

AlterConso - Lyon (Rhône) -
Des paniers bio et locaux dans les quartiers du Grand Lyon sous forme de coopérative multi
partie-prenantes depuis 2005 !
<https://www.alter-conso.org/>



1- Introduction

AlterConso est une coopérative qui facilite et organise la vente directe de producteurs auprès de groupes de consommateurs dans les quartiers du Grand Lyon. Des paniers hebdomadaires de légumes, sur abonnement, sont complétés par des ventes ponctuelles de viandes, miels et autres produits spécifiques. Les frais de fonctionnement payés par les consommateurs d'une part et la commission payée par les producteurs d'autre part, tous adhérents de la coopérative, permettent à AlterConso de soutenir un modèle à l'équilibre, indépendant de tout financement, et pérenne depuis plus de quinze ans. AlterConso propose un système de tarification sociale à ses consommateurs sur présentation de la feuille d'imposition ou d'un justificatif.

2- Histoire et valeurs du projet

AlterConso est né de la volonté de deux étudiants, Thomas et Baptiste, de créer « un service public de l'alimentation par la société civile »

À l'origine : la volonté de proposer une alternative à la grande distribution, sous fond de décroissance, germe dans l'esprit de ces deux étudiants. Nous sommes en 2004, à Lyon, Thomas et Baptiste souhaitent monter un réseau d'AMAP en s'adossant aux collectivités locales, mais ils font face à plusieurs refus et décident alors de porter leur propre projet à la vision novatrice pour l'époque : créer un large réseau de ventes en ville assurant une bonne valorisation des produits et une sécurisation du débouché afin de maintenir le modèle de l'agriculture paysanne. Ce projet, ils le portent aussi autour de nouvelles valeurs et modes de travail : comment créer son propre emploi, travailler autrement, moins et en autogestion ; c'est de là que naît l'idée de la coopérative.

De prime abord, entraîner les paysans dans ce projet ne semble pas évident, « *leur demander de nous confier leur marchandise en promettant de l'écouler, c'est dur à accepter pour une personne qui vend sur les marchés depuis 10 ans !* ». En outre, les coopératives agricoles n'ont pas bonne réputation et le modèle d'AlterConso - sous statut SCIC - freine les premiers contacts et n'emporte pas l'adhésion des paysans.

Pendant un an, un long travail de prospection est mené pour constituer un groupe de paysans et de consommateurs suffisamment important pour lancer l'activité. AlterConso est présenté lors de plusieurs salons et séduit le public : dès mai 2006 la SCIC compte 400 adhérents !

3- Réseaux d'appartenance

Les réseaux paysans

Dès le lancement, des relations se nouent avec l'ADEAR (Association pour le développement de l'emploi agricole et rural), qui les oriente vers des paysans à l'écoute de l'innovation, prêts à changer leurs pratiques et leurs moyens de commercialisation. Dans un second temps, AlterConso s'appuie également sur l'ARDAB (Association des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire) pour étoffer l'offre des paysans et les structurer en filières.

La constitution du réseau Pirat

Très vite, ce réseau d'acteurs existants localement et partageant les mêmes valeurs politiques – AlterConso, l'ARDAB, l'ADEAR, Le Passe Jardins (association de promotion de l'agriculture urbaine dans les quartiers de Lyon), La Légumerie (ateliers de sensibilisation auprès des écoles) puis de nouvelles structures essaimées par AlterConso comme Croc'Ethic et l'Arbralégumes – souhaitent mutualiser leurs idées et leurs moyens, en vue d'actions communes de plaidoyer et de sensibilisation. C'est ainsi que se crée Pirat - le Pôle d'initiatives pour la relocalisation alimentaire territoriale. Pirat devient une vitrine de

ces acteurs de l'agriculture locale qui souhaitent sécuriser la production alimentaire à l'échelle de la métropole de Lyon et de nombreuses actions sont menées. Cependant, en 2014, un appel à projet n'est pas remporté et signe la fin de Pirat. De nouveaux collectifs prendront la suite avec plusieurs autres acteurs du territoire.

Une mutualisation de moyens, avec le réseau La Bruyère

En parallèle, un autre petit cercle se crée dans l'idée cette fois de mutualiser des moyens. Réunissant Croc'Ethic, l'Arbralégumes et AlterConso, le réseau La Bruyère se constitue et commence à partager camions, chambres froides, locaux, bureaux, réseau de paysans.

Aujourd'hui, AlterConso continue à s'investir au sein de la Bruyère, ainsi que dans Raccourci, un réseau d'acteurs de l'ESS.

De manière plus informelle, des membres de l'équipe s'investissent dans des réseaux œuvrant à la mise en place d'un marché d'intérêt métropolitain, projet désormais soutenu par une forte volonté politique.

4- Produits et producteurs



40 à 45 producteurs vendent leur production au sein de la coopérative, et la plupart se retrouvent également au sein des autres structures qui composent la Bruyère.

Les producteurs ne sont pas tous en agriculture biologique - 95% tout de même – , mais tous répondent à la charte de l'agriculture paysanne élaborée par l'ADEAR.

Les producteurs sont organisés par filière au sein d'AlterConso : légumes, fruits, produits laitiers, viande, etc...Chaque filière est « souveraine » : lorsqu'un paysan décide de quitter la coopérative, la filière doit se poser la question « Pouvons-nous nous réorganiser pour subvenir à la demande ou devons-nous intégrer un nouveau paysan ? ». De même, chaque filière travaille sur le prix des produits qui sont proposés à la vente.

L'intégration de nouveaux producteurs se fait sur le principe du respect de cette charte, la plupart du temps ils sont déjà en relation avec l'ADEAR et connus par le réseau donc les intégrations se font facilement, « basées sur la confiance ». **Pour les producteurs qui arrivent dans la coopérative et qui ne sont pas en agriculture biologique, il est demandé d'intégrer un processus de conversion vers le bio**

sur 3 ans avec l'élaboration d'un diagnostic à mi-parcours. C'est un fonctionnement qui semble adapté et facile à suivre pour les équipes d'AlterConso.

5- Modalités de commercialisation



AlterConso propose des paniers hebdomadaires, à l'abonnement, avec une période d'engagement de 6, 9 ou 12 mois. Le paiement de l'abonnement se fait par chèque lors de l'adhésion et lors de chaque renouvellement. 5 types de paniers sont proposés, déclinés en plusieurs tailles.

Sur le prix de l'abonnement, une partie sert à rémunérer directement les producteurs qui composent les paniers, l'autre partie vient payer le fonctionnement de la coopérative. Ces frais – de 0 à 20% - sont calculés en fonction de différents critères sociaux (RSA, AAH, étudiants, chômeurs, non-imposition sur le revenu) de chaque adhérent consommateur. Lors de leur adhésion, les futurs adhérents déposent donc à AlterConso 6 chèques pour payer le panier et 6 chèques pour payer le fonctionnement.

14 lieux de distribution sont répartis sur la métropole de Lyon pour 850 adhérents environ.

Il y a eu peu d'évolutions en 15 ans, ces 14 points de distribution avaient été très vite identifiés et mis en place au lancement de la coopérative, c'est un modèle qui fonctionne et qui n'a pas la volonté d'une expansion.

« L'idée de départ c'était de mettre des lieux de distribution non pas là où il y a des sous, mais là où il y a des gens. Il y avait des poches de population entre 60 000 et 80 000 habitants et on se disait que là ce serait bien d'en avoir un. On est assez rapidement arrivé à 14 sur toute l'agglomération. On souhaitait que ce soit des lieux ouverts pour que le lieu puisse faire notre promotion car les passants nous verraient directement. On est resté sur cette ligne directrice. On ne fait pas de distribution autre part que dans des associations de quartier, dans des MJC, dans des centres sociaux, dans des centres culturels, dans des bibliothèques, dans des médiathèques. »

Chaque lieu propose une soirée hebdomadaire de distribution.

Chaque membre de l'équipe est référent d'un ou plusieurs lieux, à proximité de son habitation. Les référents tournant assez peu d'un lieu à un autre, un lien fort se crée entre chaque référent et son lieu : *« nous en devenons l'interlocuteur privilégié et s'y retrouver chaque semaine nous donne l'envie de nous impliquer plus généralement dans leurs activités quotidiennes et leur gestion »*. Chaque lieu de distribution est également invité à entrer dans le collège des sympathisants de la SCIC.

Très peu de stocks sont gérés par AlterConso car, en dehors d'une petite table d'épicerie proposée sur chaque lieu de distribution pour compléter les paniers, tous les adhérents consommateurs ont une formule d'abonnement.

La gestion se fait en flux tendus : les produits sont récupérés le matin et vendus le soir, il ne reste jamais grand-chose à la fin de la journée et si c'est le cas, le surplus permet de constituer des caisses d'échanges – *« Par exemple, dans le panier légumes, il y a du céleri mais je n'aime pas ça alors je vais regarder dans la caisse d'échange pour trouver un autre produit »*.

Les adhérents qui seraient malencontreusement indisponibles lors d'une distribution peuvent prévenir la coopérative afin de venir chercher leur panier sur un autre lieu de distribution.

Des commandes plus spécifiques (viande, miel, pollen, spiruline, farine, paniers de Noël) sont proposées ponctuellement. Pour ces commandes supplémentaires, ainsi que pour la vente de produits d'épicerie sur le lieu de distribution, chaque adhérent a une fiche nominative qu'il crédite sur son lieu de distribution par un paiement en CB, chèque ou liquide - en euros ou en Gonette, la monnaie locale complémentaire.

Aujourd'hui, **chaque lieu est équipé d'une tablette en lien avec la base de données des adhérents d'AlterConso**, auparavant, chaque fiche était notée sur de grands classeurs ! Sur cette base de données, chaque adhérent, ainsi que sa fiche nominative d'épicerie, est enregistré. De même, tous les paiements sont enregistrés par catégorie de produits.

« C'est un logiciel qui a été développé sur-mesure par un adhérent de la coopérative et qui a fait gagner beaucoup de temps à l'équipe en automatisant chaque paiement ».

6- Modalités logistiques

La participation d'AlterConso au réseau de mutualisation de la Bruyère, permet de partager des locaux, des véhicules et des tournées de collecte

Cette mutualisation - et optimisation - des circuits de collecte est issue d'un travail de long terme effectué entre les équipes du réseau la Bruyère et les équipes du **logiciel MAPOTEMPO**.

« On a été pendant 2 ans beaucoup en relation avec les créateurs de ce logiciel en indiquant nos besoins. Le bilan est assez positif. Par exemple, cette semaine on ne fait tourner que deux camions sur deux journées ; si MAPOTEMPO n'existait pas, on aurait mis 3 camions sur les routes tous les jours de la semaine ! ».

Le bilan financier lié à l'utilisation de ce logiciel est lui aussi positif : *« Le coût du logiciel est dérisoire par rapport aux économies – en temps, en énergie, en essence - que l'on a fait via l'optimisation de nos circuits ! C'est un bilan très positif. »*

Pour le petit matériel, AlterConso dispose encore de balances traditionnelles, assez anciennes et souhaiterait investir prochainement pour renouveler ce matériel.

7- Autres activités

Il n'y a pas d'activités spécifiques complémentaires mais avec le réseau d'acteurs locaux et leurs 14 lieux de distribution, les équipes d'AlterConso organisent ou participent à de nombreuses animations : projections de films, marchés de producteurs, marchés de la récup', etc.

8- Modèle humain : RH et gouvernance



8 salariés composent l'équipe d'AlterConso depuis 2006. Leur contrat est passé de 24h hebdomadaire à 30h après un travail de comptabilisation des heures et de réorganisation des tâches.

On dénombre donc 6,8 équivalents temps plein au sein d'AlterConso.

L'organisation des tâches au sein d'AlterConso se fait de manière tournante. Des pôles d'activités et des filières par type de production ont été créés afin que *« chacun, tour à tour, soit responsable d'un pôle : communication, comptabilité, développement, mutualisation, maintenance, calendrier, gestion... ou d'une filière : viande, fruits, légumes, pain, produits laitiers... »*.

Par cette organisation des tâches, chaque membre de l'équipe est totalement polyvalent et « interchangeable », c'est-à-dire que chaque salarié maîtrise l'ensemble des tâches à effectuer au sein de la coopérative mais se les répartit à tour de rôle. On parle ici d'auto-gestion de l'équipe.

La plupart des pôles fonctionnent en binôme afin d'assurer une bonne transmission et continuité lors du roulement des équipes. Le responsable de pôle travaille alors en binôme avec un autre salarié de l'équipe qui vient d'arriver sur le pôle et se forme sur ses nouvelles fonctions. L'année suivante, ce dernier deviendra responsable à son tour et permettra ainsi d'assurer le suivi des problématiques et avancées inhérentes à son pôle ou à sa filière de production.

C'est ainsi que chaque année les rôles évoluent : *« Le responsable de pôle va transmettre son savoir et son expertise à son binôme apprenant. Cet apprenant deviendra sachant et transmettra à son tour son expertise, et ainsi de suite. Certaines filières nécessitent d'être au moins 2, comme la filière fruits ou légumes car plus complexes, et à l'inverse les filières pain et épicerie ne nécessitent pas de binôme. Tout cela est évolutif, parfois on se dit qu'il faudrait être 3 sur certaines filières ou certains pôles. »*

Très peu de tâches sont externalisées : l'expertise-comptable, le développement du logiciel, ainsi que la maintenance des véhicules.

Alterconso est sous statut SCIC, ainsi différentes instances permettent d'organiser la coopérative. Chaque année, des ateliers « consultatifs » sont organisés en parallèle de l'assemblée générale. Ils permettent à chaque coopérateur de discuter de projets, sujets ou problématiques précis : *« Cette année par exemple ce sera 'le développement d'AlterConso en question ?'. On se demande si on doit continuer sur ce schéma de stabilisation ou si l'on doit essayer d'aller plus loin. Comment peut-on penser l'évolution ? »*

9- Modèle juridique

Alterconso évolue sous le statut de SCIC-SARL.

4 collèges coexistent dans cette SCIC:

- Producteurs : environ 45
- Salariés : 8
- Adhérents : environ 850, représenté officiellement par une association qui dispose d'une voix, au même titre que les autres coopérateurs. (en effet le statut SCIC-SARL ne permet pas d'avoir plus de 100 associés. L'association représente donc une personne morale au sein de la SCIC qui détient 1 voix)
- Sympathisants : 12

AlterConso se positionne comme un facilitateur de vente : les produits appartiennent aux producteurs, jusqu'à ce qu'ils soient achetés par les adhérents consommateurs. Les produits sont vendus en "vente directe, sans marge supplémentaire, et Alterconso se rémunère par les frais de fonctionnement prélevés aux adhérents consommateurs d'une part, et par les frais de commissionnement payés par les producteurs d'autre part (cf. modèle économique ci-dessous). À aucun moment les produits appartiennent à la coopérative, ce qui diffère d'un statut de magasin qui ferait de l'achat-revente, en appliquant une marge.

10- Modèle économique

Le volume annuel de marchandises vendues par AlterConso représente 1,1 à 1,2 millions d'euros. Sur ce volume de ventes, les paysans sont commissionnés et les consommateurs paient des frais de fonctionnement. Un équilibre est recherché afin que le montant global des commissions et des frais soient à peu près équivalents, de façon à ce que les paysans et les consommateurs contribuent à un même niveau à la coopérative.

La commission des paysans est graduelle, fonction du travail effectué : Pour un paysan qui livre Alterconso, la commission sera de 12.5%. Si ce sont les équipes d'AlterConso qui vont collecter les produits sur la ferme, la commission sera de 17%. Pour un lieu de collecte intermédiaire, où le paysan et les équipes d'AlterConso effectuent chacun une partie du trajet, la commission sera de 15.5%.

Les consommateurs paient des frais de fonctionnement qui sont également graduels en fonction de la situation sociale et fiscale du foyer. Sur ce principe de tarification sociale, une personne au RSA paiera 0% de frais de fonctionnement. Une personne non imposable, au chômage ou étudiante paiera 10% de frais et tous les autres paieront 20% de frais. AlterConso demande un justificatif lors de l'abonnement et parvient à un bon équilibre pour chaque part de consommateurs. Cependant depuis plusieurs années, les équipes d'AlterConso cherchent à travailler plus étroitement avec les CCAS et les centres sociaux de la ville afin de toucher une tranche plus large de bénéficiaires.

En 2020, AlterConso présentait un budget de 361 000€€.

Les ressources humaines représentaient 71% des charges de la structure.

En produits, les commissions des producteurs représentaient 48.3% et les frais de fonctionnement payés par les adhérents, 48.75%.

En dehors de la première année de démarrage où AlterConso avait touché 20 000€ du fond social européen et une subvention d'investissement (pour le camion, le petit matériel et le loyer) de la Fondation de France, AlterConso s'auto-finance à 100% et présente un budget à l'équilibre, sans subvention.

« On a toujours été équilibré depuis les débuts mais on essaie de faire évoluer cet équilibre avec des revalorisations salariales quasiment tous les ans à la mesure de ce qu'il est possible de faire. On arrive à s'augmenter légèrement de 40 euros par mois tous les ans environ, ce qui représente une dépense supplémentaire de 17 000 euros. »

11- Communication et marketing



Chaque filière ou pôle envoie ses propres informations et actualités aux adhérents. Ceux-ci ont habitués à recevoir des courriels chaque mois pour les ventes de produits spécifiques. Les commandes sont envoyées 2 à 3 semaines avant la livraison.

La suite d'outils Google est utilisée pour que consommateurs et paysans puissent suivre le tableau d'inscription et l'évolution des commandes. Les paysans ont pour la plupart appris à utiliser ces outils afin d'être autonomes pour stopper les commandes lorsque leurs stocks sont épuisés.

Des courriels de communication pour les événements sont envoyés séparément.

Le pôle communication s'occupe des annonces plus officielles telles que les assemblées générales, les ateliers etc.

AlterConso dispose d'une page facebook, jusqu'ici peu active, l'équipe développe désormais cet axe de communication pour être plus visible et toucher un plus large public.

12- Enjeux et Avenir

Une volonté d'essaimage coopératif

AlterConso ne cherche pas à se développer au-delà de son modèle actuel, ni à ouvrir de nouvelles «filiales», l'équipe cherche plutôt à essaimer son modèle coopératif sur d'autres territoires.

« On n'est pas là pour prendre des parts de marché sur un marché qui existe ou un marché émergent. On a déterminé un cadre et des limites, on ne prend plus d'adhérents malgré la demande. Il y a de la place aujourd'hui pour que d'autres porteurs de projet se lancent et organisent des distributions comme on le fait. C'est donc une volonté d'essaimage coopératif, nous ne sommes pas dans une démarche de filialisation de notre marque. »

Croc'éthic et l'Arbralégumes ont ainsi été les premiers projets essaïmés (dès 2008) à Lyon sur le modèle d'AlterConso, cet essaimage sur la métropole a permis une mutualisation de moyens.

« On s'entend sur les périmètres de chacun, on mutualise des tournées, on mutualise des paysans, des idées, des bureaux. C'est une mutualisation de moyens au service de l'agriculture locale et paysanne. »

D'autres structures comme « Court circuit Pays de Brest », « l'Equytable » et « Au Local » à Grenoble, ont bénéficiés de l'accompagnement d'AlterConso.

Faire perdurer son modèle

AlterConso cherche à faire perdurer son modèle sans avoir à le faire grandir. L'équipe est bien structurée, les lieux de distribution sont stables, d'autres leviers sont donc actionnés pour maintenir le niveau de vente : organisation d'événements conviviaux (marchés de paysans), présence sur des salons, communication, développement de commandes « spéciales » comme cette année du miel et du pollen ou encore intégration de commandes d'agrumes en provenance directe d'un producteur corse. En somme, AlterConso étoffe son offre et diversifie ses leviers de communication afin de maintenir son CA sans être nécessairement dans une dynamique de croissance.

*« On a un planning bien structuré et on ne veut pas mettre un coup de pied dans la fourmilière et tout remettre en question. En revanche, on a développé des choses annexes comme la commande d'agrumes. Lorsque l'on interrogeait nos consommateurs, ils disaient se rendre chez Carrefour pour ce genre de produits. Nous nous sommes dit que nous étions en mesure d'organiser la logistique pour se faire livrer des agrumes et les redistribuer. C'est quelque chose que l'on sait faire sans aucun problème. Il y a aujourd'hui 3 commandes d'agrumes par an qui permettent de rapporter du CA mais aussi de maintenir la culture paysanne de clémentines en Corse. Ça a été un axe de développement. On organise aussi par exemple un marché de Noël où l'on propose de la vente d'huîtres qui fonctionne très bien. **Finalement, on a étoffé l'offre plutôt que de la développer. Nous sommes aujourd'hui une vraie alternative à la grande distribution.** »*

De nouveaux projets

Certains membres de l'équipe cherchent aujourd'hui à intégrer de nouveaux réseaux qui travaillent à l'émergence d'un marché d'intérêt local à l'échelle de la métropole Lyonnaise. Un vaste projet qui permettrait de mobiliser plus massivement toute la chaîne d'acteurs et de paysans locaux afin de relocaliser les circuits de vente et de consommation, pour les particuliers mais aussi pour la restauration professionnelle et collective.

13- Récap !

Fiche d'identité

Nom de l'organisation : AlterConso - contact@alter-conso.org

Adresse : 61 avenue des bruyères 69150 DECINES-CHARPIEU

Site Web : <https://www.alter-conso.org/>

Taille de l'équipe : 8 salariés dans l'équipe à 30h par semaine soit 6,8 ETP.

Structure juridique et gouvernance : SCIC

Date de création : Janvier 2005

Activités principales : Une coopérative multi-parties prenantes afin de faciliter la vente directe de producteurs auprès de groupes de consommateurs.

Territoire desservi : Quartiers du Grand Lyon

Volume approximatif de ventes : 1,2 millions d'euros de produits annuellement écoulés.

Liens utiles :

Abralégumes : <https://www.arbralegumes.fr/>

Croc Ethic : <https://croc-ethic.org/>

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

Equytable : <http://www.lequytable.fr/>

Logiciel Mapo Tempo : <https://www.mapotempo.com/>