

Alimentation et
agriculture**Défi n°1 :
Les légumes, ça conserve !**

Imaginer une conserverie solidaire pour transformer et rendre accessibles les surplus de fruits et légumes du territoire.

#PROJET À INVENTER

Une partie de la population n'a pas accès à une alimentation saine et de qualité faute de moyen alors que des denrées considérées comme non valorisables sont encore gaspillées dans les circuits traditionnels. Créer une conserverie solidaire c'est participer à une alimentation plus durable et accessible à tous en permettant à des produits d'être transformés plutôt que jetés. Construisons ensemble ce cercle vertueux de l'alimentation !

INSPIRATION

Idées
contreproductives

- Ne pas vouloir donner les surplus
- Manque de dons de denrées
- Manque de débouchés
- Réseau insuffisant
- Toujours les mêmes légumes

- Manque d'esprit solidaire
- Manque de publicité
- Manque d'information et de réseaux
- Par méconnaissance l'offre n'arrive pas au public attendu
- Pas accessibles à tous
- Pas ouvert à tous les publics
- Contrats de travail précaires
- Objectif de rentabilité
- Récupération par les grosses entreprises agroalimentaires

- Pas de volonté politique
- Manque de coordination
- Pas de locaux
- Manque de personnel
- Produits trop chers
- Prix peu abordables
- Récupération politique
- Trop de normes sanitaires à respecter
- Clients intoxiqués
- Financement insuffisant

Idées folles



- Récupération de terrains municipaux
- Inviter les gagnants de top chef
- Situation centralisée
- Que chacun y amène un voisin
- Impliquer les écoles au projet
- Faire des petits pots bébés pour les crèches
- Débouchés dans des lieux de prestige

- Faire de la vente ambulante
- Thomas Pesquet comme parrain
- Faire des salades aux truffes du périgord
- Distribuer gratuitement
- Servir les plats à l'Elysée
- Intégration de mineurs non accompagnés
- Offrir à chaque habitant un lot

CREATIVITE



Impact, valeur ajoutée et clé de succès

Remue méninge #1 : quel est notre rêve, l'étoile que l'on vise ?

- Devenir la référence du bien manger en France
- Plus de perte
- Participation des grandes surfaces
- Que tout le monde mange à sa faim
- 100 conserveries et 100 restos solidaires dans l'agglomération
- Remplacer les restos du cœur
- Accessible pour tout budget
- Le resto à la maison pour ceux qui ne peuvent pas se déplacer
- Que se dégage de la fraternité et du partage
- Lieu de partage et d'échange
- Lieu de travail et d'intégration
- Que le projet évite tout gaspillage de fruits et légumes



Remue méninge #2 Quelle sera la valeur ajoutée du projet à imaginer ensemble en réponse à notre défi ?

- Réintroduire des cultures vivrières
- Vocation solidaire
- Qualité
- Deux gammes : bio et conventionnel
- Développer la résilience du territoire
- Diversité des produits
- Distribution
- La chaleur et l'ambiance
- La proximité géographique
- Rétablir des circuits courts
- Mettre en valeur les produits locaux
- Respect de la saisonnalité
- Prix bas
- Le prix juste



Remue méninge #3 - Quelles seront les clés de succès du projet à construire ensemble en réponse à notre défi ?

- Volonté politique
- Pas de conflit avec les acteurs conventionnels (concurrence)
- Aller vers les consommateurs
- L'accès
- Une communication efficace
- L'implication des partenaires

Les acteurs clés et leur mobilisation



Remue méninge #4 - quels sont les acteurs clés à mobiliser autour du projet ?

- Maire
- Agglomération seine Eure
- Chambre des métiers et de l'artisanat
- Les politiques
- Les grandes surfaces
- Fisc
- Restaurants
- Jardins familiaux
- Le réseau associatif



Remue méninge #5 - comment réussir à mobiliser tous les habitants/acteurs du territoire pour la réussite du projet ?

- Valeur altruiste de développement durable
- Vocation sociale
- Associations de terrain
- Évènementiel
- Développement durable, développement de l'antigaspi
- Inauguration
- Des vedettes, personnalités connues
- Bien manger
- La transparence
- Un appel à recette auprès des habitants

L'offre de produits et de services



Remue méninge #6 - Quelles sont nos idées géniales de solutions à déployer pour répondre à notre défi ?

- Aller sur les marchés
- Ajouter des produits frais
- Compléter l'offre pour proposer des plats complets
- Ambulant pour population éloignée
- Ateliers
- Bonbons et pâtes de fruits
- Soirées thématiques et festives
- Alimentation bébés

Le défi

Les légumes, ça conserve



Le rêve du projet

1. La fin du gaspillage alimentaire
2. Un outil d'insertion reconnu

Description de la solution, de l'offre

1. Collecte de invendus chez les grossistes, les producteurs et grandes surfaces
2. Achats auprès des producteurs locaux
3. Préparation de plats cuisinés sans additifs
4. Vente et production de produits bios et non bios

NOTRE PROPOSITION



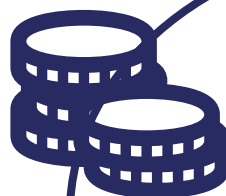
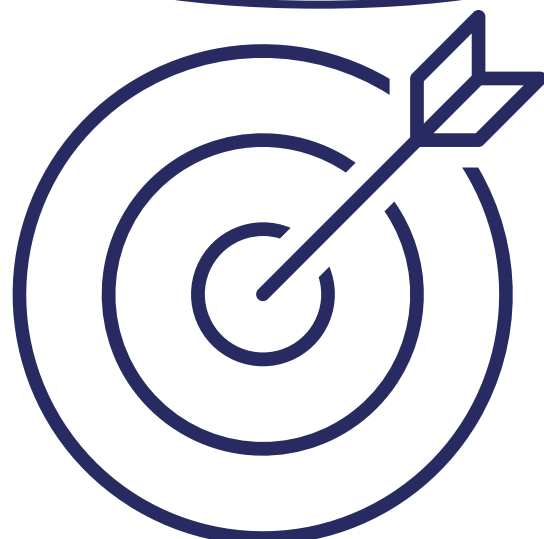
Qui paye, comment ?

Mécénat
Fondations
ADRESS
France Active
Subventions
Prêts bancaires
Clients

NOS CIBLES

Épicerie sociale
Gîtes

Centres et séminaires



Les principaux bénéficiaires du projet

Nom et slogan du projet

Au Bocal Gourmand
Mieux que chez Action !

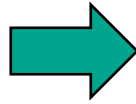
Plan d'action

Qui sont mes principaux partenaires ?

Fournisseurs : grandes surfaces, grossistes, maraîchers

Clients : épicerie sociale, gites, collectivités

Socialcobizz, France Active, ADRESS, Banques, département, communes, agglo



Comment les convaincre ?

Image de marque

Leurs objectifs RSE

Régularité et souplesse de la demande

Démarche encadrée par de vrais professionnels

Présentation d'une organisation et d'un business plan solide et attractif

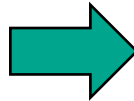
Quels sont les avantages de ma solution ?

Réduction des pertes et invendus

Retrouver une alimentation saine et locale (résilience)

Un support à l'insertion

Une offre accessible aux budgets modestes et aux + riches



Comment les démontrer ?

Tonnage + prix de vente = CA

Nombre et profil des acheteurs et des bénéficiaires

Taux de retour à l'emploi

Expliquer la diversité de l'offre en termes de qualité et de prix (plusieurs

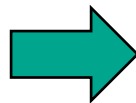
Quels sont les obstacles, objections, difficultés que je vais devoir affronter ?

Financement

Phasage du projet

Signature de convention avec les partenaires

Concurrence avec les filières conventionnelles marchandes



Comment les contourner ?

Appui France Active

Démarrage avec appros puis relai par jardin

Appui de l'ADRESS et Socialcobizz

Accord avec chambre des métiers -> charte de bonne conduite

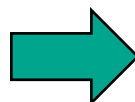
Quelles actions mettre en œuvre à très court

Financement

Conventions appro et vente

Investissement

Recrutement



Quelles actions mettre en œuvre à moyen terme ?

Canaux de vente

Distribution

Marketing

Le défi

Les légumes, ça conserve



Le rêve du projet

Accès à une nourriture saine et locale pour tous

Description de la solution, de l'offre

Une structure d'insertion
Récupération des excédents
Transformation en conserve pour tous les âges (0-99 ans), plats cuisinés
Vente ambulante, magasin, lieu de production marchés
Contenants consignés
Evènements à la conserverie
Visite d'ateliers

NOTRE PROPOSITION

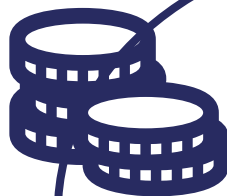
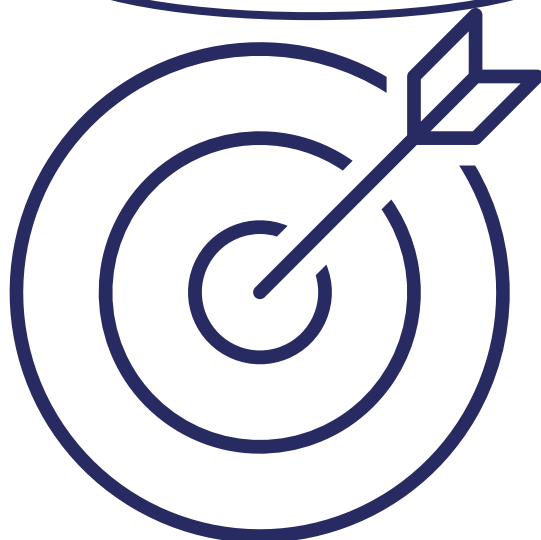


Qui paye, comment ?

CASE
Région
Département
Dons
Consommateurs

NOS CIBLES :

Tout le monde



Les principaux bénéficiaires du projet

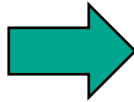
Nom et slogan du projet

Tout en Bocal
Le Vert Bocal
Le jardin du bocal
La conserve action
Le bocalimentaire

Plan d'action

Qui sont mes principaux partenaires ?

Pour les dons : grandes surfaces,
maraichage
Financeurs publics
Financeurs privés
ADEME FSE

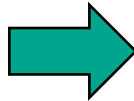


Comment les convaincre ?

Réduction fiscale, démarche RSE
Impact social sur le territoire (insertion,
développement durable)
Avoir un business plan
Economie circulaire

Quels sont les avantages de ma solution ?

Utilisation des invendus (loi Egalim) ou
des excédents
Offre de produits variés plusieurs
gammes
Impact social : recherche d'une
alimentation équilibrée, accès aux
populations fragilisées, lieu de partage,
échange social

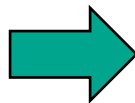


Comment les démontrer ?

Tonnage comptabilisé
Nombre de variété proposées
Composition avec le moins d'additifs
possibles
Nombre de pots remis aux associations,
de personnes précaires bénéficiant de
produits, de personnes venant aux
événements proposés, de salariés,

Quels sont les obstacles, objections, difficultés que je
vais devoir affronter ?

Ne pas réussir à convaincre les
partenaires
Irrégularité des dons (excédents)
Trouver les locaux
Compétences adaptées
Coût d'investissement

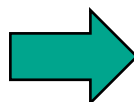


Comment les contourner ?

Faire intervenir son réseau, mettre en
place un accompagnement
Avoir une activité connexe
(maraichage)
Réponse appel à projet

Quelles actions mettre en œuvre à très court terme ?

Trouver des financeurs, des locaux,
des fournisseurs



Quelles actions mettre en œuvre à moyen terme ?

Trouver l'équipe
professionnelle de base
Avoir les agréments
Publicité, marketing