

active

Pôle de l'économie  
solidaire

COMMENT  
RENFORCER  
& DÉVELOPPER  
*mon épicerie  
sociale & solidaire*



Pour offrir un service social  
adapté et qualitatif

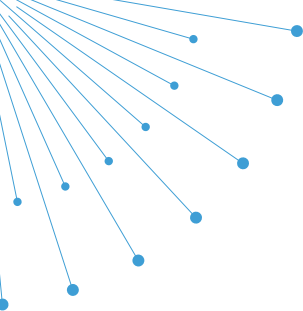
---

Pour une meilleure autonomie  
économique

---

Pour pérenniser mon activité

---



**Active**, pôle de l'économie solidaire, accompagne la création et le développement des structures de l'économie sociale et solidaire.

**En 2017, notre association s'est engagée dans une démarche de consolidation des épiceries sociales et solidaires en Bourgogne Franche-Comté.**

Ce travail vise à trouver des solutions durables, diversifiées et innovantes pour pérenniser l'offre d'aide alimentaire proposée par les épiceries sociales et solidaires.

Ce guide a été réalisé grâce à la rencontre de salariés et de bénévoles engagés dans le domaine au niveau national et à l'engagement individuel et collectif des structures en région.

Il s'agit d'impulser une dynamique d'évolution des épiceries sociales et solidaires pour répondre aux besoins de la population et de leurs territoires.



# SOMMAIRE

**Qu'est-ce qu'une épicerie sociale et solidaire?** p.4

**Un outil d'insertion social** p.7

**1** | L'objectif social fondateur p.8

**2** | L'accompagnement des bénéficiaires p.10

**Une épicerie supports aux échanges marchands** p.11

**1** | L'approvisionnement p.12

**2** | L'offre produits p.13

**3** | L'agencement p.15

**Un service à piloter** p.17

**1** | Le projet et les statuts p.18

**2** | Les ressources humaines p.20

**3** | La comptabilité p.21

**4** | La fiscalité p.22

**5** | La communication p.26

# Qu'est-ce qu'une épicerie sociale et solidaire ?

- **Un espace qui propose des produits alimentaires et non alimentaires en libre-service.**
- **Un lieu de mixité sociale** qui participe au vivre ensemble sur les territoires.
- **Un organisme qui remplit une mission d'intérêt général.**  
Les bénéficiaires sont des personnes à faible revenu qui ont accès ponctuellement à des produits à faible coût par rapport aux prix du marché. Les prix peuvent être adaptés en fonction de la situation économique et sociale des usagers.
- Une organisation qui propose des **accompagnements individuels** (projets personnels et professionnels) **et collectifs** (ateliers).

*Dans le champ de l'aide alimentaire, les épiceries sociales et solidaires font figure d'exception. Ce concept est spécifique à la France et se positionne comme un modèle innovant d'accès à l'alimentation.*

# Le nouveau défi des épiceries

**Inscrites dans un contexte économique et social en évolution, les épiceries sociales et solidaires doivent faire face à de nouvelles contraintes :**

- Les nouvelles réglementations européennes ;
- La baisse des financements publics ;
- L'intégration de nouvelles formes de partenariat entre financeurs publics et associations ;
- La fin des contrats aidés ;
- La mutation du marché de l'emploi ;
- La loi « anti-gaspillage » des grandes et moyennes surfaces alimentaires ;
- L'augmentation du nombre de bénéficiaires ;
- Les attentes en terme de qualité et diversité de produits.

## L'enjeu stratégique à relever

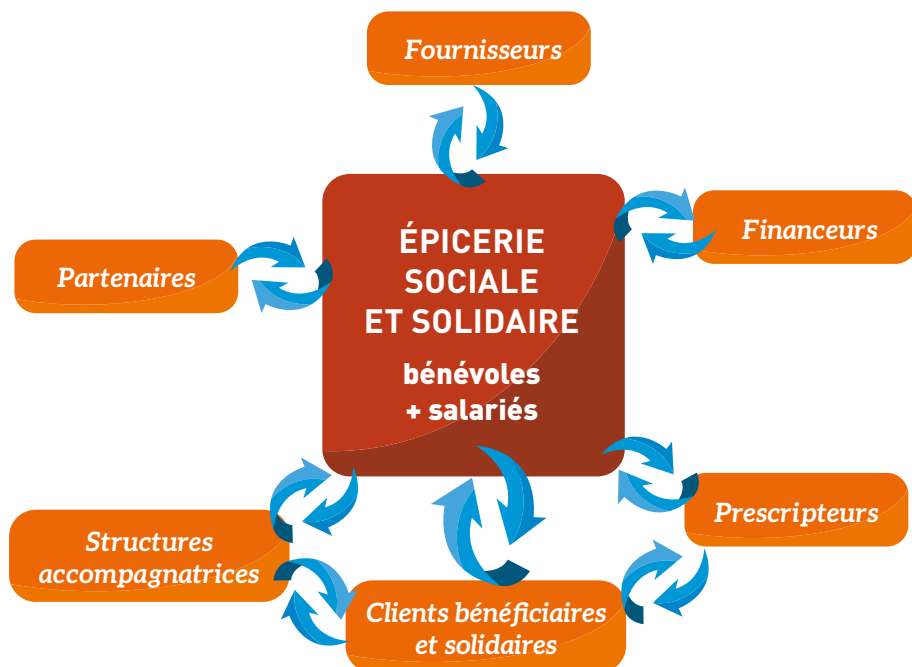
C'est pourquoi les épiceries sociales et solidaires construisent leur avenir en faisant évoluer leurs modèles socio-économiques, tout en respectant leurs valeurs.

## La force du collectif

En 2017, les épiceries se sont réunies sous l'impulsion d'Active afin de partager leurs pratiques autour des gouvernances et des activités sociales et commerciales. Pour aller plus loin, Active est allé à la rencontre des épiceries sociales et solidaires engagées dans des démarches alternatives.

Ce guide a vocation à faire état de ce travail afin d'accompagner les épiceries sociales et solidaires dans leurs projets de développement économiques et sociaux et les aider à se projeter.

## L'ENVIRONNEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE



## LES OBJECTIFS

partagés par les épiceries du collectif

- Constituer un outil d'inclusion sociale et économique ;
- Inciter les personnes à prendre soin d'elles ;
- Permettre un accès régulier à des produits alimentaires et d'hygiène de qualité et diversifiés ;
- Éviter le gaspillage ;
- Mettre en place un modèle économique et social viable et innovant.

# UN OUTIL D'INSERTION SOCIALE

1

**L'objectif social fondateur**

2

**L'accompagnement  
des bénéficiaires**



# 1 | *L'objectif social fondateur*

Au départ, une épicerie sociale et solidaire se crée pour permettre à des personnes à faibles revenus de répondre au besoin fondamental de se nourrir.

Ce public premier, appelé bénéficiaire, n'est pas dans une situation de grande urgence mais de précarité économique.

Les produits proposés ne sont pas donnés mais mis à disposition contre une participation financière.

**LE PUBLIC BÉNÉFICIAIRE** accueilli dans les épiceries sociales et solidaires varie en fonction des territoires et de la diversité des prescripteurs sociaux. On ne trouvera pas le même public sur les territoires urbains ou ruraux. De même, chaque prescripteur social (CD, CAF, CCAS, MDS...\*) travaille avec un public différent (bénéficiaire du RSA, demandeur d'emploi, en situation d'handicap, +60 ans...).

*Le public accompagné revêt  
une diversité de situations :*

**Bénéficiaires du RSA**

**Familles monoparentales**

**Travailleurs pauvres**

**Retraités**

**Étudiants**

**Migrants...**

\*CD : Conseil Départemental - CAF : Caisse d'Allocations Familiales - CCAS : Centre Communal d'Action Sociale  
- MDS : Maison Des Solidarités - RSA : Revenu de Solidarité Active



## —> Les **pistes d'évolution possibles**

### **ASSURER UNE TRANSITION VERS DES BÉNÉFICIAIRES SOLIDAIRES**

D'anciens bénéficiaires peuvent devenir des bénéficiaires solidaires lorsqu'une épicerie souhaite poursuivre son accompagnement de façon dégressive. Il s'agit de s'adapter progressivement à la situation de la personne et de lui laisser le temps nécessaire pour rebondir.

### **S'OUVRIRE À DES CLIENTS SOLIDAIRES**

Les clients solidaires sont des personnes ou structures qui acceptent de faire leurs courses au sein de l'épicerie au prix du marché. Cette démarche « engagée » permet une mixité des publics plus grande et crée une nouvelle ressource.

## **PROJECTION DE LA RÉPARTITION DES PRIX PAR TYPE DE CLIENTÈLE**



\*PMM : Prix Moyen du Marché.

La répartition de la clientèle s'apprécie au regard de chaque projet d'établissement et du budget prévisionnel.

### **BOITE À OUTILS**

Livret d'accueil et d'intégration des clients  
publics bénéficiaires et solidaires

Grilles de « reste à vivre »

Conventions prescripteurs

etc.

## 2 | L'accompagnement des bénéficiaires

L'exclusion économique est souvent synonyme d'isolement et de fragilité psychologique.

Les épiceries sociales et solidaires favorisent l'accueil, l'écoute et le lien social à travers un accompagnement individualisé et/ou collectif. Pour certaines, elles proposent tout un programme d'ateliers pédagogiques.

→ Pour **répondre**  
davantage aux **besoins des habitants**

### PROPOSER UN PROGRAMME D'ACTIVITÉS OUVERT À TOUS PUBLICS

Les animations peuvent être proposées sur place ou non, pour tous les publics et les partenaires de l'épicerie sociale et solidaire. Elles ont un rôle :

**SOCIAL** : elles sont un espace de rencontre et d'échange ouvert à tous et de mixité sociale, non stigmatisant

**CULTUREL** : ce sont des occasions de découvrir le territoire

**STRATÉGIQUE ET POLITIQUE** : elles diffusent une image dynamique, vivante et attractive de l'épicerie

**FÉDÉRATEUR** : elles dynamisent et valorisent l'équipe ainsi que ses partenaires

### BOÎTE À OUTILS

Liste des ateliers des épiceries sociales et solidaires

Programme d'activités cohérent en lien avec mon projet  
d'établissement et mes partenaires

Fiches recettes

etc.

# UNE ÉPICERIE SUPPORT AUX ÉCHANGES MARCHANDS

1

L'approvisionnement

2

L'offre produits

3

L'agencement



# 1 | L'approvisionnement

Les épiceries sociales et solidaires sont soumises à de fortes contraintes puisque leur fourniture principale en produits est issue du don. L'enjeu est de leur faire bénéficier d'un approvisionnement régulier à faible coût. Pour cela, elles doivent consolider leur position de « récupérateur » et enclencher une dynamique « d'acheteur ».

## L'approvisionnement provient :

- De la Banque Alimentaire, collecte annuelle et produits CNES (Crédit National Des Épiceries Sociales et Solidaires) ;
- De la ramasse, c'est à dire des dons des magasins, effectuée par les épiceries sociales et solidaires elles-mêmes ;
- D'achat auprès de différents fournisseurs associatifs et commerciaux.

## Comment *assurer* des *approvisionnements réguliers* ?

- > Optimiser les ramasses ;
- > Expliciter le partenariat avec la Banque Alimentaire référente ;
- > Mettre en place des partenariats avec des fournisseurs de produits alimentaires et non alimentaires complémentaires de la Banque Alimentaire notamment grâce au Collectif Of Courses.

### BOÎTE À OUTILS

Répertoire fournisseurs

Mise en place d'une politique  
d'approvisionnement et de  
Détermination des prix d'achats

Réalisation d'achats groupés

etc.

## 2 | L'offre produits

Les épiceries sociales et solidaires luttent contre le gaspillage alimentaire. Elles récupèrent, par le biais de leurs ramasses et auprès de la Banque Alimentaire, des produits au sein des petits, moyens et grands commerces de distribution alimentaire de proximité.

### —> L'accès à une **alimentation choisie, équilibrée et de qualité pour tous**

Les épiceries sociales et solidaires aspirent à bénéficier de produits variés et offrir un accès régulier en produits d'alimentation et d'hygiène de qualité pour soutenir dignement les bénéficiaires dans un moment de vie difficile. Pour rappel, c'est une étape essentielle entre les associations d'aide alimentaire gratuite et le circuit économique "classique" de la grande distribution.

### PROJECTION DE LA RÉPARTITION FOURNISSEURS / PRODUITS

Ramasses et dons	Achats auprès de fournisseurs associatifs	Achats auprès de la grande distribution	Achats de produits éthiques	Achats groupés
Artisans commerçants, GMS à proximité	Banque Alimentaire principalement	Schiever principalement	Opportunités : Producteurs locaux, jardins d'insertions, Collectif Of Courses	
Minimum <b>30 %</b>	Minimum <b>50%</b>	Aujourd'hui, autour de <b>20%</b>	Pourcentage sur les 20% d'achats auprès de la grande distribution <b>0 à 10 %</b>	

\*Projection réalisée en Bourgogne en 2017.

La répartition des fournitures s'apprécie au regard de chaque projet d'établissement et du budget prévisionnel.

## → Produits en **DDM** ou **DLC**?

**En matière de conservation, le conditionnement des produits alimentaires doit indiquer au consommateur la limite au-delà de laquelle un aliment est susceptible d'avoir perdu soit ses qualités micro-biologiques (pouvant entraîner des problèmes sanitaires), soit ses qualités gustatives, physiques, ou nutritives.**

Pour les denrées périssables, on parle de date limite de consommation (DLC). Cette limite «À consommer jusqu'au...», est impérative car les produits peuvent présenter un danger pour la santé humaine. Ils doivent impérativement être retirés de la vente une fois la date dépassée.

À l'inverse, certains produits présentent une date de durabilité minimale (DDM - terme qui a remplacé la date limite d'utilisation optimale (DLUO) depuis 2014). Une fois la date passée, la denrée ne présente pas de danger mais peut en revanche avoir perdu tout ou partie de ses qualités : goût, texture... Sur le conditionnement, la DDM est indiquée par la formule «À consommer de préférence avant... ».

### BOÎTE À OUTILS

Définition d'un tronc d'assortiment commun

Définition des paniers moyens suivant la typologie de la clientèle

Fichiers clients

Fichiers articles

Historique et suivi des ventes

Détermination des prix d'achats et des prix de ventes

etc.

# 3 | L'agencement

L'agencement reflète l'image de l'épicerie. Pour rappel, une épicerie sociale et solidaire prend la forme d'un commerce.

Il s'agit d'organiser les espaces en fonction des différentes activités de l'épicerie : la vente, l'accueil, la cuisine collective, le stockage, l'espace social...

## L'aménagement doit prendre en compte :

- Les besoins des clients et des personnes qui y travaillent ;
- Les contraintes techniques ;
- Une notion d'harmonie entre les espaces.

## —> *Suggestions d'aménagement*

**Un aménagement soigné de l'épicerie améliore les conditions d'accueil des bénéficiaires, facilite le travail social, offre un espace digne et valorisant pour les clients.**

Il est possible, par exemple :

- De déconnecter l'espace social de l'espace de vente ; les espaces individuels des espaces collectifs ;
- D'allouer un mobilier spécifique pour la caisse, la douchette scanner, code barre produits ;
- De proposer des moyens de paiements électroniques : carte bleue, carte de paiement prépayée ;
- De proposer différentes solutions de transports des produits : chariots, cabas, paniers libre-service ;
- De veiller à l'accessibilité de l'épicerie : parking, arrêt de bus, range vélo.

## L'ÉTIQUETAGE

—> *un enjeu pédagogique*

L'affichage des différents prix permet aux clients bénéficiaires de ne pas déconnecter du prix réel des produits sur le marché et de réaliser l'économie effectuée.

**L'étiquetage comprend :**

- Le prix de vente au sein de l'épicerie sociale et solidaire ;
- Le prix du marché ;
- Le prix au kg ou au litre.

## LES ÉQUIPEMENT LOGISTIQUES

—> *un investissement nécessaire*

La logistique couvre les actions qui vont de la gestion des fournisseurs en passant par l'entrepôt jusqu'à la distribution.

**L'épicerie sociale et solidaire peut avoir besoin d'investir pour obtenir :**

- Des véhicules frigorifiques ;
- Des réfrigérateurs ;
- Des congélateurs ;
- Des chambres froides positives et négatives ;
- De tables de tri, rayonnages, transpalettes...

### BOÎTE À OUTILS

Règles de sécurité pour un établissement recevant du public

Normes HACCP – sécurité et hygiène alimentaire

Plans d'épicerie sociale et solidaire

Schémas d'agencement intérieur

etc.



# UN SERVICE À PILOTER

1

**Le projet et les statuts**

2

**Les ressources humaines**

3

**La comptabilité**

4

**La fiscalité**

5

**La communication**



# 1 | *Le projet et les statuts*

Projet associatif ou projet d'établissement, il est la colonne vertébrale de toute épicerie sociale et solidaire. Il définit : le but, les objectifs, les moyens mis en place pour les atteindre et les valeurs de l'épicerie.

Véritable outil de structuration, de développement et de dynamisation, il est à la fois un guide interne à l'association et un support clair de communication. Les statuts, privés ou publics sont le cadre légal dans lequel l'épicerie agit.

—> *Mettre en place*

***une gouvernance efficace et innovante en fonction de la nature des membres***

—> ***Les 6 enjeux***

- Avoir une vision et une projection de la structure claire et partagée par tous les membres : bénévoles, administrateurs, salariés, partenaires, etc.
- Être reconnu dans son rôle de représentant de structure d'aide alimentaire payante auprès des partenaires publics et privés ;
- S'impliquer dans les politiques publiques du territoire (sociales, économiques, développement durable, aménagement du territoire, etc.) ;
- Devenir un acteur incontournable de l'aide alimentaire : dialogue et pilotage partagés ;
- Agir dans le cadre de programmes d'actions communs avec les acteurs privés et publics du territoire avec une synergie des moyens financiers et opérationnels ;
- Mettre en place une évaluation partagée des actions.

## *Les différentes formes de statuts collectifs*

### AUJOURD'HUI

Associations de personnes physiques / Associations de personnes morales / Associations mixtes : collectivités et associations / CCAS / CIAS / Atelier Chantier d'Insertion (ACI) / Mutuelle

### CHAMP DES POSSIBLES

Associations à statut collégial ou semi collégial / SCIC / SCOP /  
Double statut : association (social) et coopérative (commerce)

## BOÎTE À OUTILS

Méthodologie de montage d'un projet pour la  
création et le développement d'une épicerie  
sociale et solidaire

Statuts des épiceries sociales et solidaires

Politique d'adhésion

Politique d'évaluation

etc.

## 2 | *Les ressources humaines*

Pour agir au quotidien, les épiceries sociales et solidaires ont besoin de réunir de nombreuses personnes et compétences : bénévoles administrateurs et opérationnels, salariés assurant des rôles permanents de direction, de logistique..., volontaires et/ou prestataires.

L'engagement ou le travail réalisé par ces personnes aux statuts différents s'inscrit dans un cadre juridique précis.

### —> **Les 5 enjeux** *des ressources humaines*

- Connaître les obligations légales générales ;
- Comprendre les règles qui régissent la gestion des ressources humaines ;
- Gérer le temps de travail ;
- Gérer les hommes ;
- Piloter et dynamiser sa politique ressources humaines.

#### **BOÎTE À OUTILS**

Charte

Livrets d'accueils et tutorat

Règlement intérieur

Fiches de missions bénévoles

Modalités de valorisation du bénévolat

Gestion du bénévolat

Gestion du salariat

Document unique d'évaluation des risques  
professionnels

Affichages obligatoires

etc.

# 3 | *La comptabilité*

Les épiceries sociales et solidaires tiennent une comptabilité, dont le degré et la nature sont fonction de leur taille, de la source des financements (subvention, prêt bancaire, don) de leurs activités lucratives ou non.

## → **3 raisons** *de tenir une comptabilité*

### **DÉMOCRATIQUE**

Elle permet de répartir justement vos budgets, de faire les bons choix économiques et de rendre des comptes chiffrés sur votre activité.

### **ÉCONOMIQUE**

Elle permet de suivre et d'anticiper l'activité.

### **JURIDIQUE**

Elle permet de justifier vos comptes auprès des financeurs.

## **Opportunité**

**Assurer le suivi social et commercial de l'épicerie en intégrant un logiciel de comptabilité et de gestion.**

### **BOÎTE À OUTILS**

3 outils indispensables  
pour prévoir, suivre et évaluer  
(budget, trésorerie, enregistrement  
des pièces comptables), etc.

# 4 | La fiscalité

Il s'agit des règles de droit relatives aux impôts. Les épiceries sociales et solidaires sont par nature des organismes à but non lucratif et d'intérêt général. Toutefois, elles génèrent du Chiffre d'Affaire puisqu'elles vendent des produits. L'évolution des modèles socio-économiques peut avoir des incidences fiscales qu'il convient d'anticiper et de maîtriser.

## Opportunités

**Divers agréments permettent d'obtenir des financements spécifiques et des avantages fiscaux.**

### **RECONNAISSANCE D'ORGANISME D'INTÉRÊT GÉNÉRAL SANS dépassement des 61 145 € de Chiffre d'Affaire**

- Tenue d'une comptabilité ;
- Réduction de 66% du montant du don pour les particuliers (dans la limite de 20% du revenu imposable) et selon la législation en vigueur ;
- Réduction de 60% du montant du don pour les entreprises (dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaire HT de l'entreprise avec possibilité de report sur 5 ans si le plafond est atteint) ;
- Non assujetti à TVA, Impôt sur les Sociétés ni CET (Contribution Économique Territoriale – avant taxe professionnelle) sauf cas dérogatoires.

## **RECONNAISSANCE D'ORGANISME D'INTÉRÊT GÉNÉRAL** **AVEC dépassement des 61 145 € de Chiffre d'Affaire**

- Réalisation d'un bilan fiscal de départ ;
- Tenue d'une comptabilité avec sectorisation des activités lucratives non prépondérantes et non lucratives ;
- Assujettissement à TVA, IS et CET à partir du dépassement du seuil sur le résultat de l'année en cours.

### **Agrément ESUS**

#### **« Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale » (DIRECCTE BFC)**

- Reconnaissance auprès des pouvoirs publics ;
- Financements spécifiques
  - > des avances remboursables et des garanties
  - > des dispositifs de soutien mis en œuvre par des collectivités locales
  - > des offres de services dédiées de la part d'acteurs privés comme les banques
  - > certains appels d'offres publics réservés.
  - > de l'épargne salariale solidaire
  - > des dispositifs locaux d'accompagnement
  - > des avantages fiscaux pour les investisseurs.

### **Agrément EVS**

#### **« Espace de Vie Sociale » (CAF)**

- De 1 à 4 ans ;
- Montant déterminé en fonction du territoire et du projet déposé ;
- Même montant annuel pendant la durée de l'agrément.

## **BOÎTE À OUTILS**

Administration fiscale

Ordre des experts comptables BFC

DIRECCTE BFC

Correspondants CAF

Cabinet d'avocats, etc.

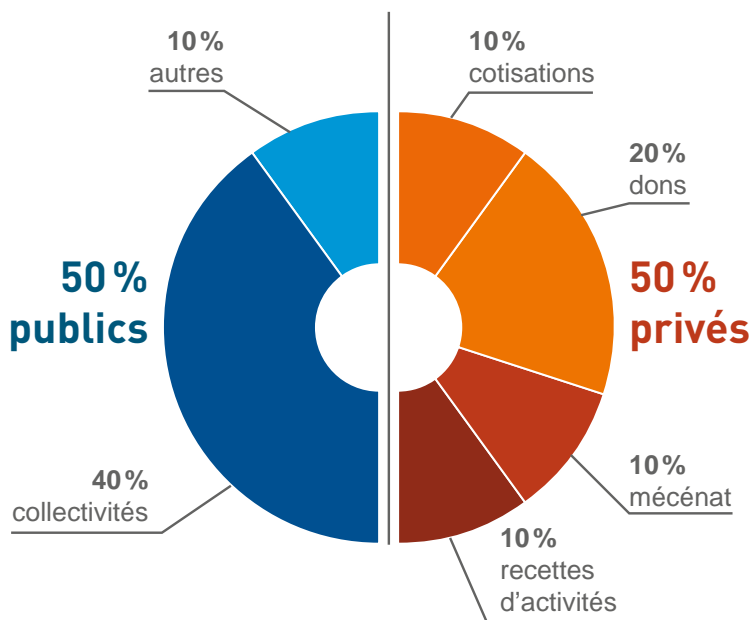
## LES SOURCES DE FINANCEMENTS

Les sources de financements d'une épicerie sociale et solidaire sont nombreuses :

- Autofinancement ;
- Subventions publiques (subventions de fonctionnement, au projet, investissement / prestations ou commandes publiques) ;
- Financements privés ;
- Financements spécifiques liée au territoire d'intervention : QPV (Quartier Prioritaire de la Politique de la Ville) et ZRR (Zone de Revitalisation Rurale).

Elles sont souvent mal connues et demandent du temps et une expertise pour s'en emparer.

### RÉPARTITION DES FINANCEMENTS DANS LES ÉPICERIES SOCIALES ET SOLIDAIRES





# Opportunité

**Exploiter et diversifier toutes les sources de financements possibles pour augmenter la part d'auto-financement et gagner en autonomie. Il s'agit là d'une clé pour garantir la pérennisation de la structure.**

## Financements publics

- Europe : FSE, FEDER, FEADER ;
- État : DIRECCTE, DREAL, DRAAF, DRAC, DRJSCS, ARS, Rectorat d'académie ;
- Collectivités : Conseil régional, Conseil départemental, Intercommunalités, Communes, Pays ou Syndicat mixte ;
- Organismes sociaux : CAF, CPAM, URSSAF, RSI ;
- Établissements publics : Banque des territoires, EPA (ex : agence de services et de paiement, CCAS, CADA...), EPIC (ex : ADEME), EPS (ex : hôpitaux).

## Financements privés

- Autofinancement : vente de produits et de services, prestations, cotisations, manifestations annuelles de bienfaisance ;
- Dons ;
- Financement participatif ;
- Sponsoring ;
- Mécénat : mécénat direct (entreprises), mécénat indirect (fondations, fonds de dotation) ;
- Têtes de réseaux : Fédération, Syndicat, associations... ;
- Produits financiers : exemple : intérêts livret A ;
- Produits exceptionnels : exemple : concours du Mois de l'ESS.

**Attention, les pistes de financement varient selon l'état d'avancement de votre projet.**

### BOÎTE À OUTILS

Temps d'échanges de pratiques

Formations entre épiceries sociales  
et solidaires

Piloter sa stratégie financière

etc.

# 5 | *La communication*

Les épiceries sociales et solidaires ont besoin de communiquer pour :

- Se faire connaître du public et des potentiels partenaires ;
- Être reconnues par les potentiels partenaires et le grand public ;
- Trouver des fonds ;
- Recruter des bénévoles ;
- Faire venir du monde à un événement...

**C'est pour cela que la communication doit être envisagée dès la conception des projets.**

## **Opportunité**

**Mettre en place une stratégie de communication responsable au niveau local et régional en s'appuyant sur le Collectif Of Courses**



## → **6 enjeux** de la communication

Donner **UNE IMAGE PROFESSIONNELLE** de la structure

**RÉCOLTER DE L'ARGENT** pour couvrir les frais et investissements de l'association

Assurer **LA COHÉRENCE ET LA COHÉSION** en interne

**ATTIRER** de nouveaux membres

**DIFFUSER** un message

**SE FAIRE CONNAÎTRE** du public...

### BOÎTE À OUTILS

Conseils et techniques pour mettre une stratégie de communication responsable efficace :

Campagne de communication par cible

Se distinguer dans le paysage associatif

Communiquer sur différents medias (écrit et web)

Mettre en place une stratégie numérique

## Le Collectif Of Courses

Depuis 2012, les épiceries sociales et solidaires de Bourgogne sont partenaires d'Active, Pôle de l'économie solidaire et structure d'accompagnement des projets d'entrepreneuriat et d'innovation sociale. Une collaboration forte s'est mise en place, riche en complémentarité.

Le Collectif Of Courses, né de ce partenariat, est une association qui vise à fédérer l'ensemble des épiceries sociales et solidaires de Bourgogne Franche-Comté.

### POUR LES ADHÉRENTS, IL EST :

- Un représentant régional qui fait la promotion des épiceries sociales et solidaires ;
- Une aide à la création et au développement des épiceries sociales et solidaires ;
- Un espace de formation des bénévoles et des salariés ;
- Un soutien dans le cadre de l'approvisionnement des épiceries sociales et solidaires.

### RÉPARTITION TERRITORIALE :

**56**  
épiceries sociales  
et solidaires  
en Bourgogne  
Franche-Comté

**13** en Saône et Loire

**7** en Côte d'Or

**3** dans la Nièvre

**3** dans l'Yonne

**11** dans le Jura

**3** en Haute-Saône

**16** dans le Doubs



*Une question ?*

*Une expérience à partager ?*

*Envie d'être accompagné ?*

Contactez les chargés de projets d'Active  
porteurs de la mission au

**03 85 90 05 50**

ou par mail :

**active@eco-solidaire71.org**

*Ce guide pratique  
vous est proposé par **Active**,  
20 ans d'expérience en montage  
de projets sur les territoires et spécialiste  
de l'innovation sociale.*

**NOS OBJECTIFS :**

Vous permettre de faire le point

Identifier vos forces

Trouver de nouvelles idées

Concrétiser vos nouveaux projets

Renforcer votre place au sein de votre territoire

# Merci

## Nous remercions chaleureusement

la DRAAF Bourgogne Franche-Comté

la DREAL Bourgogne Franche-Comté

le Conseil Régional de Bourgogne Franche-Comté

la Fondation Carasso

le cabinet CoAlliance

## Guide réalisé grâce au partenariat :

Collectif Of Courses – les épicerie sociales et solidaires  
de Bourgogne Franche-Comté

Bénévoles et salariés d'Active



RÉGION  
BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ







# active

Pôle de l'économie  
solidaire

12 D rue Général Leclerc - 71100 Chalon-sur-Saône

tél. 03 85 90 05 50 - [active@eco-solidaire71.org](mailto:active@eco-solidaire71.org)

[www.eco-solidaire71.org](http://www.eco-solidaire71.org)



*Suivez-nous  
sur facebook !*

Le contenu de ce guide est la propriété d'Active.  
Toute copie, reproduction, utilisation ou diffusion  
de ce contenu sans l'autorisation d'Active est interdite.