Évaluation d'impacts de La Panaméenne

Synthèse

un projet porté par l'association :

ASSOCIATION LOI 1901

FOOD DE RUE

L'ÉGALITÉ EN BANDE ORGANISÉE

PARIS BUDGET PARTICIPATIF

1. Introduction

PRÉSENTATION DE FOOD2RUE ET DE LA PANAMÉENNE

Food2rue est une association créée en 2014 autour de deux objectifs : promouvoir l'insertion socio-professionnelle et le droit à l'initiative économique de publics en situation d'exclusion, et promouvoir des modèles d'alimentation accessibles et durables.

En février 2018, Food2rue a créé « La Panaméenne », grâce à l'appui du budget participatif de la Ville de Paris. Cette halle alimentaire est à la fois une épicerie de produits durables et un lieu de restauration populaire.

L'activité de la Panaméenne répond à un **double enjeu**:

- Permettre à des femmes en situation de grande fragilité de trouver des solutions à leurs problématiques sociales et de s'insérer professionnellement, à travers un chantier d'insertion employant 12 salariées en parcours d'accompagnement.
- Proposer une offre de produits alimentaires de qualité, accessible au plus grand nombre, à travers une double offre de restauration (plats faits maison, le midi, sur place ou à emporter) et d'épicerie (produits alimentaires issus de circuits courts et/ou de l'agriculture biologique).

Le **caractère innovant** du projet tient à plusieurs spécificités : le choix d'un chantier d'insertion 100% féminin, la double activité de restauration et d'épicerie, les interactions entre les salariées en parcours d'insertion et les clients, et le prolongement du chantier d'insertion par un incubateur culinaire, permettant à des femmes d'élaborer et de tester un projet d'entreprise.

LA DÉMARCHE D'ÉVALUATION

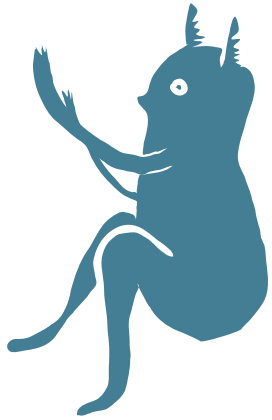
Après 18 mois d'activité, la mise en place d'une démarche d'évaluation avait pour objectif de dresser un état des lieux de l'ensemble des changements produits par le projet et de chercher à comprendre les mécanismes à l'origine des impacts observés. L'enjeu était de pouvoir interroger le modèle, objectiver la pertinence des choix faits, identifier les clés de réussite et les leviers d'amélioration. Il s'agissait aussi de mettre en valeur les spécificités des apports du projet, et d'élaborer une vision globale de sa plus-value, pour les salariées, les clients, les partenaires et pour le territoire.

La méthodologie utilisée s'est inspirée d'Urbal, un projet de recherche international coordonné par le CIRAD[1]. Elle analyse les systèmes alimentaires de manière globale, à travers 6 dimensions : la dimension économique, l'environnement, la gouvernance, la nutrition et la santé, la sécurité alimentaire, et la dimension sociale et culturelle.

Le référentiel d'évaluation de La Panaméenne repose sur le croisement de ces 6 dimensions de la durabilité avec les 3 cibles du projet :

- les **salariées** en parcours à la Panaméenne et leur famille, au cœur du projet d'insertion sociale et professionnelle.
- les **clients** de La Panaméenne, au centre de l'objectif de développement d'une offre alimentaire de qualité, accessible au plus grand nombre.
- le **territoire**, au regard des enjeux de dynamisation du quartier et de développement de la cohésion sociale.

L'évaluation s'est appuyée sur une enquête auprès de 80 clients, des entretiens semi-directifs avec des salariées en insertion et des partenaires du projet. Elle s'est également basée sur l'animation d'un atelier participatif, composé d'acteurs variés (clients, partenaires, salariés), qui a permis de mettre en lumière les chemins d'impact.



1. Le projet de recherche Urbal porte sur l'évaluation des changements produits par les projets d'innovation sociale en milieu urbain, en matière de contribution à la transition des systèmes alimentaires. [https://www.urbalfood.org/]. Sa méthodologie s'appuie sur l'analyse des « chemins d'impacts », qui retracent les connexions entre les changements, prévus ou non, produits à court, moyen et long terme, les moyens mobilisés, les activités mises en œuvre et le contexte.

2. Les impacts du projet

POUR LES FEMMES SALARIÉES

Le profil des femmes salariées en insertion

Les femmes qui intègrent La Panaméenne sont en situation de grande fragilité, souvent seules avec leurs enfants, bénéficiaires des minimas sociaux (75%) et affectées par plusieurs problématiques sociales. Elles n'ont généralement pas de formation professionnelle (88%) même si elles ont souvent déjà travaillé. Elles sont orientées vers La Panaméenne par des organismes partenaires afin de pouvoir entamer un parcours d'insertion qui doit leur permettre de se resociabiliser, d'acquérir des compétences transférables, et de retrouver de la confiance en elles, afin de pouvoir ensuite accéder à un emploi durable. Elles ont entre 23 et 62 ans et sont originaires de divers pays (Burkina Faso, Colombie, Côte d'Ivoire, France, Iran, Nigéria, Somalie, ...)

Les principaux changements produits pour les femmes en insertion

l'accès à un revenu régulier améliore la **situation économique** du foyer

> *“Ça m'a permis d'être plus indépendante. C'est la première fois, que j'ai vraiment un salaire. Je vais pouvoir aider ma famille, manger bien, économiser, profiter !”*

le développement de compétences diverses (vente, cuisine, commandes, caisse) contribue à augmenter leur **employabilité**

> *“Maintenant je veux continuer, je sais faire beaucoup de choses : la caisse, la cuisine, la vente des fruits et légumes… avant je connaissais rien du tout. Maintenant je sais que je suis capable de travailler à plein de choses, je me sens capable de tout faire, c'est ce que j'ai dit à la personne qui m'a fait passer l'entretien hier !”*

une meilleure maîtrise de la langue et de la culture française favorise leur **insertion sociale et culturelle**

> *“Au début j'avais peur de parler avec les clients, maintenant je suis spontanée, je parle bien, c'est très facile. J'ai bien progressé en français. J'ai fait des entretiens, les personnes me comprennent !”*

le règlement de diverses problématiques (logement, santé, situation administrative) leur permet d'améliorer leur **situation sociale**

> *“Je viens d'avoir les clés de mon premier appartement ! Depuis que je suis arrivée à Paris, je vivais dans une chambre d'hôtel avec mes quatre enfants.”*

la sociabilisation grâce aux échanges avec l'équipe et les clients est propice au **mieux-être** et à la **santé morale**

> *“On voit les gens contents. Ils viennent nous dire : "C'était très bon, merci, je me suis régalé". Tout va bien, ça fait plaisir.”*

une meilleure connaissance des fruits et légumes et l'accès à des produits de qualité entraînent une **alimentation plus diversifiée et plus saine**

> *“Avant quand j'allais au marché, je cherchais juste le moins cher. Maintenant je sais qu'il y a une différence. » « Je m'étais pas aperçue que ma fille aimait les fruits, elle mangeait juste du riz, des pâtes et de la salade. Maintenant je prends des fruits pour elle. C'est plus sain, elle a moins de boutons depuis qu'elle mange des fruits et des légumes frais.”*

L'éclairage amené par l'analyse des chemins d'impacts

L'analyse des chemins d'impacts illustre clairement la plus-value que constitue la **double activité** d'épicerie et de restauration pour les femmes salariées, en matière d'acquisition de compétences notamment. Ils mettent aussi en lumière l'importance accordée à la **dimension humaine** dans le projet et la force de l'activation des leviers sociaux et psychologiques au service de l'insertion. L'amélioration de l'estime de soi et de la confiance en soi générée jouent en effet un rôle clé. Au-delà de l'accès à un emploi de qualité, elle se traduit aussi en termes d'opportunités d'**émancipation** et d'**empowerment** des femmes. Enfin les chemins d'impact montrent l'intérêt d'une activité construite autour de l'alimentation durable et animée par des salariées issues de milieux défavorisés, pour lesquelles cet enjeu représente un défi particulier. Les questions de développement durable et de santé liées à l'alimentation sont en effet souvent en tension avec la question de l'accessibilité économique des produits.

> *"(Avant) je dormais pas, je me posais plein de questions sur le boulot que je pourrais trouver. Je prenais des anti dépresseurs. Je voulais une occupation, être occupée dans ma tête."*

> *"C'était très important pour moi de retrouver du travail, j'en avais besoin. Et de ne plus avoir la honte d'avoir le RSA. Tu dois travailler pour avoir de l'argent, pour le gagner... Et puis c'est pas parce que tu as pas grand-chose que tu ne veux pas avoir une belle maison, des jolis rideaux..."*

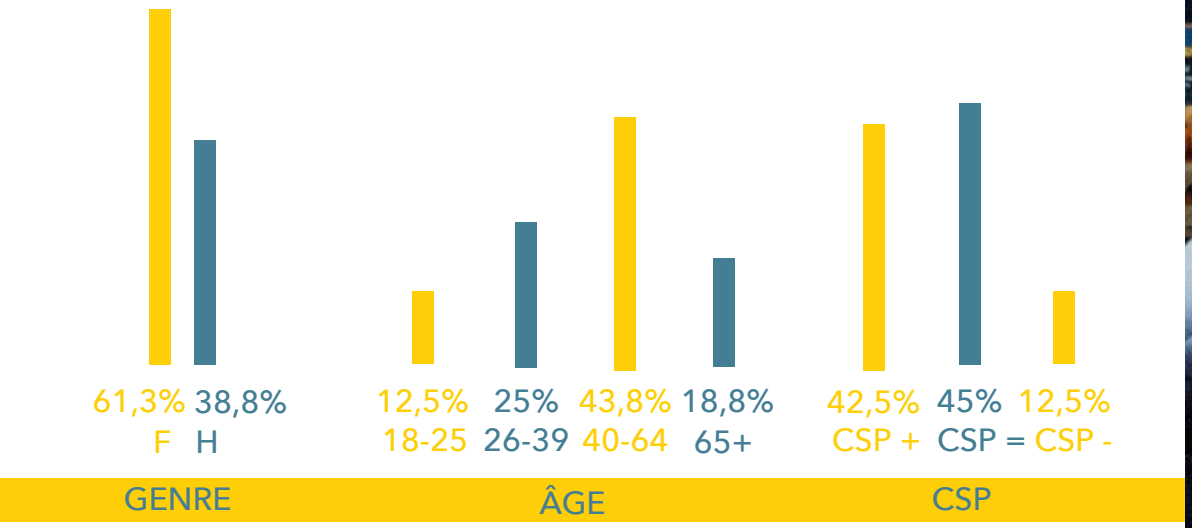
> *"Maintenant j'ai une auto estime élevée, une autre personnalité. Avant je ne me sentais pas bien utilisée, pas utile pour le monde, je me sentais nulle. Maintenant je me sens très bien. Je suis utile."*

POUR LES HABITANTS ET USAGERS DU QUARTIER

Le profil des clients de La Panaméenne

La clientèle de La Panaméenne est constituée à la fois d'habitants du quartier et de professionnels qui viennent y travailler. C'est principalement une clientèle d'habitués, dont la majorité vient au moins une fois par semaine. Les habitants viennent avant tout pour faire leurs achats de fruits et légumes mais se laissent aussi régulièrement tenter par les repas cuisinés sur place. Les professionnels, qui viennent eux en premier lieu pour acheter leur déjeuner au comptoir de restauration, font aussi ponctuellement des achats dans la partie épicerie. Cela contribue à une mixité à plusieurs titres : en matière d'âge et de catégorie socioprofessionnelle mais aussi en termes de profil de consommateurs. En effet, la clientèle comporte des consommateurs déjà activement « engagés » sur les questions d'alimentation durable, des personnes « sensibilisées » à ces enjeux et réceptifs à une offre qui leur donne l'opportunité de faire évoluer leurs pratiques, et des clients dits « neutres » simplement attirés par la saveur des produits, le rapport qualité-prix et la convivialité du lieu[2].

* Profil des clients interrogés dans le cadre de l'évaluation, exprimé en pourcentage.



2. L'échantillon de personnes interrogées comportait une part égale de clients « engagés », « sensibilisés » et « neutres ».

Les principaux changements produits pour les clients de La Panaméenne

l'accès à une offre de proximité de produits de qualité, à des prix accessibles

> *"Ici les pommes ont le même goût que chez ma grand-mère. Retrouver le goût des fruits, ça incite à acheter des produits de qualité."* (homme, 44 ans, CSP=, neutre)

une alimentation plus diversifiée et plus saine

une augmentation de la consommation de plats végétariens[3]

> *"Je mange plus sain le midi, des plats équilibrés, ça remplace les achats à emporter du supermarché, et je mange plus souvent végétarien. Il y a la diversité des plats, l'originalité, le plaisir."* (homme, CSP+, 53 ans, neutre)

la consommation de produits moins impactants pour l'environnement

une implication citoyenne dans le soutien à des circuits de distribution alternatifs socialement plus justes

> *"Le fait que ce soit une association, pas un magasin, c'est plus sympathique, ça donne l'impression de "participer à quelque chose ». Ici les gens du quartier peuvent apporter une aide, on se sent plus proche."*
> (femme, 62 ans, CSP+, engagée)

du lien social et de la mixité

> *"C'est un point de vie dans le quartier, ça crée de l'animation. La vie de quartier s'est développée, c'est un pôle attractif pour les achats."* (homme, 42 ans, CSP=, sensibilisé)

> *"Quand il y avait les travaux, on espérait que ce soit une boutique bio mais là c'est beaucoup mieux! Ca a vraiment contribué à l'amélioration du quartier. Maintenant c'est vraiment un repère."* (homme, 53 ans, CSP+, engagé)

une évolution positive des représentations sur l'insertion professionnelle

> *"C'est un métier très valorisant, on a souvent une image pas très positive des "gens à problème" plutôt que de les voir comme "des gens qui n'ont pas eu la chance de…"*
> (homme, 52 ans, CSP+, neutre).

> *"L'identification d'une structure qui le fait, la visibilité de l'activité alors que ce sont souvent des activités « cachées », ça permet de voir que ce sont des personnes comme les autres."*
> (femme, 26 ans, CSP+, engagée).

3. Le comptoir de restauration propose, tous les jours, un menu végétarien et un menu « traditionnel ». Le jeudi, le menu est exclusivement végétarien.

L'ÉCLAIRAGE AMENÉ PAR L'ANALYSE DES CHEMINS D'IMPACTS

Le développement d'une offre de proximité de produits de qualité à des prix accessibles amène des profils de consommateurs plus variés à avoir des pratiques alimentaires plus durables, avec tous les effets positifs attendus en matière de bienfaits pour la santé et pour l'environnement. L'exotisme de la cuisine et la convivialité du lieu en font un endroit associé au plaisir et au lien social.

Les chemins d'impacts illustrent le fait que **l'offre façonne la consommation**. Les modifications des comportements d'achat ne découlent pas nécessairement d'une étape de sensibilisation ou de prise de conscience, mais peuvent la précéder ou en être totalement dissociées. Les actions de sensibilisation peuvent néanmoins renforcer les changements, leur donner un sens et une ampleur supérieurs.

La double activité d'épicerie et de restauration joue un rôle clé dans le **renouvellement du rapport à la cuisine et aux produits frais**. La cuisine ouverte qui met en valeur le travail de l'équipe de salariées en insertion permet de valoriser les femmes, leur cuisine et leur culture, et de faire évoluer les représentations sur les projets – et sur les publics – relevant de l'insertion professionnelle.

VISION D'ENSEMBLE DES APPORTS DU PROJET
AU REGARD DES 6 DIMENSIONS DE LA DURABILITÉ DES SYSTÈMES ALIMENTAIRES

Gouvernance

L'implication des clients au service de la transition du système alimentaire par le soutien aux circuits de distribution alternatifs.

L'élargissement des pratiques de consommation durable à un public non sensibilisé.

L'empowerment de femmes.

Sécurité alimentaire

Le développement d'une offre de proximité de produits alimentaires de qualité, et d'une offre de restauration, à des prix accessibles.

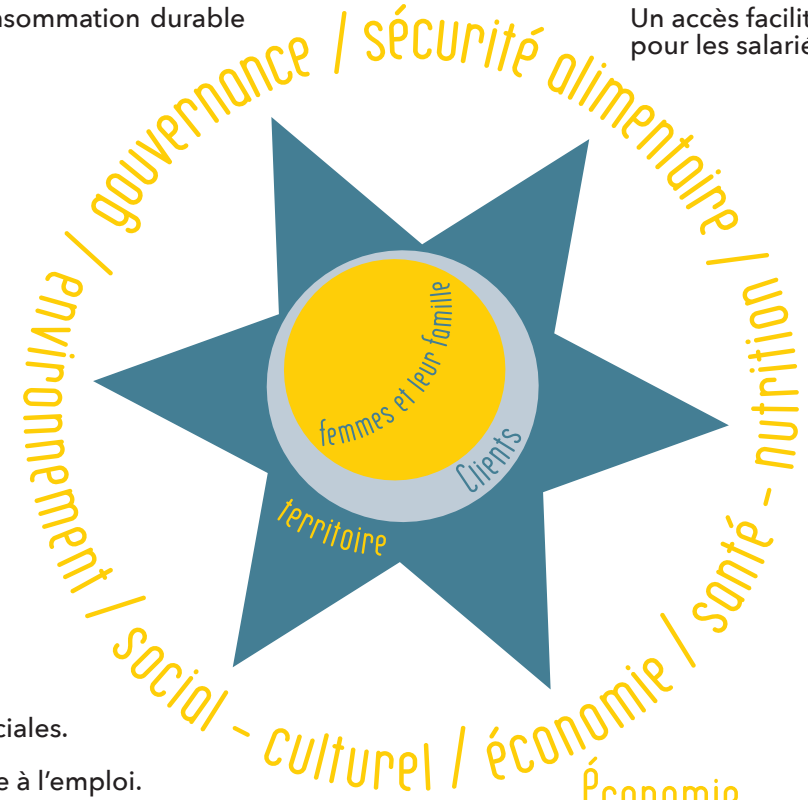
Un accès facilité à des produits alimentaire de qualité pour les salariées.

Environnement

Le développement de la consommation de produits moins impacts pour l'environnement (produits bio ou issus d'une agriculture limitant les intrants, produits de saison).

La prévention du gaspillage alimentaire (au sein de l'épicerie et du comptoir).

La sensibilisation des clients et des salariées à une alimentation durable.



Santé - Nutrition

Une augmentation de la consommation de fruits et légumes de qualité, et de produits bio.

Une augmentation de la consommation de plats végétariens.

La découverte de produits et de recettes qui contribuent à une diversification de l'alimentation des clients et des salariées.

Social - Culturel

Une réduction de la précarité et des inégalités sociales.

Une réduction des inégalités femmes-homme face à l'emploi.

Une réduction de l'isolement social à la fois pour les salariées et pour les habitants (notamment les personnes âgées).

Un développement de la mixité sociale et une contribution a une meilleure valorisation de la diversité culturelle à travers la découverte d'une cuisine du monde authentique.

Un développement de l'animation et de la convivialité du quartier.

Le développement d'une image positive de l'insertion professionnelle.

La valorisation de produits de qualité et, à travers eux, des producteurs.

Économie

La création d'emplois non délocalisables : 45 femmes accueillies depuis le début du projet, dont 70% ont trouvé une solution à leur projet professionnel (formation, emploi)[1].

Un chiffre d'affaire de 283 k€ en 2018. 160 repas vendus quotidiennement.[2]

Un renforcement des circuits alternatifs (circuits courts) et des impacts économiques positifs pour les producteurs.

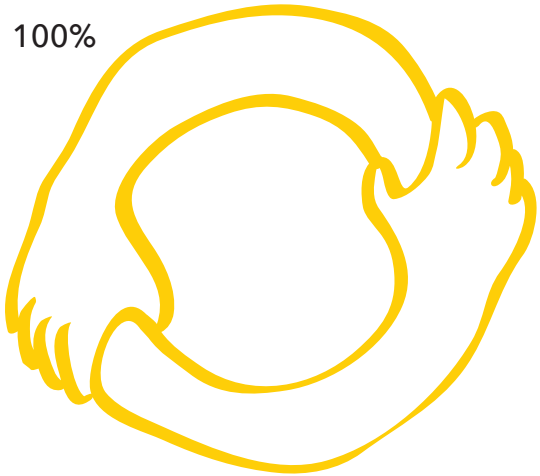
Une contribution au dynamisme et à l'innovation territoriale au travers des partenariats tissés.

1. Taux de sorties dynamiques
2. Sur le 1er semestre 2019

3. Les clés de réussite

L'analyse de ces impacts montre qu'ils sont à mettre en lien avec diverses caractéristiques de La Panaméenne :

- Le format hybride de la boutique, à la fois épicerie et comptoir de restauration.
- L'organisation de l'activité, avec l'ouverture de la cuisine sur le magasin.
- La décoration du lieu, qui rompt avec l'image pouvant être associée à des projets « sociaux » ou, à l'inverse, à des commerces « bobos ».
- La convivialité du lieu, liée à la place centrale accordée à la dimension humaine.
- La qualité des produits et du service.
- Le choix d'une équipe 100% féminine.



4. Les pistes de travail

- Développer les actions permettant de renforcer la part de clients aux revenus modestes (à travers un système de paniers solidaires en cours de mise en place, ou d'autres dispositifs).

- Accompagner l'évolution des pratiques alimentaires des clients à travers des actions de sensibilisation bien calibrées, pour ne pas rebuter les clients peu réceptifs aux enjeux de développement durable.

- Poursuivre les réflexions permettant de développer des modes d'approvisionnement prenant en compte les 6 dimensions de la durabilité.

Alimentation durable & insertion : un tandem gagnant !

L'étude a permis de démontrer la pertinence d'associer insertion professionnelle et alimentation durable :

Choisir l'alimentation durable comme support d'insertion professionnelle permet :

De créer des opportunités professionnelles supplémentaires pour les femmes en insertion liées aux connaissances qu'elles peuvent acquérir sur la qualité des produits (bio, sans pesticides, production de plein champs), sur leur saisonnalité et sur les circuits courts.

De mettre au service de l'insertion professionnelle les opportunités économiques que génère le développement du secteur de l'alimentation durable (augmentation constante de la vente de produit bio en France, développement des magasins spécialisés et de leurs parts de marché, valorisation des circuits courts et des produits locaux).

Développer le commerce de produits durables sur la base d'un dispositif d'insertion permet :

De faciliter le développement d'une offre accessible à tous grâce à des tarifs réduits. La limitation de la marge commerciale et le subventionnement du projet permettent d'étendre à un public plus large les répercussions positives d'une alimentation durable en matière de santé et d'environnement.

De faire évoluer les pratiques alimentaires de publics particulièrement précaires, souvent peu sensibilisés aux enjeux d'une alimentation durable, notamment les salariées en insertion. Ces évolutions ont des répercussions positives sur leur famille et leur entourage et peuvent permettre de faire évoluer les représentations sur le caractère exclusif d'une alimentation de qualité.

Pour en savoir plus, consultez le rapport complet : *Alimentation durable et insertion socio-professionnelle : un tandem gagnant ? Evaluation d'impact de La Panaméenne*, Marielle Martinez, octobre 2019.
Le rapport a été réalisé sous la direction d'Elodie Valette, chercheuse au Cirad, dans le cadre du Mastère Spécialisé® Innovations et politiques pour une alimentation durable.

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
Chaire Unesco en alimentations du monde France
Montpellier SupAgro Institut national d'études supérieures agronomiques
cirad LA RECHERCHE AGRONOMIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT

En 2019, La Panaméenne est soutenue par :

Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET DE LA RÉGION D'ILE-DE-FRANCE
VILLE DE PARIS
PARIS BUDGET PARTICIPATIF
fondation daniel & nina carasso
Fondation RAJA Danièle Marcovici Agir pour les femmes

Illustrations et création graphique : Maya Palma www.mayapalma.com