

Au Local - Grenoble - Isère

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

Une SCIC au service de l'accessibilité du bio local pour tous



1. INTRODUCTION

Au Local a été créée en 2018 dans le but de rendre accessible des produits locaux, de saison et de qualité aux habitants des quartiers sud de la ville de Grenoble. L'entreprise - devenue SCIC en 2020 - comprend deux activités distinctes mais se voulant complémentaires : un groupement d'achat et la réalisation d'animations autour du "bien-manger" pour la population locale.

2. HISTOIRE ET VALEURS DU PROJET

2.1. Origines

La fondatrice d'Au Local, Ingrid, est native des quartiers Sud de Grenoble. Elle y monte plusieurs projets associatifs avant de devenir responsable logistique pour Médecins sans Frontière. Après cinq années en missions humanitaires, une mission pour "Kelbongoo" lui fait découvrir un nouveau fonctionnement logistique : celui de l'approvisionnement alimentaire local et en circuit court. Ingrid décide alors de se former à la création d'entreprise dans l'économie sociale et solidaire. Son mémoire porte sur le plan d'affaire d'Au Local : étude de marché, plan d'action, budgets prévisionnels... ces huit mois d'étude, d'information et d'enquête lui permettent de modéliser totalement son futur projet.

2.2. Intentions

À sa sortie d'étude, Ingrid rencontre Adeline qui, elle-aussi, sort de formation et souhaite s'engager sur un projet concret autour de l'agriculture et de la distribution alimentaire. Ingrid et Adeline se retrouvent sur la vision d'Au Local et se complètent parfaitement en matière de compétences : elles pensent ensemble la gestion du projet et son développement, et Adeline souhaite prendre en main plus spécifiquement les missions d'animation, de sensibilisation et de communication.

2.3. Les premières étapes de la construction du projet

La toute première étape du projet a été de *"partir à la rencontre des habitants et des acteurs au sens large du quartier pour leur présenter l'idée"* - autant de discussions ayant permis de mieux cerner les attentes locales et définir précisément les spécificités du projet.

Ingrid et Adeline ont ensuite cherché les producteurs qu'elles souhaitaient référencer et leur ont rendu visite.



Carottes chez Au Local

3. RÉSEAUX D'APPARTENANCE

Au Local est lié à un grand nombre de réseaux locaux, témoignant de sa forte intégration dans le paysage économique et social du territoire :

CALISOL, un réseau de distributeurs de l'alimentation solidaire rassemblant des épiceries, marchés coopératifs, boutiques de vente en vrac, ou encore des groupements d'achats de la métropole de Grenoble. Sans structure juridique formalisée, ce réseau s'est monté autour de valeurs partagées sur la vente de produits locaux et sur la solidarité entre bénéficiaires et producteurs. Au Local participe aux réunions du réseau "tous les trois mois", et y contribue activement : *"J'ai par exemple monté une base de données fournisseurs qui va être partagée avec tout le monde pour essayer d'optimiser le catalogue et les commandes auprès des producteurs car on est tous d'accord pour dire que plus il y aura de distributeurs de produits locaux, plus il y aura de producteurs et plus il y aura de demandes."*

Le Plan Alimentaire Interterritorial, coordonné par des représentants politiques et des associations (investies dans le plaidoyer sur les sujets d'agriculture urbaine), pour lequel Au Local est régulièrement consulté en fonction des besoins terrain.

Un très grand nombre de liens ont été tissés avec les réseaux associatifs locaux, en particulier pour les missions d'animation et de sensibilisation - des liens qui ont été *“nécessaires à la réussite d’Au Local”*.



Navets chez Au Local

4. PRODUITS ET PRODUCTEURS

Au local a **une quarantaine de producteurs référencés dans son catalogue (dont 30 permanents)** qui fournissent la SCIC quasiment chaque semaine - une “gestion lourde mais adaptée à leurs besoins”. Voici quelques-unes de leurs spécificités-clefs :

- **Quatre maraîchers sont référencés** afin de disposer en permanence d'une offre très variée, et en quantité, de légumes de saison. Trois de ces maraîchers travaillent sur quelques hectares, le dernier en cultive une vingtaine. Ingrid et Adeline constatent que les producteurs ont des débouchés globalement diversifiés (de 3 à 7 débouchés), mais grâce à la croissance de ses volumes de vente, Au Local est devenu un débouché important : *“au début, je prenais ce qu’il restait, mais maintenant nous sommes devenus prioritaires pour certains”*.
- **Plus de 500 produits proposés au total sur l’année**, qui varient selon les saisons, avec en moyenne de 200 à 300 produits au catalogue chaque semaine. L'équipe d’Au Local prend soin de ne pas acheter de produits en lots ou en trop grande quantité à l'avance afin de minimiser les risques de perte. Quelques produits manquent encore, comme certains fruits (à cause de la faible production locale) ou les fromages du Vercors (qui sortent de leur zone d'approvisionnement actuel) et le vin.
- **Les produits sont 100% locaux**, issus d'entreprises situées dans un rayon de moins de 90 km. Cette proximité permet à Ingrid et Adeline de rendre visite régulièrement aux producteurs, d'entretenir une relation étroite, et de se porter garantes d'une “production à taille humaine, en polyculture” (NB : aucune charte ni aucun label n'est imposé aux producteurs). Les fondatrices d’Au Local n'excluent toutefois pas, “à moyen-long terme”, d'intégrer à leur catalogue des produits qu'on ne trouve pas localement, comme des agrumes.
- **Une mise à jour hebdomadaire du catalogue et des prix**, gérée entièrement par Au Local, et qui nécessite encore régulièrement de relancer les producteurs pour récupérer toutes les

informations. L'inscription d'une référence au catalogue du cycle de vente dépend de son prix et des quantités disponibles.

5. MODALITÉS DE COMMERCIALISATION

Au Local propose un système de commande libre, sans abonnement. Les clients peuvent choisir leurs produits sur un catalogue mis à jour chaque semaine. Les commandes se font soit en ligne par le biais de la plateforme CoopCircuits (depuis fin 2019), soit sur papier en se rendant sur place, soit encore par téléphone, en appelant directement l'équipe d'Au Local. Lors de la distribution hebdomadaire, chaque vendredi, un espace épicerie a été aménagé afin qu'il soit également possible d'acheter directement quelques produits sur place.

Les paiements se font sur place, lors du retrait de la commande. Au Local ne rencontre pas de difficultés avec ce système, la totalité des clients qui passent commande viennent bien chercher leurs produits. Le paiement en ligne a été maintenu uniquement pour les commandes en livraison à domicile ou sur le lieu de travail. Les paiements en ligne ne sont pas favorisés par Au Local car le logiciel de paiement Stripe est trop coûteux et peu adapté à leur gestion.

Les volumes d'achat ont augmenté progressivement jusqu'à 2020, avant d'être multipliés par quatre avec le confinement : *"nous sommes passées d'une soixantaine de commandes hebdomadaires à 220 en l'espace d'une semaine !"* Aujourd'hui le volume de commandes oscille entre 160 et 220 (volume maximum supportable par Au Local aujourd'hui).

Les deux tiers des commandes sont retirées directement dans les locaux d'Au Local (avenue Malherbes), 30% sont retirés dans un autre point de distribution (dans le quartier La Villeneuve) et une part relativement marginale (moins de 5%) est livrée à domicile par vélo.



Paniers prêts à être distribués

6. MODALITÉS LOGISTIQUES

Deux sessions de vente sont ouvertes en parallèle, afin de laisser plus de temps aux producteurs de viande (dont le temps de préparation des produits commercialisables est plus long). Ainsi, les commandes sont à effectuer 10 à 8 jours avant la récupération des produits pour la viande contre 7 à 4 jours pour les autres produits.

Ingrid et Adeline nous ont décrit leur « semaine type » :

→ Mise à jour du catalogue en ligne le lundi midi J-11 pour la viande et le jeudi midi J-8 pour les autres produits.

→ Envoi d'un mail à la base de clients le mardi pour la viande (J-10) et le vendredi (J-7) pour l'ouverture des commandes : celles-ci sont ouvertes du mardi matin 6h au jeudi soir 18h et du vendredi matin 6h au lundi soir 18h ou jusqu'à ce que le nombre maximum de commandes soit atteint (220 par semaine).

→ Lorsque les commandes sont stoppées, le jeudi soir (J-8) pour la viande et le lundi soir (J-4) pour les autres produits : toutes les commandes sont envoyées aux producteurs.

→ Les produits sont ensuite récupérés le jeudi (J-1).

→ Les commandes sont préparées par l'équipe Au Local le vendredi et récupérées dans la foulée par les clients le vendredi après-midi lors de la distribution.



Les produits en vente sur place

Dans le détail :

- 1. Collecte des produits :** Ingrid et Adeline alternent, chaque semaine, entre deux types de tournée : une « grosse » tournée (11 points de collecte, 315 km, 9h de tournée) et une « petite » tournée (9 points de collecte, 250km, 8h de tournée). 14 producteurs viennent livrer directement à Au Local ou dans un local relai, mutualisé, aux portes de Grenoble, à proximité immédiate des abattoirs et des exploitations maraîchères. La collecte se fait au moyen d'un camion de 20m3 non réfrigéré, loué chaque semaine. L'absence de réfrigération

rend un arrêt au local en milieu de tournée l'été, pour préserver les produits.

- 2. Distribution des produits :** la distribution est ouverte chaque vendredi de 16h à 19h. Chaque commande est préparée et numérotée, le client a la charge de bien vérifier la composition de son panier et l'exactitude de sa facture avant de payer en caisse (sauf pour la livraison à vélo, où Au Local se charge de la vérification).

La livraison se fait principalement au local (un lieu de 85 m² au rez-de-chaussée d'un immeuble), disposant d'une réserve pour les produits secs, d'une chambre froide de 16m² aménagée avec des casiers numérotés par numéro de commande et des meubles sur roulettes afin d'adapter le lieu aux besoins, ainsi que trois postes de pesée.

Pour la livraison à domicile par vélo, Au Local travaille avec la coopérative Sicklo. Le détail des lieux et quantités à livrer lui sont envoyés à l'avance, pour qu'elle puisse préparer les tournées. Le prix de la livraison dépend du nombre de clients qui se regroupent pour la livraison (formule solo – 11 euros, duo – 9 euros, ou trio – 6 euros). Si ces prix *“peuvent paraître élevés à certains”*, ce système de livraison permet néanmoins de *“toucher une cible nouvelle”* et de diminuer d'autant les passages au local lors de la distribution.



Livraison à vélo par Sicklo

FOCUS - Le Cas particulier de la viande

La vente en colis ne fonctionnant que très peu, la viande est vendue à la pièce, emballée sous vide. Cependant, la découpe n'étant pas réalisée de façon industrielle, les poids des pièces de viande sont variables, ce qui vient en contradiction avec le système de précommande qui nécessite d'indiquer un poids et un prix fixe pour chaque produit. Lors de la récupération des produits, l'équipe d'Au Local doit donc mettre à jour le poids et le prix de chaque pièce, et ce pour chaque commande client. Pour pallier cette problématique, Au Local souhaiterait s'équiper d'un système de codes-barres, ainsi que d'un système de caisse relié aux commandes passées en ligne.

7. AUTRES ACTIVITÉS

Au Local a mis en place des actions de sensibilisation et des ateliers pratiques grâce au soutien et à l'expérience des associations de leur quartier. Ces animations gratuites ou à prix libre se déroulent une à deux fois par mois et poursuivent un objectif principal : celui de rapprocher les producteurs des habitants - et vice-versa - en faisant mieux comprendre leurs problématiques respectives. Ces animations sont *"très appréciées"*, mais un problème demeure : *"le public des animations ne devient pas pour autant le public du groupement d'achat, parce que les prix des produits demeurent trop élevés pour cette cible et, à l'inverse, les consommateurs ne viennent que peu aux animations"*.

En pratique, différents types d'animations coexistent :

1. Des animations pour enfants, en partenariat avec l'association Brin d'Grelinette et d'autres structures du quartier (Maison des Habitants, Maison de l'Enfance, etc.), convergent autour d'un jardin partagé.
2. Des animations cuisine, en partenariat avec des structures ou habitants du quartier qui proposent d'animer l'atelier autour de recettes spécifiques ou d'une thématique.
3. Des visites à la ferme
4. Des animations en périscolaire une fois par mois (et en scolaire sur demande)
5. Des déplacements sur un site en maraîchage avec des élèves de collège (pour le moment, partenariat avec un seul établissement mais volonté de mettre en place d'autres partenariats).

La mise en place de ces animations nécessite 30 à 40% d'un ETP auquel s'ajoute parfois le recours à un intervenant extérieur pour certains types d'animations (un nutritionniste par exemple).

Le modèle de financement se base à l'heure actuelle uniquement sur des subventions de la mairie de Grenoble et de l'État dans le cadre des contrats de ville et quartiers prioritaires.

→ 2019 : 3000 euros pour les animations.

→ 2020 : 10 000 euros pour temps de travail, frais et prestations d'animations

→ Prévisionnel 2021 : 10 000 euros (30% du poste d'Adeline, locations de véhicule et prestations d'animation)

→ Occasionnellement des animations sont proposées à des établissements dans le cadre de prestations rémunérées et donc autofinancées à 100%.

L'objectif, à terme, est d'autofinancer cette activité grâce à l'excédent dégagé par la partie commerciale.

8. MODÈLE HUMAIN : RH ET GOUVERNANCE

Composition de l'équipe

→ 2020 : 2,5 ETP sur 3 personnes + 1 stagiaire

→ 2021 : 3,5 ETP sur 4 personnes + 1 stagiaire

Un jeune du quartier et un éducateur viennent également prêter main forte lors de la préparation des commandes chaque semaine, en partenariat avec l'association Synergie. Outre de constituer parfois une expérience du travail pour ces jeunes, c'est aussi l'occasion de découvrir les valeurs coopératives, environnementales et de santé défendues par Au Local.

Répartition des tâches en 2021

- Adeline passe à 70% : cogestion (admin, stratégie, développement, RH), animation et aide à la distribution le vendredi.
- Elodie, en temps plein : gestion du site de distribution, préparation numérique et physique des commandes, aide à la comptabilité et à la communication
- Romaric, 30h : chauffeur – livreur, préparation des tournées, tournées et aide à la distribution
- Ingrid, en temps plein : cogestion, relation producteurs, gestion du catalogue et de la prise de commande, coordination du projet.
- Stagiaire ou service civique : développement de la vie coopérative.
- Chantier éducatif chaque vendredi : un éducateur et un jeune du quartier viennent aider à la préparation des commandes de 8h30 à 13h30.

Vie Coopérative et gouvernance

65 coopérateurs composent la SCIC : 70% sont des consommateurs, 3 sont salariés, 8 sont producteurs et quelques-uns sont des sympathisants un peu plus éloignés mais qui souhaitent s'investir dans la SCIC pour soutenir les actions. La part est à 20 euros. Une seule part est demandée pour les consommateurs qui souhaitent intégrer la SCIC. Pour les producteurs un minimum de 5 parts est demandé ; pour les sympathisants il faut 10 parts minimum (200 euros pour une association par exemple) et pour les salariés c'est 25 parts. La vie coopérative reste encore largement à construire et constitue le prochain enjeu d'Au Local pour 2021 !



Distribution de paniers chez Au Local

9. MODÈLE JURIDIQUE

Au Local a été lancé au sein de la coopérative d'activités et d'emploi (CAE) 3BIS, basée à Grenoble, et a rapidement intégré une pépinière d'entreprise appelée La Pousada. Cette double intégration - "une vraie aubaine" - leur a permis de "mieux orienter [leurs] choix stratégiques" et "d'apprendre à gérer les aspects comptables et financiers". Elle leur a aussi permis de commencer en contrat CAPE, leur permettant d'être *"salariées de la CAE, de pouvoir utiliser le statut et donc facturer les clients et payer les factures des producteurs, tout en choisissant de ne pas se rémunérer la première année."*

Le passage en SCIC (société coopérative d'intérêt collectif) du groupement d'achat est entré en vigueur en juillet 2020, après 8 mois de discussions avec les parties prenantes (clients, amis, producteurs, etc.) et de préparation administrative. Les activités d'animation sont également sous le statut SCIC depuis janvier 2021.

10. MODÈLE ÉCONOMIQUE

Le modèle économique d'Au Local est prévu pour fonctionner avec au moins 200 paniers commandés par semaine et avec une capacité actuelle maximum de 215-220 commandes. L'objectif est donc de maintenir et stabiliser cette vitesse de croisière. Leur panier moyen, de 40 euros, est stable depuis les premiers jours.

La fixation des prix se fait selon trois grands principes :

- **une marge fixe à 23%**, sans différenciation en fonction des produits ou des producteurs. Cette marge devrait passer à 25% en 2021 pour mettre en place une politique de tarification sociale.
- **un ajustement des prix hebdomadaires**, avant l'ouverture des commandes, en fonction des prix du marché et de ses producteurs, *"pour vraiment avoir les prix le moins cher possible"*.
- **aucune négociation avec les producteurs.**

Au Local souhaiterait mettre en place prochainement un "comité des prix", pour mieux communiquer sur le sujet et sensibiliser ses consommateurs.

Au Local bénéficie également de sources de revenus complémentaires :

- **Des subventions publiques** provenant de collectivités locales ou de l'Etat
- **Des appels à projets remportés**, principalement des AAP locaux, certains nationaux très ciblés (French Tech impact par exemple)
- **Au Local a également reçu dernièrement le "Prix talents des cités" : "2000 euros, un superbe reportage sur France3, et le fait que tous les élus de Grenoble, dont le maire, relaient sur Facebook."**

11. COMMUNICATION ET MARKETING

Pour la partie groupement d'achat, la communication d'Au Local se fait par deux biais :

- **Via des outils numériques diversifiés** : l'emailing pour le lancement des commandes (2 fois par semaine le mardi et le vendredi), le site Internet, des communications régulières (plusieurs posts par semaine) sur Facebook et Instagram, et une newsletter mensuelle
- **En face à face**, notamment lors du retrait des commandes, mais aussi lors de la permanence quotidienne au local, qui permet à certaines personnes, notamment des personnes âgées, de venir passer des commandes via un formulaire papier - *“une occasion de tisser des liens réels avec ce type de public, à défaut de lien numérique”*.

S'agissant de la partie animation, la communication est un peu différente. Elle se fait :

- **En face à face ou par le biais du bouche à oreille** - la situation d'Au Local au coeur du quartier et sa forte présence dans le tissu associatif facilitant cet aspect
- **Par le biais d'affiches et de flyers**, principalement relayées par les associations, les centres sociaux, les maisons des habitants ou les associations d'éducateurs de rue *“avec qui Au Local travail beaucoup”*.



Flyers d'Au Local

12. ENJEUX ET AVENIR

Vision à court terme - 1 an

Stabiliser un nombre de commandes autour de la capacité maximale de 220 commandes par semaine, notamment en proposant un nouveau service de livraisons sur le lieu de travail : *“on est en partenariat avec le siège des centres sociaux de Grenoble, le CE du siège qui veut amener un service de conciergerie à ses employés. Ils ont un frigo, des tables, on arrive avec des caisses de commandes toutes prêtes, et eux doivent distribuer les commandes à leurs employés.”*

Investir dans un camion de 20m3 avec hayons et portes latérales (soit un budget de 30 à 40.000 euros), si les livraisons se développent comme prévu. Il pourra être utilisé le vendredi pour livrer les gros points de distribution et permettra également *“d’investir dans des palettes et un transpalette, ce qui va changer la vie et rendre le travail physiquement moins intense”*. L’idée serait de mettre le camion en gestion locative : l’équipe n’en ayant besoin que 48h par semaine

Vision à moyen terme – 2 ans

L’objectif général est de faire croître le volume des commandes, afin de réaliser des économies d’échelle, et de voir progresser le résultat des ventes de produits afin de pouvoir autofinancer la partie “animations” d’Au Local.

Pour ce faire, Ingrid et Adeline réfléchissent à ouvrir un entrepôt de réception des marchandises et de préparation des commandes pour livrer de multiples points de distribution. Ce système paraît viable à partir d’un minimum de 20 commandes par point de distribution, et imposera à chaque point d’être équipé d’un frigo.

13. RÉCAP !

- Nom de l’organisation : **Au Local**
- Adresse : **14 avenue Malherbe, 38 000 Grenoble**
- Site Web : <https://au-local.org/>
- Nom du référent : **Ingrid et Adeline co-fondatrices d’Au Local depuis 2018, une équipe de 4 salariés et 60 coopérateurs qui forment la SCIC depuis juillet 2020.**
- Territoires desservis : **quartiers sud de Grenoble (Malherbe et Villeneuve)**
- Structure juridique : **SCIC depuis Juillet 2020**
- Structure de gouvernance : **4 collèges : consommateurs, producteurs, salariés et sympathisants.**
- Date de création : **début d’activité en CAE fin 2018**
- Volume approximatif de ventes : **environ 30 000€ de CA par mois.**
- Activités principales : **Un local en plein cœur du quartier où les habitants viennent récupérer leur commande de produits locaux provenant d’agriculteurs situés dans un périmètre de 80 km maximum. Les commandes se font en ligne, sur place au local, ou par téléphone selon les habitudes de chacun. Un système de livraison à vélo est également**

proposé avec la coopérative de coursiers à vélo Sicklo. Deux fois par mois Au Local propose des animations aux habitants du quartier (ateliers cuisine, ateliers enfants, visite de ferme) pour les sensibiliser à une alimentation et une agriculture durable.

Pour creuser - Liens utiles :

Boutique en ligne : <https://www.coopcircuits.fr/au-local/shop>

Facebook : <https://www.facebook.com/Au-Local-2037676652955626>

Partenaires commerciaux :

- Sicklo - Coopérative de coursiers à Vélo : <https://sicklo.fr/>

Partenaires locaux :

- Brin d'Grelinette - ateliers enfants : <https://www.brindgre.org/>
- Le Codase - association d'insertion socio-éducative : <https://codase.org/>
- Santé Diabète - animation sur l'équilibre alimentation : <https://santediabete.org/>
- Cuisine sans frontière - Ateliers cuisines : <http://www.cuisine-sans-frontieres.fr/>
- Synergie - chantiers éducatifs : <http://www.synergie-chantiers-educatifs.fr/>

Et pour illustrer ... Au Local en vidéo :

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/isere/grenoble/video-au-local-fait-promotion-du-manger-sain-local-quartiers-sud-grenoble-1885002.html>