



*Constituer un
groupement
d'achat citoyen*

GUIDE MÉTHODOLOGIQUE

Sommaire

Qu'est-ce qu'un groupement d'achat citoyen ?	4
Pourquoi créer un groupement d'achat citoyen ?	5
Constitution d'un groupe de citoyens	6
Travailler autour des valeurs du groupement d'achat	8
Choix des produits et des producteurs	12
Choix de l'outil de commande	16
Organisation de la distribution	19
Communication	22
La vie du groupement d'achat	23

Qu'est-ce qu'un Groupement d'Achat Citoyen ?

Les groupements d'achat citoyen (GA) sont des regroupements de personnes ayant l'objectif commun de s'approvisionner en produits, le plus souvent alimentaires, en tissant des liens spécifiques et directs avec le monde agricole. Ils rassemblent un certain nombre de citoyens qui partagent des valeurs communes (consomm'acteurs) , et qui s'organisent, s'occupent de la logistique, s'approprient bénévolement des tâches qui sont normalement déléguées à des intermédiaires.

Les produits, qui sont fournis à partir de commandes groupées effectuées auprès de différents producteurs, peuvent être locaux ou non, issus de modes de production différents (biologique, raisonné,...). Ils seront pour la plupart issus de «circuit court» mais surtout de «circuit court de proximité» (voir définitions ci-après).

Rappel des définitions

Un circuit court est un mode de commercialisation de produits agricoles qui s'exerce soit par de la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente avec un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur.

Un circuit court de proximité prend en compte la distance géographique entre le producteur et le consommateur. La notion de distance varie en fonction du type de produits et de leur disponibilité sur le territoire et des choix des parties prenantes au circuit court de proximité (consommateurs, producteurs).

Pourquoi créer un Groupement d'Achat Citoyen ?

Un groupement d'achat citoyen est un groupement social avec un service marchand reposant sur l'entraide et la solidarité, favorisant la convivialité et la création de liens sociaux. Les produits sont proposés «au juste prix» évalué par les producteurs en accord avec les consommateurs.

Un GA permet un véritable engagement citoyen :

- Accès à une alimentation de qualité et de proximité,
- Création de liens sociaux porteurs de sens et de valeurs,
- Participation à des gouvernances équitables et démocratiques sous un format d'autogestion et s'approprier des nouvelles manières de s'organiser, de réaliser des projets,
- Solidarité avec des producteurs grâce à la prévente et des prix assurant une rémunération juste des producteurs,
- Mise en place d'un terrain d'innovation sociale pour la mise en place d'actions autour des déchets, des GES (gaz à effet de serre), de la solidarité alimentaire, etc.

Un GA impacte durablement le territoire par ses actions :

- Assurer à l'agriculture locale un débouché en circuit court,
- Maintenir et développer la production agricole locale,
- Soutenir les exploitants lors des périodes d'imprévu (aide lors des inondations, rachats de quantités de denrées à faible durée de consommation suite à des invendus...),
- Faire vivre le lien social au sein du territoire.

Un GA présente un réel potentiel de répercussion environnementale :

- Optimisation la logistique de distribution (transports groupés, lieux de stockage),
- Réponse aux critères de saisonnalité et de fraîcheur,
- Implication dans des démarches de réduction des déchets (emballage...), d'optimisation de la logistique, de façons de cultiver plus respectueuses...

CONSTITUTION D'UN GROUPE DE CITOYENS

Créer et fédérer le collectif d'organisation



Objectifs

Au démarrage il est important de prendre un temps pour se connaître, fonder le groupe, échanger sur les motivations personnelles de chacun à créer le GA, partager les représentations sur le projet, poser les bases de l'aventure humaine collective qui est en train de naître.

Faire place à la convivialité !!! Ces moments d'échanges pourront être l'occasion de déguster des produits, parler les papilles en extase, discuter d'un monde meilleur, partager les repas tout en prenant des décisions autour du groupement. Échanger des recettes, organiser des ateliers anti-gaspi... Le groupement d'achat peut être aussi l'occasion de renforcer les liens sociaux.



La pratique

À l'origine, les membres à l'initiative d'un GA pourront être un groupe d'amis, un groupe de citoyens militants entretenant des liens dans le cadre d'autres réseaux sociaux, un réseau professionnel, de familles s'étant déjà rencontrées, ou de personnes qui se rencontrent pour la première fois autour du projet. Une annonce spécifique peut être faite via des canaux de communication existants (foyers ruraux, presse, bulletins municipaux, radios...).

Le groupe peut aussi se constituer autour d'une (ou plusieurs) personnes qui connaissent et se fournissent déjà auprès d'agriculteurs.



La théorie

Constituer un groupe d'une dizaine de personnes au départ. C'est une garantie pour assurer le dynamisme, l'intelligence collective des décisions futures, la répartition des tâches, la gestion des absences dans certaines circonstances. Cela permet une diversité des profils, et des compétences de chacun au besoin du projet (communication, outils collaboratifs, site de commande, gestion logistique...).

Dès le début, un cadre (léger) d'organisation est le bienvenu : on prendra soin de rédiger des comptes rendus de chaque rencontre, de formaliser la liste des personnes du groupe (simple liste de mails, ou liste de diffusion), de définir un rythme d'engagement qui convient à chacun.

Et pourquoi pas aller à la rencontre d'autres GA autour du projet : sources d'inspiration pour le fonctionnement futur, ils permettent aussi aux membres de l'organisation de partager leurs expériences des situations rencontrées.



Les outils & astuces

Exemples et idées d'animations pour faire connaissance

La première étape des présentations de chacun pourrait se faire en lien avec la thématique du groupement d'achat. Par binôme chacun répond aux questions suivantes suivi d'une restitution des réponses à tout le groupe :

« *Quel est votre plat préféré, votre spécialité culinaire, votre ingrédient indispensable, l'aliment que vous aimez le moins, votre régime alimentaire, avez-vous eu des contacts avec des producteurs... ou bien des questions sur la saisonnalité des légumes, de l'élevage...* »

Outils informatiques pour le premier cadre d'organisation

Choisir des outils informatiques en fonction des besoins. Quelques exemples d'outils libres pour coopérer :

Rédiger et stocker les compte rendus
framapad.org

Constituer une liste de mails
framalistes.org/sympa

Créer des sondages simples pour choisir une date
framadate.org

Pour aller plus loin dans le faire ensemble

L'université du nous **www.universite-du-nous.org**
Centre de ressources sur la non violence **www.non-violence-mp.org**
Animer un groupe ou une équipe **www.animer.ch**

DÉFINIR LES VALEURS DU GA

Écriture de la charte



Objectifs

Il s'agira de se mettre d'accord au sein du collectif d'organisation : partager une culture commune sur le vocabulaire autour du groupement d'achat citoyen, établir une liste des valeurs sur lesquelles reposera

le GA, constituer des fondations les plus solides possibles qui serviront de base à la construction du projet, des références pour aider à la prise de décisions ultérieures.



La théorie

Les différents types de circuits courts de proximité citoyens : AMAP ou GA ?

Dans le cas d'un GA, ce sont les mangeurs qui décident du contenu du panier en fonction de leurs besoins, sur un rythme défini entre les «membres» du GA et les producteurs.

Cette démarche permet aux producteurs de se déplacer en connaissant la quantité vendue tout en ayant un peu de vision prévisionnelle sur le long terme.

Cette vision va s'améliorer au fil du temps, le producteur pouvant en fonction des besoins annuels identifiés prévoir les quantités annuelles à produire.

Dans le cas d'une AMAP* les mangeurs et producteurs s'engagent mutuellement dans certaines responsabilités :

- **Le mangeur** s'engage à payer à l'avance une part de la production sur une période définie et à venir chercher son panier à chaque distribution. Il choisit les producteurs en fonction des produits qu'ils proposent mais ensuite il ne choisit pas exactement quels produits lui seront fournis chaque semaine. Ces produits évoluent en fonction de la saison et du choix du producteur.

- **Le producteur** établit l'offre des produits, la période et la fréquence des distributions en fonction de sa production et s'engage à fournir les paniers dans la mesure du possible.

C'est souvent un acte militant qui permet de garantir les revenus du producteur sur le long terme et permet la solidarité avec le producteur en cas d'aléas de production.

* Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne

Les différents modes de production

Biologique : Le principe de l'agriculture biologique est d'utiliser des produits naturels, que ce soit en termes de traitements, de nourriture pour les animaux ou d'engrais.

Conventionnelle, raisonnée : L'agriculture conventionnelle est en fait l'agriculture dite "raisonnée". Les agriculteurs utilisent des engrais et pesticides pour éviter que les cultures soient malades et optimiser la production. Les éleveurs en agriculture conventionnelle peuvent quant à eux utiliser certains médicaments pour soigner leurs animaux que les éleveurs en bio ne peuvent pas utiliser.

Il est à noter que les produits pourront bénéficier d'un **label ou mention** pour garantir certains critères de production : AB, Demeter, Nature et progrès, Bleu Blanc Coeur, Label rouge...

La forme juridique du groupement

En général le groupement d'achat ne réalise pas d'échange commercial (qui se fait uniquement entre les producteurs et les mangeurs). Il n'est pas obligatoire de créer une structure juridique particulière. Y compris si le groupement d'achat s'occupe de regrouper les paiements (par chèque à l'ordre des producteurs par exemple)

La création d'une association sera cependant bienvenue pour la constitution d'un pécule

En l'absence de certification ou autre mention, il semble essentiel pour se repérer de privilégier le contact direct avec les producteurs pour s'assurer qu'ils respectent la charte du GA. Le dialogue, la confiance et la transparence sont alors à privilégier.

Quelques questions que vous pouvez poser aux producteurs :

- Quels types de production pratiquez-vous ?
- Quels traitements (végétaux, animaux) à quelle fréquence et avec quoi ?
- Des productions labellisées ?
- Toutes les denrées sont-elles produites par vous ?
- Combien de personnes travaillent dans la ferme ?
- Avez-vous des actions en faveur de la biodiversité ?

grâce aux adhésions, ou à d'éventuelles subventions publiques, pour la souscription à une assurance. Se constituer en association permet de fédérer les mangeurs et d'être reconnus.

Dans le cas d'une association loi 1901 il faudra également rédiger des statuts et déclarer l'association à la préfecture. Ces statuts pourront faire référence à la charte rédigée en amont.



La pratique

Il s'agit d'écrire ensemble un document réunissant toutes les composantes du projet : la charte du groupement d'achat.

On pourra intégrer dans la charte :

- **Les objectifs** : il s'agit ici de bien préciser les notions de qualité des produits, de la volonté de mixité sociale, de proximité des circuits, de culture populaire autour de l'agriculture et de l'alimentation ou de la consommation responsable...
- **Les engagements** : entre le producteur et le GA.
- **Les critères de choix des produits** : après visite ou non, notion de prix, de qualité...
- **L'organisation et le fonctionnement** : la gouvernance, le rôle du référent, l'engagement du consomm'acteur...

Chaque personne du collectif d'organisation exprime son point de vue sur les différents sujets, une discussion s'engage pour arriver à une expression écrite partagée par tous.

À travers ces questions on s'exprime sur les valeurs du projet : Solidarité avec les producteurs ? Renforcement des liens entre les mangeurs ? Degré d'implication des mangeurs dans l'organisation ? Choix de la proximité des productions ? Mixité sociale dans le groupe de mangeurs ? Le type de production ? La mise en oeuvre dans un esprit convivial ?

À l'issue de ces questionnements et réflexions, l'écriture collective de la charte se construit. La charte sera transmise ultérieurement aux producteurs qui peuvent la signer en guise d'engagement au projet. Elle pourra aussi être diffusée aux mangeurs pour les informer des caractéristiques du groupement d'achat qu'ils rejoignent.



Les outils & astuces

Une série de questions est à prévoir, chacune sur un sujet précis que vous pourriez aborder avec les participants afin de construire la charte :

- Pour moi le futur groupement d'achat c'est...
- Mes motivations pour le groupement d'achat sont...

Pour cette étape, vous pouvez utiliser des logiciels simples de nuage de mots pour rassembler les valeurs ou des post-it pour répondre aux questions, qui seront partagés et donneront un historique des échanges et des fondamentaux.

Pour aller plus loin

Application numériques pour rassembler les idées :

Travailler en groupe sur des réponses aux motivations, aspects d'organisation et définition du GA **framemo.org**

Rassembler les valeurs du groupement d'achats **www.nuagesdemots.fr**

Exemple de charte :

Charte Caracole
caracole.io/commissions/cabas-caracole-bienvenue-au-souk/

Charte associative du groupement d'achat «La Calebasse»
www.passerelleco.info/article.php?id_article=2264

Association Loi 1901

Information générale du gouvernement sur les statuts association loi 1901
www.associations.gouv.fr/kit-gratuit.html

Association Loi 1901 et collectif, informations générale sur les statuts pour un bureau collégial :
www.passerelleco.info/rubrique.php?id_rubrique=80

Statut du groupement d'achat «La Calebasse»:
www.passerelleco.info/article.php?id_article=2264

Statuts de l'association collégiale La Marande - groupement d'achat en alimentation :
www.passerelleco.info/article.php?id_article=2278



CHOIX DES PRODUITS ET DES PRODUCTEURS



Objectifs

Il s'agit d'établir la liste des produits conformes aux besoins des mangeurs qui seront proposés à la commande pour le groupement d'achat. Il est nécessaire de chercher des producteurs en fonction des

critères retenus dans la charte (durabilité, mode de production, provenance locale, installation d'un jeune agriculteur, soutien à un producteur en difficulté...).



La théorie

Critères qui pourront vous guider dans vos choix :

Le type : Produits frais, produits secs, boissons, cosmétiques... en veillant à éviter la concurrence dans le GA.

Le prix : Prix juste, prix envisagés par les mangeurs.

La fréquence : Pour les produits qui peuvent être stockés qui gardent les qualités nutritives avec le temps, les commandes pourront être espacées. Pour les denrées périssables, elles doivent être plus fréquentes.

Leur disponibilité sur le territoire : Provenance locale, départementale, régionale, pays voisins (sucre, café...), etc.

La qualité : Bio, mention Nature et Progrès, Demeter, choix sur dégustation, avec ou sans label...

L'éthique : Issus de fermes à taille humaine, filières économiques équitables, soutien aux producteurs en cours d'installation (ADEAR)

Le nombre de producteurs : Il est à définir au préalable, en fonction de la taille du GA et du lieu de distribution.



La pratique

Les produits et leurs producteurs seront choisis de façon collective par le groupe d'organisation.

Chaque membre du groupe proposera sans doute des producteurs dont il consomme déjà les produits. Ce sera l'occasion de se faire goûteurs et de partager des dégustations au sein du groupe. Attention à ne pas décider uniquement selon les critères affectifs, mais à respecter les critères écrits dans la charte. Il peut aussi arriver que le choix des producteurs soient soumis au vote des consommateurs.

Dans la pratique, il est d'usage de nommer un «réfèrent» au sein du groupe d'organisation pour chaque producteur. Le réfèrent tisse avec le producteur des liens suivis : il l'informe des avancées du groupement d'achat, il va

visiter le site de production, se fait expliquer l'histoire du producteur, ses souhaits, ses difficultés. On verra que le rôle de réfèrent est important dans l'organisation du groupement d'achat.

Une visite sur le lieu de production peut s'imposer pour faire connaissance avec le producteur, échanger autour de la charte, goûter les produits, ...

La liste des producteurs peut évoluer selon les situations des producteurs, les besoins des mangeurs, et les sollicitations que le groupement recevra de producteurs intéressés à rejoindre le groupement. Là aussi le respect de la charte et la décision collective devront primer !

CHOIX DE L'OUTIL DE COMMANDE



Objectifs

Il s'agit de mettre en place un système efficace pour que les mangeurs puissent informer les producteurs de leur commande pour une distribution donnée : quel produit,

en quelle quantité. Le mangeur doit pouvoir visualiser sa commande en amont de la distribution et la modifier si besoin.



La théorie

Les étapes de la prise de commande



Préparation de la commande

Le référent s'informe auprès du producteur des produits qui seront disponibles pour la distribution, leur prix et leur quota (quantité maximale disponible) éventuel. Le référent entre les produits dans l'outil de commande.



Saisie des commandes

Les mangeurs saisissent la quantité des produits qu'ils souhaitent commander.



Transmission des commandes

Une fois la commande fermée, le référent ou l'outil de commande transmet au producteur la liste des mangeurs et des produits commandés.

Le délai entre la fermeture des commandes et la distribution des produits varie selon le produit et le temps nécessaire à sa préparation et son acheminement.

Fonctionnalité des outils de commandes

L'outil peut de plus intégrer d'autres fonctionnalités qui simplifieront l'organisation du groupement d'achat : gestion des contacts des mangeurs, envoi

d'information à leur intention, affichage d'information sur le groupement d'achat ainsi que sur les producteurs et leurs produits.

Païement des produits

Il y a plusieurs modalités possibles pour le paiement des produits par les mangeurs, avec la constante qu'il se fait directement du consommateur au producteur, sans l'intermédiaire du groupement d'achat :

- Le cas le plus simple est un paiement pendant la distribution, le montant correspond alors exactement aux caractéristiques du produit reçu (poids exact pour la viande par exemple).
- Il est possible aussi d'envisager qu'un virement soit fait par le mangeur sur le compte du producteur avec des modalités

bien expliquées dans l'outil de commande (bien informer sur le commentaire à apporter au virement) : nom du mangeur et date de la distribution, pour faciliter le suivi comptable ultérieur du producteur. Il faut pour cela connaître le poids à l'avance pour chaque denrée ce qui peut s'avérer parfois compliqué pour certains types de produits comme la viande.

- Il est important de se coordonner avec les producteurs pour décider du moyen de paiement pour s'assurer que la modalité leur convienne.



La pratique

Quand le groupement d'achat ne comprend que quelques producteurs et peu de mangeurs, il est possible de faire appel à de simples fichiers en ligne pour enregistrer les commandes des mangeurs. Mais ce système présente rapidement des limites en terme de fiabilité et de sécurité.

Il peut être nécessaire donc de recourir à un outil informatique plus évolué. C'est alors un plus quand un des membres du groupe d'organisation a des compétences en informatique !



Les outils & astuces

cagette.net

Logiciel gratuit pour les initiatives citoyennes. Gestion des adhérents, des commandes, des lieux de distribution, des permanences, des cotisations, mailing aux membres, récapitulatif des commandes. Tutoriel de prise en main. Fonctionnalité de paiement en ligne optionnelle et payante (3,6% du montant TTC).

local.ht

Outil avec un espace d'inscription pour les producteurs qui proposent leurs produits aux consommateurs. Gestion des commandes, mail récapitulatif. Coûts à prévoir pour le paiement en ligne, 1,4% du montant payé et contribution volontaire pour le fonctionnement de la plateforme.

openfoodfrance.org

Outil complet avec un espace de gestion des commandes qui peut être géré par chaque initiative. Il est Open Source et le paiement en ligne est présent. Des coûts sont à prévoir mais à prix libre.

lepanierlocal.fr

Outil complet, création des commandes, gestion des produits, des stocks, mailing clients producteurs, paiement en ligne. Abonnement mensuel de 30 à 120 €.

solalim.civam-occitanie.fr

Logiciel en Open source crée par une initiative citoyenne sans paiement en ligne. Gestion des commandes, mailing clients. Site en devenir et construction. La prise en main est nécessaire, prévoir une séance collective consacrée à la première commande.



ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION



Objectifs

Contrairement au marché de plein vent, lors des distributions des groupements d'achats, le producteur délivre uniquement les produits commandés.

Dans cette étape on met en place toutes les modalités de la distribution : comment le producteur va-t-il distribuer ses produits, où, à quelle fréquence, dans quelles conditions ?

La distribution est un moment privilégié de rencontre entre le producteur et les consommateurs. C'est aussi un moment d'échange entre les consommateurs, sans oublier les relations qui pourront se nouer entre les producteurs. Ces derniers sont heureux d'échanger sur leurs pratiques avec des producteurs adoptant des démarches de production voisines des leurs.

Certains GA ne prévoient pas systématiquement des rencontres consommateurs / producteurs à toutes les distributions. Les producteurs déposent les produits et les bénévoles se chargent de les distribuer. Ces aspects sont également à organiser en concertation avec les producteurs en tenant compte de leurs contraintes.



La théorie

Un lieu privé a l'avantage de ne nécessiter aucune demande d'autorisation préalable. Un accord du propriétaire du lieu de distribution suffit.

Pour réaliser la distribution sur **un lieu public**, il y a nécessité de demander une autorisation aux autorités compétentes, à la commune, au conseil départemental...



La pratique

À quelle fréquence la distribution se tiendra ?

Tout dépend des besoins des mangeurs, et aussi du type de produit concerné. Pour les produits qui peuvent être stockés et qui gardent leur qualité nutritive, les commandes pourront être plus espacées. Par exemple : tous les 2 mois pour les volailles, tous les mois pour les pommes et les oranges, toutes les semaines pour les œufs.

La fréquence dépend aussi du type de participation du collectif d'organisation, attention à l'épuisement en cas de distributions trop fréquentes !

Il est recommandé d'établir un calendrier à l'année des distributions. Les producteurs et les consommateurs pourront ainsi anticiper production et commandes.

À quel endroit ?

Si la distribution réunit un nombre limité de producteurs et de mangeurs, elle pourra avoir lieu dans un jardin, le garage d'une personne du collectif de l'organisation.

Au delà d'un certain nombre de personnes présentes lors de la distribution, il faudra trouver un lieu plus spacieux, abrité en cas d'intempéries : une salle municipale, un local associatif, un hangar privé. Il faudra prospecter pour trouver le lieu idéal permettant un accueil convivial de la distribution.

Remarque : il est souvent nécessaire de souscrire à une assurance pour pouvoir bénéficier de certains lieux (publics ou privés).

Matériel nécessaire aux producteurs

Certains producteurs ont l'habitude de faire des marchés de plein vent, ils disposent de leur propre matériel : tables, chaises, parasols... Pour d'autres il faudra trouver du matériel, souvent proposé par les services techniques des municipalités en cas de lieu communal.

Rôles des bénévoles du collectif d'organisation

Les référents des producteurs ont un grand rôle à jouer en amont de la distribution. Ils s'assurent que toutes les informations sont bien passées auprès de leur producteur : commandes, date, lieu, matériel, etc...

D'autres rôles sont à tenir par les bénévoles du collectif d'organisation :

- Communication auprès des mangeurs (voir la suite du document),
- Organisation du lieu pour la distribution, accueil et placement des producteurs,
- Accueil des mangeurs : on pourra donner des informations sur le groupement d'achat, proposer l'adhésion à l'association, etc...

Le cas des livraisons : quand le producteur ne peut pas se déplacer à chaque distribution

Il peut arriver que le producteur soit trop éloigné pour venir à chaque distribution. Il fait alors appel à un transporteur pour acheminer les commandes sur le lieu de distribution.

Cela demande un travail accru pour le référent du producteur : réception des produits, accueil du transporteur, stockage éventuel jusqu'à la date de distribution, distribution des produits, récolte des paiements et envoi de ceux-ci au producteur.



Les outils & astuces

La distribution peut être l'occasion d'organiser des événements festifs :

- tables apéros dressées pendant les distributions avec des mets déposés par les mangeurs,
- accueil de musiciens pour une ambiance dansante,
- repas partagé avec des produits du groupement d'achat cuisinés avec les recettes des producteurs.



LA COMMUNICATION



Objectifs

Il s'agit de donner des informations sur le groupement d'achat :

Vers l'extérieur

Communiquer sur les objectifs, la charte, le fonctionnement du groupement d'achat pour interpeller des mangeurs supplémentaires, de nouveaux producteurs, des partenaires, des fondateurs éventuels de nouveaux groupements d'achats.

À l'intérieur du GA

Donner toutes les informations nécessaires aux mangeurs sur les producteurs, leurs techniques de production, leurs produits, le fonctionnement des commandes, les modalités de la distribution.



La pratique

Le groupe pourra communiquer autour du projet pour recruter des mangeurs et tout citoyen intéressé par la démarche. Il pourra :

- Utiliser les bulletins communaux et les affichages,
- Informer les associations qui travaillent dans le domaine de la citoyenneté et ou en lien avec le projet (comité de quartier, foyers ruraux...),
- La presse écrite locale, radios...



La théorie

La communication est un sujet délicat, il faut réfléchir à adresser le bon message aux bonnes personnes, avec les bonnes modalités.

Il faut veiller à ne pas noyer les mangeurs sous de trop nombreuses informations, et choisir le vecteur le plus convivial possible pour informer :

- Un site internet qui décrit le producteur est appréciable,
- Une visite organisée en groupe joyeux chez un producteur avec dégustation de produits est conviviale et donne des informations inoubliables.

Pour la communication externe, il est possible d'utiliser un site internet spécifique à l'association. Prévoir un fonctionnement souple et à la portée de tous les membres de l'équipe d'organisation pour que les informations puissent être facilement mises à jour : ajout d'un producteur, annonce d'un événement.

Pour la communication interne, le mail est sans doute le moyen le plus approprié permettant un accès aux informations à tous. Il est possible aussi de diffuser de l'information au niveau du site de commande.

LA VIE DU GROUPEMENT D'ACHAT



Objectifs

Une fois le projet lancé il faudra veiller à maintenir une dynamique au sein du groupe d'organisation.



La théorie

- Se retrouver pour goûter les produits, faire le bilan des distributions, organiser la distribution suivante, participer à un événement de promotion des circuits courts.
- Il faudra être attentif au moral des bénévoles, veiller à ce qu'aucun d'entre eux ne s'épuise, réorganiser la répartition des tâches, faire appel à de nouvelles forces vives au sein des mangeurs.
- Organiser des réunions entre les référents: définir un calendrier des distributions, discuter des nouveaux producteurs, harmoniser les distributions, mettre en place des actions culturelles lors des distributions, réfléchir aux thématiques nouvelles (mixité sociale, impacts environnementaux...), accueillir de nouveaux membres.



La pratique

- Organiser des réunions entre les référents au moins un mois avant la distribution afin de prévoir le temps de commande.
- Planifier le calendrier des distributions sur l'année, afin de prévenir vos producteurs et réserver les lieux de distribution si besoin.
- Être à l'écoute des dysfonctionnements durant les distributions pour solutionner ensemble.
- Innover et progresser dans vos pratiques avec la mise en place d'initiatives qui luttent contre les emballages, la logistique des producteurs et des mangeurs...
- Participer à des temps d'échanges et rencontres régionales des GA pour s'inspirer des initiatives.

Constituer un groupement d'achat citoyen

Ce guide méthodologique a été réalisé par la FR CIVAM Occitanie avec le soutien de l'association Caracole, dans le cadre d'un partenariat avec Toulouse Métropole et la fondation Banque Populaire.

Il a pour objectif de faciliter l'implication des citoyens dans la création de groupements d'achats, qui contribuent au soutien d'une agriculture et d'une alimentation durable et territorialisée. Il est le fruit d'une expérience (Marché Pas Touche), née en réponse aux enjeux de maintien des débouchés locaux lors du confinement de 2020, menée conjointement avec l'association Caracole, la FR CIVAM Occitanie et Sens actifs qui remercient tous les acteurs des groupements d'achats qui ont apporté leur contribution à cette expérience.

Ce guide est destiné à tous publics citoyens, associations, collectivités sensibilisés aux enjeux d'une alimentation locale de qualité et à l'action citoyenne collective. Il propose une démarche et des outils pratiques, mais ne constitue en aucun cas un mode d'emploi exhaustif, prêt à l'usage. Ainsi, chacun pourra s'appropriier tout ou partie de son contenu et l'adapter à ses propres moyens et envies.

