchons pas à produire plus, mais à mieux répartir.

Notre association a pour but de faire le lien dans la chaîne entre la collecte, la transformation et la redistribution. En partenariat avec le Chaînon Manquant, association fortement implantée en Île-de-France, notre objectif serait de valoriser les denrées alimentaires recueillies par le Chaînon Manquant, de les travailler en partenariat avec des professionnels et des passionnés de l'univers culinaire et de les redistribuer dans des lieux physiques à des personnes dans le besoin, quelle que soit leur origine sociale. Notre projet apporte un réel plus aux concepts associatifs déjà existants dans la mesure où nous faisons le pari de valoriser les invendus alimentaires de bonne qualité grâce à des professionnels de la cuisine et d'organiser une redistribution physique de ces plats afin d'en faire bénéficier les plus démunis.

# 2. COLLECTIF TRENTE- QUATRE

## PROJET

Transformation et redistribution des denrées alimentaires de façon hebdomadaire.

## OBJECTIF

Réduire le gaspillage alimentaire et participer à la création de lien social.

## LOCALISATION

Zone initiale de mise en place du projet : Île-de-France.

## POLES D'ACTIVITES

### **Pôle associatif :**

Marie DARCAS (Master Finance et Stratégie),  
Paule TAVIGNOT (Master Economics and Business)

### **Pôle finance** (Master Finance et Stratégie) :

Antoine HAWATH, Thibault RUINET

### **Pôle marketing :**

Justine DELAUNAY (Master Marketing), Hana  
DIARASSOUBA (Master Communication, Médias et  
Industries Créatives), Simon LEROY (Master Organisations  
et Management des Ressources Humaines)

### **Pôle communication** (Master Communication, Médias et Industries Créatives) :

Dorian COLOMBIER, Diana LIU, Clémence PRUD'HOMME



**LA POPOTE**

**RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE INTERNET :**

**[HTTPS://COLLECTIF34.JIMDO.COM](https://collectif34.jimdo.com)**

# 4. ANALYSE SITUATION / ENVIRON- NEMENT

## A. QUEL EST LE PROBLEME IDENTIFIE ?

### GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Selon la FAO, 1,3 milliards de tonnes et un tiers des aliments produits sont jetés ou perdus dans le monde par an. Les conséquences économiques directes du gaspillage de produits agricoles sont estimées à 750 milliards de dollars. Dans le même temps en 2017, pour la première fois depuis 10 ans, la faim dans le monde a augmenté.

En France, selon le rapport de l'Ademe<sup>1</sup> sur le gaspillage alimentaire (Cf. Annexe 1) :

☞ 10 millions de tonnes de nourriture sont gaspillées par an. La valeur théorique de ces produits s'ils étaient vendus est de 16 milliards d'euros.

☞ 20 à 30 kilos sont gaspillés par personne et par an. Cette nourriture gaspillée est composée à 24% des restes des repas, à 24% de fruits et légumes, à 20% produits entamés, à 18% produits emballés et à 14% de pain.

☞ Le gaspillage concerne tous les acteurs de la chaîne alimentaire, puisque 32% du gaspillage a lieu lors de la production agricole, 21% lors de la transformation, 14% lors de la distribution, 14% dans la restauration et 19% dans la consommation à domicile.

☞ Cela représente également un impact en termes d'empreinte carbone. Le gaspillage alimentaire représente en effet 15,3 millions de tonnes CO<sub>2</sub>, soit 3% de l'ensemble des émissions de CO<sub>2</sub> françaises.

<sup>1</sup> Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

Le gaspillage alimentaire est un enjeu majeur. Preuve en est le pacte national contre le gaspillage alimentaire adopté par le gouvernement français en 2016, qui vise par des incitations à réduire de 50% le gaspillage d'ici 2025.

Une loi contre le gaspillage alimentaire a été adoptée le 3 février 2016, elle offre notamment 3 avancées :

☞ Une obligation pour la grande distribution de donner les invendus alimentaires a été mise en place (généralisation des conventions grande surfaces/associations, si refus, les supermarchés sont passibles de 3 750 euros par infraction). Cela représente 10 millions de repas partagés avec des personnes nécessiteuses.

☞ De nouvelles associations ont vu le jour (5 000), à côté des Restos du Cœur ou de la Croix Rouges. Ces associations ont dû être préalablement reconnues par l'État.

☞ La France a été le premier pays à se doter d'une législation contre le gaspillage alimentaire, et a été ensuite suivie par d'autres.

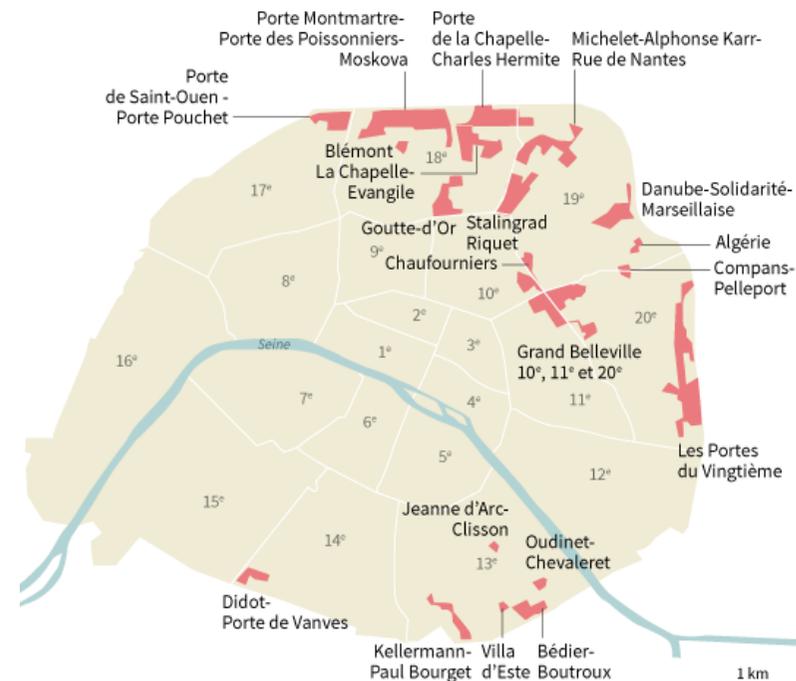
## UNE FORTE CONCENTRATION DE PAUVRETE A PARIS

Paris est la ville française qui compte le plus de personnes pauvres (vivant sous le seuil de pauvreté, qui équivaut à 60% du revenu médian). Cela représente 340 000 personnes en 2014. Le taux de la population vivant sous le seuil de pauvreté dans chaque arrondissement est représenté sur le graphique ci-

dessous. Il est également important de noter que dans certains arrondissements, le taux de pauvreté de certains quartiers dépasserait les 40% (dans le XVIII<sup>e</sup>, le XIX<sup>e</sup>, le XX<sup>e</sup> et XIII<sup>e</sup>)<sup>2</sup>.

☞ **Concentration de la pauvreté par quartiers au sein de la ville de Paris<sup>3</sup> :**

Les vingt quartiers prioritaires de la politique de la ville de Paris en 2015



<sup>2</sup> D'après une étude *Compas*, 2014.

Disponible sur : <[http://www.lecompas.fr/doc/compasetudes11\\_janvier2014.pdf](http://www.lecompas.fr/doc/compasetudes11_janvier2014.pdf)>

<sup>3</sup> Source : Béatrice Jérôme, *Le Monde*, 2015.

## **B. LES ASSOCIATIONS EXISTANTES**

### **ANALYSE DES POINTS FORTS ET DES DEFICITS**

Pour nous renseigner sur les projets déjà existants concernant la situation des réfugiés, nous avons utilisé la carte interactive du site « [sursaut-citoyen.org](http://sursaut-citoyen.org) ». Sur cette page web, on trouve en Île-de-France 26 associations qui s'occupent des questions d'alimentation (Cf. *Annexe 2*).

Parmi les associations recensées, certaines possèdent un objet nettement différent du nôtre. Par exemple l'association La Nouvelle Rôtisserie propose une cantine inclusive. On peut citer aussi le Refugee Food Festival qui est un événement itinérant de cuisine par des réfugiés. Le modèle adopté ainsi que le mode d'action sont totalement différents de ce que nous souhaitons proposer, ce qui rend la comparaison peu pertinente. Nombreuses associations s'occupent également d'alimentation et proposent d'autres services en parallèle comme l'hébergement ou la création de lien social. On peut citer dans ce cas notamment l'Ordre de Malte, l'association Polyvalence, le collectif ESSOR, le collectif de soutien des Exilés du X<sup>e</sup> arrondissement de Paris, Première Urgence Internationale, etc. Il est intéressant de noter que peu d'associations s'occupent à la fois d'alimentation et de lien social, alors même que la connexion entre les deux semble évidente. On peut citer toutefois, entre autres, les associations Disco Soupe Pour les Réfugiés, Eat&Meet ou Autremonde.

Notre projet se focalise sur trois dimensions de façon simultanée, ce qui en fait sa spécificité : la lutte contre le gaspillage alimentaire, la redistribution de nourriture et la création de lien social avec en particulier les personnes en grande précarité. De plus, notre projet se différencie des autres en ce qu'il propose de la nourriture de qualité, raffinée car cuisinée par des professionnels de la cuisine française. Aucun projet existant ne présente cet aspect qualitatif qui nous tient à cœur.

Un autre élément important de différenciation est la mobilité. Il existe beaucoup d'associations implantées, concentrées localement en Île-de-France (Cf. *Annexe 2* : Première Urgence Internationale, Le Recho, Commune de Janvry, Entraide et Solidarité 91, De loin en loing, Solidarité Migrants, Solidarité migrants Wilson, Une terre pour tous, le collectif de soutien des exilés du X<sup>e</sup> arrondissement de Paris). Face à cela le seul projet recensé qui soit mobile, comme le nôtre, est le projet Eat&Meet, mais il n'a pas pour objet la redistribution alimentaire aux plus démunis. Notre mobilité acquise grâce au camion de distribution permettra de combler les lacunes existantes dans la répartition de l'aide sur le territoire francilien et ainsi que toucher une frange plus large de la population de la population en besoin.

## C. UN PROJET QUI S'INSCRIT DANS LA GRANDE TRANSITION

Ce projet est lié à la Grande Transition à travers différentes thématiques qu'il aborde. En effet, il met l'accent sur l'économie circulaire en apportant sa pierre à l'édifice qu'est la « boucle circulaire » grandissante dans la chaîne de l'alimentation. Concrètement, il limite le gaspillage de la nourriture. Par conséquent, notre projet vise à réduire l'empreinte écologique de la production alimentaire en France, à l'échelle locale Parisienne dans un premier temps.

Au niveau social il permet l'approvisionnement en nourriture pour certaines classes de populations ayant plus de difficultés à obtenir ce besoin physiologique. Il oblige aussi de créer des liens sociaux entre des types de personne très variés (Volontaire, Chefs notables, personnes isolées et/ou dans le besoin). La cohésion sociétale est encouragée et un dialogue est créé à l'endroit où la chaîne de communication est parfois rompue ou extrêmement réduite. Le sujet de la pauvreté est abordé et pourra autoriser une vraie discussion sur l'ampleur du problème dans les quartiers au sein desquels le projet sera déployé.

De plus, notre projet représente une possibilité d'engager nos entreprises partenaires dans une démarche de RSE<sup>1</sup>. Les entreprises savent aujourd'hui que leurs bénéfices ne sont plus les seuls moyens de démontrer leur valeur ajoutée à la société. Après la crise de 2007, le public et les 'décideurs' politiques sont plus attentifs au fait de laisser le capitalisme se développer sans contraintes. Ils sont plus désireux de dicter les politiques sociales des entreprises pour façonner le commerce et le libre-échange de manière plus humaine. La RSE constitue un formidable levier pour travailler et optimiser la réputation de l'entreprise. En plus, La RSE constitue un levier fort d'attractivité de l'entreprise sur le marché du travail et de fidélisation et de motivation des salariés. En outre, ce projet est une opportunité à moyen terme de travailler pour les sociétés françaises en quête de partenariats avec des ONGs. Ils pourront travailler avec nous dans notre combat pour apporter des solutions innovantes et concrètes aux défis de la précarité avec divers soutiens. Réellement et à petite échelle, une façon pour les entreprises de porter avec nous cette grande transition vers un capitalisme plus responsable.

<sup>1</sup> Responsabilité Sociétale et Environnementale

# 5. NOTRE PROJET ASSOCIATIF “ LA POPOTE ”

## A. OBJECTIFS, BENEFICIAIRES ET PARTENAIRE

### POSITIONNEMENT MARKETING :

#### QUELS BUTS POURSUIVIS ?

Notre association a pour but de faire le lien dans la chaîne entre la collecte, la transformation et la redistribution. En partenariat avec le Chaînon Manquant, association fortement implantée en Ile-de-France, notre objectif serait de valoriser les denrées alimentaires recueillies par le Chaînon, de les travailler en partenariat avec des professionnels et des passionnés de l'univers culinaire et de les redistribuer dans des lieux physiques à des personnes dans le besoin, quelle que soit leur origine sociale. Notre projet apporte un réel plus aux concepts associatifs déjà existants dans la mesure où nous faisons le pari de valoriser les invendus alimentaires de bonne qualité grâce à des professionnels de la cuisine et d'organiser une redistribution physique de ces plats afin d'en faire bénéficier les plus démunis.

Notre projet contribue ainsi à la construction d'une société responsable, durable et solidaire, basée sur une économie circulaire sobre en ressources et au sein de laquelle chacun peut avoir accès à une alimentation de qualité, peu importe sa situation sociale.

### LES BENEFICIAIRES

#### DU PROJET

Dans un premier temps, nos bénéficiaires de nos actions seront premièrement les réfugiés et migrants à Jaurès et Porte de la Chapelle, qui se trouvent dans une situation d'extrême pauvreté et de détresse. En effet, dans une première phase de

développement, nous souhaitons concentrer notre action sur une population restreinte afin d'être en mesure de satisfaire de façon optimale les besoins primaires de ces personnes. Dans un second temps, nous ambitionnons d'étendre notre action à une cible plus large qui pourrait regrouper à la fois les sans domicile fixe, les étudiants et personnes âgées vivant sous le seuil de pauvreté, mais également toute personne faisant face à des difficultés financières, soit ponctuellement, soit plus régulièrement. Des familles nombreuses ou monoparentales, des étudiants faisant face à des difficultés pour financer leur vie quotidienne, mais aussi des individus retraités ayant du mal à terminer dignement leurs fins de mois : nous souhaitons offrir l'opportunité à ces personnes de se nourrir correctement et sainement et de retrouver une dignité en leur proposant une alimentation qualitative, qu'ils n'auraient pas eu la possibilité de s'offrir en temps normal.

## UN PROJET CENTRE

### SUR DES PARTENARIATS FORTS

### AVEC LE CHAÎNON MANQUANT

### ET CUISINE MODE D'EMPLOI

#### **Le Chaînon Manquant : un partenaire majeur de notre projet pour la collecte des denrées alimentaires**

En identifiant les acteurs associatifs participant, à leur échelle, à la réduction du gaspillage alimentaire, nous avons pu constater qu'une association, « Le Chaînon Manquant » avait déjà réfléchi à une solution faisant le lien entre les professionnels

de l'alimentaire<sup>1</sup> qui disposent de denrées en surnombre et les associations caritatives qui effectuent une redistribution alimentaire aux individus dans le besoin (Cf. *Annexe 3 et 4*).

La solution proposée par Le Chaînon Manquant a été mise en place à la suite d'une étude réalisée par un groupe de travail associant la Mairie de Paris, le Ministère de l'Agriculture et des professionnels de l'alimentation sur le thème de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Il appelle à la mise en place d'un système pérenne de redistribution rapide des surplus, en complément des solutions déjà en place. Leur action sur le terrain est concrète et utile : elle réduit le gaspillage et participe à un monde plus solidaire. Elle est aussi éducative et démontre par l'exemple que tout acteur professionnel, quel qu'il soit, peut s'engager à son niveau dans une démarche de développement durable.

Notre partenariat avec le Chaînon Manquant consisterait à ce qu'ils nous distribuent de façon hebdomadaire, l'ensemble des denrées collectées afin que des cuisiniers travaillent, transforment et valorisent ces produits dans l'objectif de les redistribuer sous forme de plats. Après avoir très largement échangé avec la directrice du Chaînon Manquant, séduite par la visée de notre projet, elle nous a confirmé son souhait de s'impliquer à nos côtés. Dans cette lignée, elle nous a proposé d'établir un partenariat qui impliquerait que le Chaînon Manquant nous livre les denrées récoltées chaque samedi, à notre entrepôt. De plus, cette collaboration nous permettra de bénéficier des partenariats déjà tissés entre les enseignes alimentaires et le Chaînon Manquant et de sa maîtrise concernant la chaîne logistique (sécurité, respect de la chaîne du froid...) et ainsi, de concentrer notre action sur la valorisation des produits et la redistribution physique des plats.

<sup>1</sup> Grande distribution, petits commerçants de quartier, traiteurs, restaurateurs

Enfin, notre projet vise à impliquer le Chaînon Manquant sur trois points principaux :

👉 **Réactivité** : dispose d'une flotte de camionnettes importante. Cette dimension est pertinente dans la mesure où l'on souhaite axer notre offre sur la distribution de produits frais, cuisinés dans la journée.

👉 **Mutualiser les moyens humains, logistique et de communication** afin de bénéficier de leur expertise dans le domaine associatif et la logistique alimentaire, mais également pour solliciter les bénévoles actuels et leur entourage, en recruter de nouveaux et s'appuyer sur leur image de marque et leurs canaux de communication pour faire connaître rapidement notre association.

👉 **Respect de la chaîne du froid.** Le Chaînon Manquant maîtrise toutes les étapes de la chaîne du froid, ce qui apporte une caution qualitative à notre projet et nous permet de ne pas avoir de local de stockage pour les produits et ainsi, de les apporter directement à Cuisine Mode d'Emploi pour être transformés et distribués dans les heures qui suivent.

👉 **Cuisine Mode d'Emploi : une école de cuisine socialement innovante, partenaire de notre association dans la phase de transformation des produits.**

Cuisine mode d'emploi est née, en 2012, de la rencontre entre Thierry Marx<sup>2</sup>, chef étoilé du Mandarin Oriental et enfant

<sup>2</sup> Thierry Marx est un chef cuisinier français, étoilé au guide Michelin et membre du jury de l'émission Top Chef pendant plusieurs années.

“

## **Quand une femme politique et un chef étoilé mettent les pieds dans le plat**

du 20<sup>e</sup> arrondissement de Paris et Frédérique Calandra, maire de l'arrondissement. Lui, soutient une approche innovante de la formation professionnelle. Elle, s'est engagée personnellement pour mobiliser les forces vives et mettre à disposition les moyens nécessaires. Le projet Cuisine mode d'emploi est parti d'un constat simple : la restauration est un secteur au cœur de l'économie française, mais en situation de sous-effectifs. 50 000, c'est le nombre d'emplois offerts dans la restauration et non pourvus. Autrement dit, les professionnels n'arrivent pas à recruter.

Ces métiers exigeants demandent une formation concrète. Aujourd'hui celle-ci n'est pas toujours adaptée : trop longue, trop théorique, trop onéreuse. En outre, Thierry Marx souhaite donc renouveler l'offre de formation existante aux métiers de la restauration en élargissant les possibilités de formations. C'est alors qu'il décide d'ouvrir Cuisine Mode d'Emploi, un centre de formation s'adressant, entre autres, à des personnes en situation d'exclusion (demandeurs d'emplois, jeunes sans diplômes ou sortis du système scolaire, personnes en reconversion professionnelle...).

Possédant une dimension sociale extrêmement forte, cette formation est fidèle aux valeurs de Thierry Marx, petit-fils d'un réfugié juif polonais, qui a connu un parcours semé d'embûches avant d'atteindre le succès. Au-delà de proposer une formation solide, cette école se donne aussi pour objectif de redonner

l'envie à des personnes socialement exclue, de travailler et de s'épanouir dans leur poste, leurs missions et plus globalement au sein de leur entreprise. Ces sessions gratuites, exigeantes mais qualifiantes pour les métiers de la restauration et de la boulangerie remportent, depuis 5 ans, un franc succès. Au menu de cette formation validée par une certification de qualification professionnelle et basée sur la motivation : « 80 gestes de base et 90 recettes ». Au bout de 12 semaines de formation, les stagiaires peuvent se mettre à la recherche d'un emploi, accompagnés par l'un des partenaires du centre.

Les résultats parlent d'eux-mêmes : depuis 2012, plus de 90 % des stagiaires ont trouvé un emploi, à l'issue de la formation.

Notre choix pour Cuisine Mode d'Emploi n'a donc pas été un hasard, mais il a été pleinement pensé pour s'intégrer à nos valeurs et notre mission. Séduits par cette formation innovante et totalement ancré dans la Grande Transition de par sa dimension sociale, il nous a semblé alors fort intéressant de pouvoir effectuer un partenariat avec Cuisine Mode d'Emploi dans le but de valoriser ces personnes en formation et de bénéficier de leur talent et leur savoir-faire pour proposer des plats de qualité à des personnes dans le besoin.

Avant d'être des stagiaires en formation, les apprentis de Cuisine Mode d'Emploi sont des personnes qui ont, à un quelconque moment de leur vie, connu des moments difficiles et de doute quant à leur place au sein de la société française. L'ensemble de ces éléments nous ont donc motivé à impliquer ces apprentis dans notre projet, qui possèdent des valeurs d'entraide fortes et débordent d'envie d'aider leur prochain.

Concrètement, le rôle de « La Popote » serait de collecter les denrées auprès du Chaînon Manquant, de les faire livrer dans les locaux de Cuisine Mode d'Emploi pour qu'elles soient travaillées et cuisinées sous forme de plats pour ensuite les redistribuer aux personnes dans le besoin. En plus de bénéficier des compétences

des apprentis afin d'offrir la meilleure qualité possible, ce partenariat permet à la Popote de certifier et garantir la qualité de ces produits. De même, la complexité logistique de la phase de transformation des produits (trouver des locaux, des cuisiniers bénévoles...) est de fait largement simplifiée par le fait que Cuisine Mode d'Emploi prend en charge cette étape. La popote se chargera ensuite de récupérer les plats cuisinés, de les faire réchauffer si besoin et de les redistribuer via ses foodtrucks dans les quartiers parisiens ciblés dans la stratégie de déploiement.

Enfin, ce partenariat présente également de multiples avantages pour l'école. En effet, cela permettrait à Cuisine Mode d'Emploi de pouvoir exercer ses apprentis, de contribuer à un projet possédant une dimension sociétale et environnementale forte, de travailler des produits qu'elle n'a pas besoin de financer et sur des produits changeants chaque semaine et enfin, de renforcer les valeurs d'engagement et d'entraide promues par l'école.

## **B. UNE ASSOCIATION A VISEE HUMAINE, SOCIETALE ET ENVIRONNEMENTALE**

Lors de la conception de notre projet, il nous a semblait légitime de nous interroger sur les différents impacts positifs qu'engendreraient nos actions.

D'une part, la visée de notre association est d'améliorer les conditions quotidiennes de vie des personnes démunies et exclues de la société en raison de leur situation sociale. Notre action permettrait de couvrir les besoins suivants :

👉 **Un besoin physiologique<sup>1</sup>**, en proposant un repas à des personnes qui n'ont pas la possibilité de s'alimenter dignement.

👉 **Un besoin social et d'appartenance** : Établir un contact humain et un lien social entre les bénévoles de notre association et les personnes que nous aidons. Ce lien social sera créé lors des redistributions et repas partagés.

👉 **Un besoin de reconnaissance** : Créer de valeur pour les personnes en détresse. La proposition de repas de qualité, réalisés par des professionnels sert un objectif de valorisation de personnes en situation d'exclusion.

D'autre part, notre action permet de lutter, à une échelle locale d'abord, contre le gaspillage alimentaire et les conséquences que cela implique sur le plan social et environnemental, à savoir :

👉 **Utiliser la surproduction pour servir un objectif social.** En donnant une nouvelle vie immédiate aux invendus à très courte date limite de consommation, et en particulier aux produits frais.

👉 **Réduire l'impact environnemental dû au gaspillage alimentaire** : les produits jetés ont des impacts négatifs sur l'environnement et engendrent un traitement des déchets qui n'aurait pas lieu d'être.

<sup>1</sup> Les besoins physiologiques correspondent à la nécessité de survie (se nourrir, se couvrir...).

## C. PLAN DE FINANCEMENT DE LA POPOTE

La mise en place de notre projet engendrera forcément des coûts liés à l'achat de matériel (foodtruck électrique, matériel de cuisine pour installer dans les camions) et à la rémunération de certains salariés de la Popote... ou encore à des coûts fixes (locaux pour le siège social, électricité...) et de gestion. De même, si nous souhaitons à terme, élargir notre action, il nous faudra disposer de ressources financières permettant de déployer notre présence sur le territoire et d'élargir nos partenariats avec d'autres fournisseurs de denrées, mais aussi des bénévoles cuisiniers ou des écoles de cuisine qui souhaiteraient s'impliquer dans le projet global. Par conséquent, nous avons identifié trois sources de financement principales.

### SOURCES PRINCIPALES

#### DE FINANCEMENT

##### **1. D'une part, des dons provenant de particuliers.**

L'idéal serait, en effet, de parvenir à mettre en place une fidélisation des donateurs sous forme de dons réguliers. La régularité des dons des particuliers permet de prévoir des plans de financement à plus long terme en fonction des montants récoltés. De plus, des dons réguliers faibles

sont ainsi privilégiés par rapport aux dons ponctuels (même importants). La récolte de ces dons pourrait se faire via notre site internet où un espace sera dédié aux dons en ligne. Les donateurs pourront également adresser leurs dons à l'adresse de notre siège social. De plus, nous organiserons des campagnes de crowdfunding à travers des plateformes en ligne (Leetchi, Ulule...) qui recensent un grand nombre de particuliers prêts à donner de l'argent pour des actions qui les touchent et qu'ils souhaitent soutenir. Chaque campagne de crowdfunding sera largement relayée sur nos pages de médias sociaux afin de mobiliser également la communauté que nous aurons formée.

## 2. D'autre part, des dons provenant d'entreprises.

À travers le mécénat, les entreprises sont de plus en plus engagées dans les questions environnementales et sociales. Notre association devra entrer en contact avec le département RSE de grandes entreprises afin de solliciter une aide financière. De même, les entreprises pourront effectuer des partenariats avec nous lors d'événements particuliers qui contribueront aussi à améliorer leur image de marque. En effet, pour les entreprises, un tel partenariat contribue à donner une image positive auprès des participants de l'événement. Par exemple, le Chaînon manquant s'est associé avec le tournoi Roland-Garros à son lancement pour lever des fonds importants.

3. Enfin, l'une des principales ressources dont nous pourrions bénéficier sont **les subventions**. Les associations ont la possibilité de bénéficier de certaines

subventions pour les aider dans leurs actions. Les collectivités territoriales, notamment pour la région Île-de-France auront un intérêt à soutenir notre action (financièrement ou mise à disposition de matériel) dans la mesure où l'un des principaux objectifs de la Mairie de Paris et de la région est de lutter contre la pauvreté et de rééquilibrer les différences en termes de ressources financières entre les différentes zones géographiques au sein de la ville et des départements composant l'Île-de-France.

Parallèlement à ces moyens de financement, nous souhaitons organiser différentes actions permettant de récolter des fonds de façon plus ponctuelle, mais probablement à une plus grande ampleur.

## AUTRES ACTIONS LIEES

### AU FINANCEMENT

Nous souhaitons participer à des événements sportifs, artistiques, musicaux et proposer à la vente des plats que nous aurons conçu pour l'occasion grâce aux apprentis de Cuisine Mode d'Emploi. Ainsi, nous pourrions, par exemple, installer notre foodtruck lors de concerts (Parc des Princes, AccorHotels Arena...), de matchs de football ou de rugby (PSG, Racing 92, Roland-Garros...), d'exposition à grande échelle, en accord bien évidemment avec les organisateurs de chaque événement.

À raison de deux fois par an, il conviendra d'organiser un dîner de charité au sein du restaurant de Thierry Marx où des

cuisiniers étoilés, secondés d'apprentis cuisiniers proposeront un menu pour plusieurs centaines de personnes appartenant à des catégories socio-professionnelles favorisées ou encore des personnalités publiques (maires, députés...) et des artistes (chanteurs, sportifs, peintres...). La participation demandée sera fixée de façon à couvrir les dépenses de préparation des plats auxquelles s'ajoutera une marge conséquente, quant à elle, entièrement reversée à notre association.

## **D. NOTRE POLITIQUE DE RESSOURCES HUMAINES**

Notre politique de recrutement des bénévoles sera axée principalement sur la volonté à contribuer à son échelle, à une société plus viable. Les bénévoles devront ainsi disposer d'un esprit d'entraide et s'engager à aider, de façon désintéressée des personnes en difficultés. Nous souhaitons également que les bénévoles partagent notre éthique et notre vision d'une société plus juste et équilibrée sur le plan social et environnemental. La passion pour la cuisine, les bons produits ou l'alimentaire en général est aussi une dimension au cœur de notre action. Il sera donc appréciable de créer un dynamisme humain autour de cet aspect au sein de notre équipe de bénévoles.

Il sera donc important de mener une politique de recrutement afin de disposer du nombre de bénévoles nécessaires pour entreprendre notre action et la développer.

### **COURT TERME**

Sur le court terme, nous ciblons un recrutement principalement pour la distribution des repas. Par le biais d'une campagne de communication, nous avons pour objectif de mobiliser des personnes disponibles principalement le samedi soir dans un premier temps, pour distribuer les repas auprès des bénéficiaires et pour partager un moment avec eux. De même, certains des chefs ou commis de cuisine qui auront cuisiné les repas pourront également participer à la distribution et expliquer comment les repas ont été préparés. Par ailleurs, le besoin immédiat de l'association est de trouver un conducteur pour conduire le food truck. Cette personne pourra être bénévole dans un premier temps, le nombre de distributions de nourriture n'étant pas assez important à court terme pour embaucher quelqu'un même à temps partiel (une distribution par semaine au lancement de l'association).

### **MOYEN TERME**

À moyen terme, en fonction de l'évolution du nombre de distributions par semaine ou par jour et de la diversification des quartiers où les plats seront distribués, il impliquera de recruter un à cinq chauffeurs en temps partiel. Ceux-ci seront en priorité en contrats aidés ou en service civique, afin de favoriser la réinsertion. Enfin, au lancement de l'association, nous aurons besoin de bénévoles ou de salariés près à s'investir à temps partiel ou à temps plein dans l'association afin de gérer l'aspect administratif de l'association, la gestion des partenariats avec le Chaînon Manquant et Cuisine Mode d'Emploi, le site internet ou encore la collecte des dons et son réinvestissement dans le développement de l'association.

## LONG TERME

Sur le long terme, nous ambitionnons de recruter davantage de bénévoles, des contrats aidés, des services civiques mais aussi des contrats en CDI à temps plein pour porter l'association compte-tenu des phases de développement envisagées. Ces personnes assureront également une permanence dans le fonctionnement de l'association. Ils pourront également s'impliquer de manière plus grande que de simples bénévoles, dont l'implication reste toujours variable, dans la recherche de fonds et de partenariats.

En fonction de l'évolution des partenariats avec les entreprises, il sera possible pour les employés d'effectuer du mécénat de compétences dans notre association, et de donner de leur temps de travail pour aider l'association, que ça soit dans la distribution des repas ou dans la collecte des fonds et le développement des partenariats.

Le recrutement de nouvelles personnes engagées dans le projet sera au centre de nos missions puisque l'avenir de l'association en dépendra. Nous souhaitons par conséquent, mener une politique qui visera à mobiliser les individus autour de notre action.

Notre stratégie de communication jouera un rôle central dans la mobilisation de bénévoles. Nous souhaitons avant toute chose s'entourer de personnes motivées, dans une société qui de surcroît, est de plus en plus sensible aux thématiques que soulève notre projet. Des étudiants aux retraités, des cadres de grandes entreprises aux commerçants de quartiers, de passionnés de cuisine aux personnes souhaitant combattre la pauvreté : chaque bénévole apportera sa pierre à l'édifice et contribuera à la réussite et au déploiement de notre projet.

## E. STRATEGIES DE COMMUNICATION

Tout d'abord, lors de la création de notre projet, nous avons longuement réfléchi à la création d'un nom de marque et d'un logo afin d'être reconnu et de s'insérer dans le paysage associatif actuel en explicitant clairement le but de notre activité. C'est ainsi que « La Popote » s'est naturellement imposée comme une évidence, symbole à la fois de convivialité et de partage d'un bon repas.

Par ailleurs, la stratégie de communication occupera un rôle fondamental que ce soit pour informer les personnes en difficultés de nos actions, que pour le recrutement de bénévoles ainsi que pour nouer des partenariats et soulever des dons issus de particuliers ou de professionnels. Au lancement du projet, l'objectif de communication sera de faire connaître l'association à la fois auprès de la société civile, des acteurs publics mais aussi et surtout auprès des bénéficiaires de notre action. Sur le plus long terme, notre but sera de fidéliser notre communauté de bénévoles et de partenaires, tout en développant continuellement les particuliers, les professeurs et les acteurs publics apportant un soutien direct ou indirect à notre association.

Par conséquent, nous avons imaginé mener une campagne d'affichage dans les rues de Paris et plus particulièrement dans les quartiers que nous ciblons à notre lancement, à savoir Porte de la Chapelle et Rue Jaurès. Aussi, nous souhaitons distribuer des tracts auprès de ces personnes en les informant du lieu, du jour et de l'heure à laquelle la distribution des plats sera effectué

ainsi que les activités qui pourront être proposées à cette issue : le partage d'un repas, des jeux, des échanges avec les bénévoles mais aussi avec les cuisiniers qui participeront ponctuellement aux distributions.

Enfin, un contact direct sera essentiel puisqu'il est important de réfléchir au fait que ces personnes socialement exclues n'ont pas forcément les mêmes réflexes vis-à-vis de tout élément de communication. Il impliquera, par conséquent, de gagner leur confiance, de leur montrer notre bienveillance et de leur expliquer la valeur de notre projet qui vise à leur offrir une alimentation de qualité et un moment d'échange autour d'un bon repas. De même, ce contact nous donnera la possibilité de mieux appréhender les besoins de ces populations et d'adapter nos actions en ce sens.

Nous avons également développé un site internet afin de communiquer autour de notre projet et mobiliser, dès le début, des bénévoles et des donateurs. Ce site visera à expliquer l'objectif de notre projet, son fonctionnement, de présenter notre équipe ainsi que l'articulation avec nos partenaires clés : le Chaînon Manquant et Cuisine Mode d'Emploi sans lesquels notre projet n'aurait pu réaliser. Le site internet proposera également aux personnes susceptibles d'être intéressées de s'inscrire à notre newsletter hebdomadaire qui expliquera les actions menées et les ressources dont nous avons besoin. Ces inscriptions nous permettront dans un même temps de constituer une base de données afin de créer une communauté de bénévoles et de soutiens.

De plus, il sera important de créer de l'engouement autour du projet et des diverses actions qui seront posées. Ainsi, les médias sociaux seront les relais de nos actions. Nous y publierons des contenus régulièrement afin de toucher une audience plus générale dans le but de recueillir un maximum de soutien et donner de la visibilité à la Popote.

Enfin, les partenariats mis en place auront un impact central dans notre capacité à faire connaître notre projet. D'une part, nous souhaitons mobiliser le soutien de grands chefs étoilés qui apporteront une caution en termes de notoriété à notre projet. Au-delà de réduire le gaspillage alimentaire, notre objectif est d'offrir une alimentation meilleure à chaque citoyen qui n'a pas la possibilité de le faire par ses propres moyens. Ce positionnement est donc totalement en adéquation avec les valeurs des grands chefs cuisiniers pour qui la cuisine devrait être accessible à tous.

Par ailleurs, notre présence sur des événements d'envergure nationale et internationale nous permettra d'acquérir une notoriété auprès de la société civile et, de fait, de renforcer la légitimité de nos actions. Ces actions permettront de toucher un public de manière efficace en étant en contact direct avec les individus.

# 6. PLAN DE DEVELOP- PEMENT

## A. PHASE 1 : ANNEE DE LANCEMENT

### SERVIR DES REPAS

### AUX PERSONNES MIGRANTES

- AVENUE JEAN-JAURES, XIX<sup>E</sup>

- PORTE DE LA CHAPELLE, XVIII<sup>E</sup>

Nous avons choisi de nous concentrer sur une population réfugiée dans un premier temps puisque nous possédions déjà un réseau nous permettant d'identifier les points de distribution stratégique. Notre position d'étudiants de SciencesPo nous permettrait également de faire un partenariat avec l'association Sciences Po Refugee Help (SPRH). En effet, dans la première phase du projet, les repas préparés en collaboration par notre association en partenariat avec le Chaînon Manquant et Cuisine Mode d'emploi seraient destinés une fois par mois puis une fois par semaine aux personnes migrantes de Jaurès dans le XIX<sup>e</sup> arrondissement. Nous commencerons donc par répondre à la pauvreté matérielle et relationnelle de ce public précis de Paris.

Lors de l'interview du 7 Novembre avec Grace Lovio, la présidente de la branche aide matérielle de Sciences Po Refugee Help, nous avons compris que notre proposition de plat de qualité, dans une disposition conviviale (installation de tables, d'une scène d'où des présentations culinaires ou artistiques pourraient être faites), correspondait en particulier à la population du quartier de Jaurès, de 40 personnes en moyenne.

Tisser des liens avec ces personnes, avec les aides de Cuisine Mode d'Emploi (une dizaine à chaque fois) qui épauleraient le service serait dans ce contexte possible. Le matériel d'activités de jeux (dominos, morpion, etc.) que possèdent SPRH ainsi que les bénévoles étudiants de l'association sont autant de ressources

que nous associerons avec notre activité de distribution et qui favoriseront le tissage de lien social. Dans cette toute première étape, un camion unique serait nécessaire. Le moment choisi serait le samedi soir, où l'aide se fait attendre selon Grace Lovio et une personne de l'association Refugee Breakfast.

Nous avons également identifié la Porte de la Chapelle comme lieu de besoin des personnes migrantes et réfugiés à la rue. C'est donc ensuite ce second lieu que nous investirons. Le public est composé de 300 à 400 personnes selon Sciences Po Refugee Help. Le défi en venant dans ce lieu est de pouvoir servir chacun d'entre eux. C'est pourquoi nous attendrons d'avoir assez d'acteurs côté cuisine (en plus des personnes volontaires de Cuisine Mode d'Emploi) pour lancer cette aide.

Nous aurons ici besoin de lancer le partenariat avec la Mairie de Paris, notamment pour obtenir des tables et chaises pliables en plus grande quantité. Nous comptons alors leur apporter les preuves de notre première action à Jaurès. Le repas aurait également lieu potentiellement le samedi soir. Dans ce projet, nous développerons un partenariat avec l'association Utopia qui propose parfois des distributions alimentaires aux migrants de ce lieu, comme nous l'expliquait Grace.

## **B. PHASE 2**

### **DEUXIEME**

### **ET TROISIEME**

### **ANNEES**

## **ELARGIR L'OFFRE**

### **DE REPAS CONVIVIAUX**

### **A D'AUTRES PERSONNES SOUFFRANT**

### **DE LA PRECARITE**

### **A PARIS ET EN ILE-DE-FRANCE**

L'objectif de notre projet est de pouvoir conduire des distributions de nourriture 7 soirs par semaine en quantité suffisante pour subvenir aux besoins d'un nombre de personne le plus large possible. Dans ce cadre, nous pourrions recruter à l'image du Chaînon Manquant des personnes en réinsertion, via les contrats aidés, sur des postes tels que conducteurs.

Il nous faudra continuer à faire des recherches sur les lieux où notre action pourrait être nécessaire. Pour cela, nous pourrions faire jouer le réseau de bénévoles que nous posséderons ainsi que celui de nos partenaires. L'objectif sera d'identifier les personnes isolées ainsi que les lieux où sont concentrées des populations en situation d'urgence alimentaire.

On peut envisager l'extension de notre action à l'Île-de-France entière dans une projection à trois ans. Il nous faudra pour cela augmenter considérablement le nombre de bénévoles et de personnes en réinsertion qui participeront à notre action. Cela nécessitera de nouveaux partenariats, notamment avec les RSE d'entreprises, via Vendredi, l'association qui assure deux journées de volontariat aux salariés. Le soutien des mairies d'arrondissement sera également nécessaire pour la stratégie communication.

Il nous faudra évidemment davantage de camions pour pouvoir couvrir simultanément un large périmètre.

Pour soutenir le projet et continuer à le financer, nous aurons besoin de nouveaux participants culinaires. Les chefs pourront s'impliquer au quotidien, ou nous soutenir publiquement ou encore être acteurs partenaires lors d'événements sportifs par exemple. La qualité gastronomique de notre proposition sera tout au long du développement un des objectifs majeurs de l'activité, des contrôles réguliers et des ateliers de conception de l'offre culinaire seront menés avec les cuisiniers et autres volontaires.

Pour la collecte de denrées alimentaires, nous aurons besoin de davantage de partenaires que le Chaînon Manquant. Un pôle de l'association sera dans cette deuxième phase entièrement dédié à la collecte et à la gestion des stocks de denrées alimentaires.

# 7. ANNEXES



# LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE UN SCANDALE ÉTHIQUE, ENVIRONNEMENTAL ET ÉCONOMIQUE

**1,3 milliard de tonnes** de nourriture

**Aliments jetés**  $\frac{1}{3}$  = **DES ALIMENTS PRODUITS SUR LA PLANÈTE**

**SONT JETÉS OU PERDUES CHAQUE ANNÉE DANS LE MONDE<sup>(1)</sup>**

**1 personne sur 6** SOUFFRE DE MALNUTRITION

**D'IMPORTANTES RESSOURCES SONT UTILISÉES EN VAIN**

**espaces énergie eau agricoles engrais pesticides**

## du CHAMP à la POUBELLE : les étapes du gaspillage

<p><b>1 LE CHAMP</b></p> <p>FRUITS ET LÉGUMES NON CALBRÉS = JETÉS</p>	<p><b>2 le transport</b></p> <p>DES PRODUITS SONT ABIMÉS</p>	<p><b>3 l'entrepôt</b></p> <p>SI RUPTURE DE LA CHAÎNE DU FROID, TOUS LES PRODUITS SONT JETÉS</p>
<p><b>4 l'usine</b></p> <p>PERTES PENDANT LA PRÉPARATION DES PLATS CUISINÉS</p>	<p><b>5 supermarché</b></p> <p>PRODUITS REJETÉS SELON DES CRITÈRES "ESTHÉTIQUES", COURSE À LA FRAÎCHEUR DES PRODUITS</p>	<p><b>6 maison, restaurant, cantine</b></p> <p>SURPLUS D'ACHAT, OUBLIS DANS LE RÉFRIGÉRATEUR, PORTIONS TROP GROSSES</p>

## NOUS SOMMES TOUS VICTIMES ET RESPONSABLES DU GASPILLAGE

### CHEZ NOUS, QUE MET-ON À LA POUBELLE ?

RÉPARTITION DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE DANS LES POUBELLES DES MÉNAGES ET DES PETITS COMMERCES

<b>24%</b> RESTES DE REPAS	<b>24%</b> FRUITS ET LÉGUMES	<b>20%</b> PRODUITS ENTAMÉS	<b>18%</b> PRODUITS NON DÉBALLÉS, PORTIONS ALIMENTAIRES	<b>14%</b> PAIN
----------------------------	------------------------------	-----------------------------	---	-----------------

**plus de 20kg** D'ALIMENTS PAR AN <sup>(2)</sup>

SOURCE : FNE/VERDICITÉ

(1) SELON LA FAO, ORGANISATION DES NATIONS-UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE  
(2) ADEHE

**mobilisons-nous contre Le gaspillage alimentaire**



**RE FAISONS  
LE CLIMAT**



**AIDONS LE CLIMAT,  
ARRÊTONS DE GASPILLER**



**SCANDALE ÉTHIQUE, ENVIRONNEMENTAL  
ET ÉCONOMIQUE, CE GÂCHIS CONTRIBUE  
AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES**

CHAQUE ANNÉE, **UN TIERS DE LA NOURRITURE**  
PRODUITE SUR LA PLANÈTE **EST JETÉ**

**GASPILLER DES ALIMENTS, C'EST...**

**ÉMETTRE DES GAZ À EFFET DE SERRE**



**ACCAPARER DES TERRES AGRICOLES**



**PUISER DANS LES RESSOURCES EN EAU**



SONT UTILISÉS CHAQUE ANNÉE DANS LE MONDE  
POUR PRODUIRE DE LA NOURRITURE QUI EST GASPILLÉE

**CONSOMMER DE L'ÉNERGIE**

TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE, DE L'ÉNERGIE EST GASPILLÉE :



**FAIRE ROULER DES CAMIONS, VOLER DES AVIONS ET VOGER DES BATEAUX**



Retrouvez nos propositions et plus de conseils sur [fne.asso.fr](http://fne.asso.fr)

## ANNEXE 2

### LISTE DES 26 ASSOCIATIONS RECENSEES

#### PAR LE SURSAUT-CITOYEN.ORG :

1. La nouvelle rôtisserie
2. Collectif de soutien des exilés du X<sup>e</sup> arrondissement de Paris
3. Autremonde
4. ActionFroid Paris/Île-de-France
5. Association Eat&Meet
6. Disco Soupe Pour les Réfugiés
7. P'tits Déjs à Flandres
8. Les repas du Salem
9. Collectif la Chapelle Debout
10. Quartiers solidaires
11. Thé et Café pour les réfugiés
12. Clic images
13. Société S<sup>t</sup> Vincent de Paul de Paris
14. Association polyvalence
15. Ordre de Malte France
16. Collectif Voice of Refugees
17. Alliance Biblique Française
18. Collectif ESSOR « Action - Accueil des Réfugiés »
19. Première Urgence Internationale (Asnières-Sur-Seine)
20. Le Recho (Nogent-Sur-Marne)
21. Commune de Janvry (Janvry)
22. Entraide et Solidarité 91 (Corbeil-Essonnes)
23. De loin en loing, Solidarité Migrants (Moret-sur-Loing)
24. Solidarité migrants Wilson (La Plaine Saint-Denis)
25. Initiative individuelle
26. Une terre pour tous (Lagny-Sur-Marne)

## ANNEXE 3

### LE PROCESSUS DE COLLECTE

#### DU CHAINON MANQUANT :

Le Chaînon Manquant a mis en place à Paris et en région parisienne des circuits courts pensés avec les pouvoirs publics, les professionnels et les bénéficiaires. L'association récupère des invendus alimentaires en parfait état chez les professionnels ou sur le lieu d'événements de grande envergure (sportifs, culturels...), puis les redistribue immédiatement, dans le respect de la chaîne du froid (camion frigorifique), à des associations caritatives situées à proximité.

## ANNEXE 3

### LE CYCLE DE COLLECTE

### DU CHAINON MANQUANT :

# Comment ça se passe ?

Distribution des denrées  
Consommation le jour même

Associations de quartier  
Restaurants sociaux  
Epiceries sociales  
Haltes sociales  
CHRS et autres centres  
d'hébergement spécialisés



LE CHAÎNON MANQUANT  
*Le + de la chaîne alimentaire*

Récupération des denrées  
Collectes programmées

Distributeurs  
Traiteurs - Restaurateurs  
Petits commerçants  
Restauration collective  
Grands événements



Livraison immédiate  
à flux tendu



Respect de la  
chaîne du froid



Zéro stock



Aujourd'hui, en région parisienne ...



Partenaires professionnels



Associations partenaires

Roland Garros

Parc des Princesses

Demain dans toute la France !

Stade de France

Salon Marjolaine

PARIS 2015

92

93

15ème

16ème

17ème

18ème

19ème

20ème

1er

2ème

3ème

4ème

5ème

6ème

7ème

8ème

9ème

10ème

11ème

12ème

13ème

14ème

BIO

Salon Marjolaine

## ANNEXE 4

### L'ORGANISATION D'UNE TOURNÉE

#### AU CHAINON MANQUANT :

## En tournée avec Le Chaînon Manquant

Valérie, bénévole de Lyon, nous fait vivre l'expérience de sa tournée parisienne.



A gauche : Valérie,  
bénévole de Lyon

A droite : Ninon,  
Responsable Qualité  
de l'association

« J'ai pu constater l'importance de cette chaîne humaine autant pour les donateurs pour qui jeter pose un réel problème de conscience que pour les bénéficiaires. Et tout cela dans la bonne humeur générale ! »  
Valérie



#### ● 8h30 - C'est parti !

Je retrouve Ninon, Responsable Opérations & Qualité du Chaînon Manquant et le camion de l'association dans l'enceinte d'un ancien hôpital.



#### ● Collecte chez les traiteurs

Après quelques stops chez les premiers traiteurs, nous avons déjà plusieurs caisses pleines... Tout se passe assez vite. Les caisses sont déjà prêtes et il ne nous reste qu'à tamponner les bons d'échange déjà remplis.



#### ● Collecte de sourires

Lorsque la camionnette est pleine, nous passons en mode livraison. Direction la première association. Il faut comptabiliser les dons, vérifier les DLC et s'assurer que tout sera très vite mis au frais et utilisé dans la journée.



#### ● Et c'est reparti !

Le camion est plus léger, la tournée peut reprendre. Arrêt chez un primeur : 2 grosses cagettes de légumes nous attendent.

#### ● Dernière minute !

Coup de fil : un restaurant central de cantines a 100 portions pour nous ! Petit détour avant de reprendre le fil de la tournée et des associations.



#### ● Arrêt dans un supermarché

Là, c'est une autre histoire! Une quinzaine de caisses nous attendent, des poulets, des taboulés, des figues, des cèpes, du raisin, des salades, des sandwiches... bref nous récupérons au minimum 100kg de nourriture en un seul arrêt.

L'association suivante loge une cinquantaine de personnes, hommes et femmes confondus. Bernard qui travaille ici depuis 8 ans nous aide à transporter une partie des dons tout en nous racontant l'histoire de cette association.

« Certains pensionnaires nous aident à lister les produits en se réjouissant d'avance du repas à venir... »



**LE CHAÎNON MANQUANT**  
Le + de la chaîne alimentaire

## ANNEXE 5

### SYNTHESE DE L'INTERVIEW TELEPHONIQUE DU 7 NOVEMBRE 2017 AVEC

### LA PRESIDENTE DU CHAINON MANQUANT, VALERIE DE MARJERIE

#### FÉVRIER 2014 : secteur gaspillage alimentaire pas encore développé.

- 👉 6M en insécurité alimentaire vs 10M tonnes de denrées /an.
- 👉 Banques alimentaires acteurs historiques : se faisaient livrer sorties de rayons pour passer en entrepôt de stockage puis redistribution par des associations caritatives.
- 👉 Pas adapté à tous les types de produit à mettre l'accent sur les produits frais à consommer rapidement.
- 👉 Mettre en place un dispositif beaucoup plus réactif : invendus directement chez les professionnels (après avoir fait un tri) puis redistribution à flux tendus à un réseau d'associations partenaires.

#### 1<sup>E</sup> ACTION SUR LE TERRAIN : Tournoi de Roland-Garros (15 000 repas).

- 👉 Régulariser la collecte à tournées qui incluent différents partenaires plus réguliers (traiteurs, distribution dans les zones de forte densité urbaine, restauration commune).
- 👉 Encore beaucoup d'événementiel mais l'essentiel provient des collectes régulières.
- 👉 Circuits chez des partenaires de collecte.
- 👉 S'adapte selon type de produit : fruits et légumes, sandwichs et restauration d'entreprise.

#### CHANGEMENT D'ÉCHELLE :

- 👉 Au début, convaincre et proposer quelque chose et acquérir la confiance des partenaires professionnels.
- 👉 Gérer la chaîne d'approvisionnement (conducteurs en insertion, accompagnés par des bénévoles).
- 👉 Nouveaux moyens à financer, difficile de se financer tout en se développant.

#### FINANCEMENT :

- 👉 Aucune activité commerciale : pas de revenus récurrents.
- 👉 Fonctionne par des dons (de particuliers et d'entreprises).
  - Pouvoirs publics fonctionnent par appels à projets.
  - Fonctionnement régulier par les dons.
- 👉 Vérifier le fonctionnement des structures (ex : frigo) avant de les livrer.
- 👉 Risques sanitaires à prendre en compte.
- 👉 Professionnels à l'Ouest, associations à l'Est.
- 👉 Des associations peuvent solliciter le Chaînon manquant directement.

#### RÉGLEMENTATION :

- 👉 Problème de structure surtout en alimentaire.
- 👉 Réglementation sur distribution chaude ? Distribution de plats chauds à l'air libre ?
- 👉 Restauration d'entreprise : stands de plats cuisinés chauds (chauffés dans des cuves, peut être récupéré dans une cellule de refroidissement rapide).
- 👉 Transport mise au froid à distribution dans les 2h.
- 👉 Plus facile de transporter des plats froids (type salade) puis adapter en fonction de la structure.
- 👉 L'association doit se réclamer à la DVTP.
- 👉 Respect de la réglementation car important car liens avec professionnels.
- 👉 Travail avec associations dont la finalité est d'aider les gens en difficulté en tant que consommateurs.

#### FONCTIONNEMENT : bénévolat / distribution

- 👉 200 bénévoles dont la plupart à Paris (presque deux tiers).
- 👉 Trois salariés (dont 2 conducteurs en insertion).
- 👉 Pas de recherche de profits : liberté d'innover.
- 👉 Faire évoluer les mentalités (notamment restaurants d'entreprise, cause environnementale ou solidaire).
- 👉 Jours de distribution : du lundi au samedi.
- 👉 Beaucoup d'événements (tournées le dimanche).



**RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE INTERNET :**

**[HTTPS://COLLECTIF34.JIMDO.COM](https://collectif34.jimdo.com)**

## **POLE ASSOCIATIF**

**MARIE DARCAS**

Master Finance et Stratégie

**PAULE TAVIGNOT**

Master Economics and Business

## **POLE MARKETING**

**Justine DELAUNAY**

Master Marketing

**HANA DIARASSOUBA**

Master Communication, Médias  
et Industries Créatives

**SIMON LEROY**

Master Organisations  
et Management  
des Ressources Humaines

## **POLE FINANCE**

**ANTOINE HAWATH**

Master Finance et Stratégie

**THIBAUT RUINET**

Master Finance et Stratégie

## **POLE COMMUNICATION**

**DORIAN COLOMBIER**

Master Communication, Médias  
et Industries Créatives

**DIANA LIU**

Master Communication, Médias  
et Industries Créatives

**CLÉMENCE PRUD'HOMME**

Master Communication, Médias  
et Industries Créatives