



# DOSSIER DE PRESSE

andès

LES ÉPICERIES SOLIDAIRES

GroupesOS

## **CONTACT PRESSE**

---

**Christelle Perrin - Directrice du pôle réseau,  
programmes et communication**

[Christelle.perrin@Andes-france.com](mailto:Christelle.perrin@Andes-france.com)

06 27 61 72 30



# ÉDITO

Depuis plusieurs années, les crises se succèdent sans discontinuer : pandémie, guerre en Ukraine, inflation... Cette crise permanente affecte durablement les populations précaires, plus que jamais fragilisées dans leur capacité à répondre à leurs besoins les plus fondamentaux. Nous pouvons toutes et tous basculer dans la précarité. C'est pourquoi Andès se mobilise pour permettre à ceux qui en ont besoin un accès digne à une alimentation de qualité, variée et choisie et un accompagnement pour reprendre la main sur leur avenir.

Andès relève le défi de la lutte contre la précarité en accompagnant la création massive de nouvelles épiceries solidaires pour répondre à l'urgence des besoins, mais aussi en développant de nouvelles solutions d'approvisionnement de plus en plus locales et durables à l'heure des débats légitimes sur la démocratie alimentaire. Andès soutient le financement et la professionnalisation des épiceries solidaires, tout en innovant et en diversifiant plus que jamais les formats d'épiceries solidaires pour s'adapter aux attentes des bénéficiaires et des territoires.

L'association fédère désormais un réseau de 600 épiceries solidaires dans toute la France, accompagnant 230 000 bénéficiaires par an, ce qui en fait l'un des acteurs majeurs de la lutte contre la précarité alimentaire dans le pays. Tout porte à croire



**YANN  
AUGER**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ANDÈS

que ces chiffres sont, hélas (comme nous ne l'oublions jamais), appelés à poursuivre leur augmentation.

Dans ce contexte, il nous est apparu nécessaire de renforcer la lisibilité de nos actions, afin de mieux faire connaître nos dispositifs et nos engagements en faveur d'une forme d'aide alimentaire permettant de respecter la dignité et de restaurer le pouvoir d'agir des personnes concernées. C'est dans ce cadre que s'inscrivent les travaux réalisés autour de la marque : nouvelle identité, nouvelle plateforme de marque, nouvelle signature. La nouvelle identité d'Andès reflète directement les valeurs de respect, de partage, de proximité et d'agilité de l'association tout en étant fidèle à sa personnalité optimiste, chaleureuse, fédératrice et déterminée. Son déploiement, ainsi que l'ensemble des actions de communication qui l'accompagneront, visent à renforcer la notoriété des épiceries solidaires, susciter l'adhésion autour de ce dispositif innovant et ainsi encourager l'ensemble de nos parties prenantes, y compris le grand public, à les soutenir massivement de manière à

**NOURRIR, ENSEMBLE, LA SOLIDARITÉ.**

# SOMMAIRE



- P.6**    **CONSTAT SUR LA PRÉCARITÉ EN FRANCE**
- P.8**    **MANIFESTE**
- P.9**    **ANDÈS RENOUVELLE SON TERRITOIRE DE MARQUE**
- P.10**   **ANDÈS EN BREF**
- P.12**   **QU'EST-CE QU'UNE ÉPICERIE SOLIDAIRE ?**
- P.14**   **L'IMPACT DES ÉPICERIES SOLIDAIRES**
- P.15**   **TÉMOIGNAGE D'UNE BÉNÉFICIAIRE BÉNÉVOLE**
- P.16**   **LES PERSONNES ACCUEILLIES PAR LES ÉPICERIES SOLIDAIRES**
- P.17**   **TÉMOIGNAGES DE BÉNÉFICAIRES**
- P.18**   **LES PRODUITS DISTRIBUÉS**
- P.19**   **UNE ACTUALITÉ MAJEURE : L'EFFONDREMENT DES DONS ISSUS DE LA «RAMASSE»**
- P.20**   **LES CHANTIERS D'INSERTION**
- P.22**   **LES PERSONNES ACCOMPAGNÉES PAR LES ACI**
- P.23**   **INTERVIEW D'UNE ANCIENNE SALARIÉE EN INSERTION**

# CONSTAT sur la PRÉCARITÉ en FRANCE



**14%**

**DE LA POPULATION FRANÇAISE  
EST EN SITUATION DE PRIVATION  
MATÉRIELLE ET SOCIALE\***

*(n'étant pas en mesure de couvrir les dépenses liées à au moins cinq éléments de la vie courante parmi treize) :*

C'est, selon l'INSEE, la situation inédite à laquelle nous sommes confrontés depuis la création de l'indicateur en 2013. La forte inflation, à l'œuvre depuis l'entrée dans une ère « multi-crisis » dès 2020 et particulièrement forte sur les dépenses de première nécessité, en est une des raisons. À titre d'exemple, le prix du panier alimentaire type des Français a augmenté de 22,5% sur la période décembre 2021 - décembre 2023 \*\*, avec une concentration sur les « premiers prix » privilégiés par les budgets modestes .



## **AU-DELÀ DE LA PRIVATION : L'ABSENCE DE CHOIX, NOUVEAU VISAGE DE LA PRÉCARITÉ**

En ce qui concerne l'alimentation, il est important de souligner deux points :

**- 16% des Français souffrent désormais de précarité alimentaire.** Le phénomène

touche particulièrement les femmes, notamment les mamans solos, les jeunes, avec un rebond des difficultés (pertes d'emploi, isolement) lors de la crise du Covid-19, les retraités avec faibles retraites et les travailleurs modestes.

**- Au-delà de la privation, l'absence de choix est un nouveau marqueur de la précarité.** Poste de dépense modulable

par excellence, contrairement à d'autres dépenses courantes (loyer, abonnements...), l'alimentation est plus que jamais une variable d'ajustement pour de nombreux foyers. 45% des Français déclarent ainsi manger suffisamment mais ne pas pouvoir consommer ce qu'ils souhaitent : les situations « d'insuffisance alimentaire qualitative » sont en expansion.

Sources :

\* Étude INSEE 2022 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7651550>

\*\* étude réalisée par 60 millions de consommateur en 2023

Ces situations ne concernent pas que « les autres » : elles s'étendent progressivement aux populations aux revenus modestes, mais pleinement intégrées dans le tissu social.



**31%**

DES ACTIFS AVEC DES BAS SALAIRES SONT EN PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE\*\*\*

**42%**

NE PEUVENT PAS MANGER CE QU'ILS VEULENT



**13%**

DES CLASSES MOYENNES INFÉRIEURES SONT ÉGALEMENT EN SITUATION DE PRÉCARITÉ

**55%**

NE MANGENT PAS CE QU'ELLES VEULENT

Entre 2021 et 2023, les épiceries solidaires du réseau Andès, qui permettent aux personnes fragilisées de choisir leur panier d'achat contre une faible participation financière pour leur permettre d'éviter le basculement vers la grande précarité, ont ainsi accompagné 31 % de bénéficiaires supplémentaires : familles monoparentales, travailleurs précaires, étudiants, retraités... qui ne sont souvent pas habitués à demander une aide alimentaire.



### Faire face à la montée des besoins et à la baisse des ressources : une gageure pour les acteurs de l'aide alimentaire

En première ligne pour faire face à cette situation inédite, les structures de lutte contre la précarité alimentaire doivent travailler sur une ligne de crête. La baisse des dons de la grande distribution en quantité et en qualité (jusqu'à présent source non négligeable d'approvisionnement en produits frais), la hausse spectaculaire des prix d'achats et l'augmentation du nombre de bénéficiaires mettent à mal l'équilibre budgétaire de ces structures de proximité.



**38%**

DES ÉPICERIES SOLIDAIRES DU RÉSEAU ANDÈS DÉCLARAIENT DÈS FIN 2022 DEVOIR RÉDUIRE LES QUANTITÉS ET/OU LA QUALITÉ DES DENRÉES PROPOSÉES À LEURS BÉNÉFICIAIRES.

Et ce alors que les besoins explosent, comme en témoigne le développement rapide des épiceries solidaires. Fin 2023, le réseau des épiceries solidaires Andès comprenait 580 structures et atteindra 650 épiceries en 2024, soit plus de 270 000 personnes accompagnées chaque année, le tout dans un réseau regroupant plus de 10000 bénévoles et 1300 salariés. Une évolution qui appelle mécaniquement un financement structurel de long terme à l'échelle des besoins.

\*\*\* étude CREDOC « en forte hausse, la précarité alimentaire s'ajoute à d'autres fragilités » : <https://www.credoc.fr/publications/en-forte-hausse-la-precarite-alimentaire-sajoute-a-dautres-fragilites>

# MANIFESTE



## **DEPUIS PLUS DE VINGT ANS, NOUS SOMMES MOBILISÉS CONTRE LA PRÉCARITÉ.**

Et aujourd'hui, nous redoublons d'effort. Dans un monde où tout est plus fragile, incertain, nous pouvons toutes et tous être concernés. Nous pouvons tous basculer du jour au lendemain dans une situation de précarité, de privation pouvant porter atteinte à notre dignité.

Aujourd'hui, ce sont neuf millions de Français qui se privent, parfois renoncent.

Chaque année, des milliers de personnes arrivent à ce point de bascule.

Ces chiffres sont grands, trop grands. Même si la marche est haute, nous n'avons pas perdu notre détermination, ni notre énergie à redonner confiance, à aider chacun à reprendre la main sur son alimentation et son avenir.

Parce que chaque jour, nous développons un réseau où la solidarité et la convivialité nous guident et nous animent.

Une force collective qui donne accès à une alimentation de qualité, variée et choisie comme porte d'entrée pour renforcer le lien social dans des lieux conviviaux, pour reprendre confiance en soi et sortir des difficultés.

Un réseau qui accompagne celles et ceux qui en ont besoin, qui leur donne des moyens, des ressources pour redevenir acteur de leur avenir.

Un cercle vertueux et convivial qui accueille, écoute, partage sans jamais juger, sans jamais stigmatiser.

Une chaîne de solidarité qui avance, s'adapte aux besoins des individus et des territoires, s'engage à aller jusqu'au bout malgré les aléas.

Nous croyons en la formidable capacité de l'humain à rebondir.

À nous de l'entourer, de le soutenir et de le respecter.

À nous de l'aider à restaurer son autonomie et son pouvoir d'agir.

À nous de le nourrir aujourd'hui et demain.

## **ANDÈS, NOURRIR LA SOLIDARITÉ**

# ANDÈS RENOUVELLE son TERRITOIRE de MARQUE pour MIEUX RÉVÉLER ses ENGAGEMENTS



*L'association Andès fait évoluer son territoire de communication pour mieux refléter son engagement contre la précarité et en faveur d'une alimentation de qualité, variée et choisie. Celle-ci est un prérequis et une porte d'entrée pour reprendre confiance et restaurer le pouvoir d'agir des personnes concernées. Un engagement synthétisé dans une nouvelle identité visuelle et une signature de marque :*

**“NOURRIR LA SOLIDARITÉ”.**

Les récentes crises successives nous montrent que nous pouvons tous être concernés par des situations de privations qui portent atteinte à notre dignité.

L'association Andès est convaincue que lutter durablement contre ce fléau passe notamment par l'accès à une alimentation de qualité, variée et choisie, qui est à la fois un prérequis et une porte d'entrée pour reprendre confiance et restaurer le pouvoir d'agir des personnes concernées.

**Depuis sa création en 2000, Andès développe un réseau où la solidarité et la convivialité per-**

**mettent d'accompagner celles et ceux qui en ont besoin pour reprendre la main sur leur alimentation et leur avenir.** Pour renforcer sa lisibilité et mieux faire connaître ses engagements dans un écosystème de lutte contre la précarité alimentaire en pleine mutation, elle installe une nouvelle identité de marque et une signature : « Andès, nourrir la solidarité ». Andès souhaite ainsi mettre en exergue la grande chaîne de solidarité que constitue son réseau, dans laquelle chacun prend la place qu'il ou elle souhaite.

Fruit d'un travail de collaboration et de cocreation avec l'agence JUSTEMENT, cette nouvelle expression de marque doit permettre à Andès d'aligner sa notoriété sur son impact. Elle s'inscrit dans le cadre d'un travail de fond ayant également abouti à une plateforme de marque.

Les partis-pris graphiques de l'association s'appuient désormais sur un logo dynamique, optimiste et chaleureux, dans lequel **les épiceries solidaires s'incarnent par la présence du petit caddie spécifique à ces commerces solidaires de proximité.**



Les codes coloriels et graphiques apportent de la sympathie, de l'optimisme et incarnent les mots d'ordre de l'association : respecter la dignité, restaurer le pouvoir d'agir. Andès mène également un projet photographique au sein des épiceries solidaires de son réseau avec la photographe Isabelle Vieux, spécialisée dans la photographie documentaire sociale où le portrait occupe une place importante.

# ANDÈS en BREF

Aujourd'hui, neuf millions de Français sont en situation de privation matérielle et sociale et 16% sont concernés par la précarité alimentaire\*. Pour répondre à cette situation de crise, Andès (Association Nationale des Epiceries Solidaires) développe depuis plus de 20 ans **une nouvelle forme de lutte contre la précarité alimentaire favorisant l'accès digne à une alimentation de qualité, variée et choisie.**

Améliorer sa situation, recréer du lien, retrouver confiance en soi, se concentrer sur son projet personnel ou professionnel, et faire ses courses : en passant la porte d'une épicerie solidaire, les clients bénéficiaires accèdent à des produits de qualité, mais sont aussi épaulés par des équipes dédiées

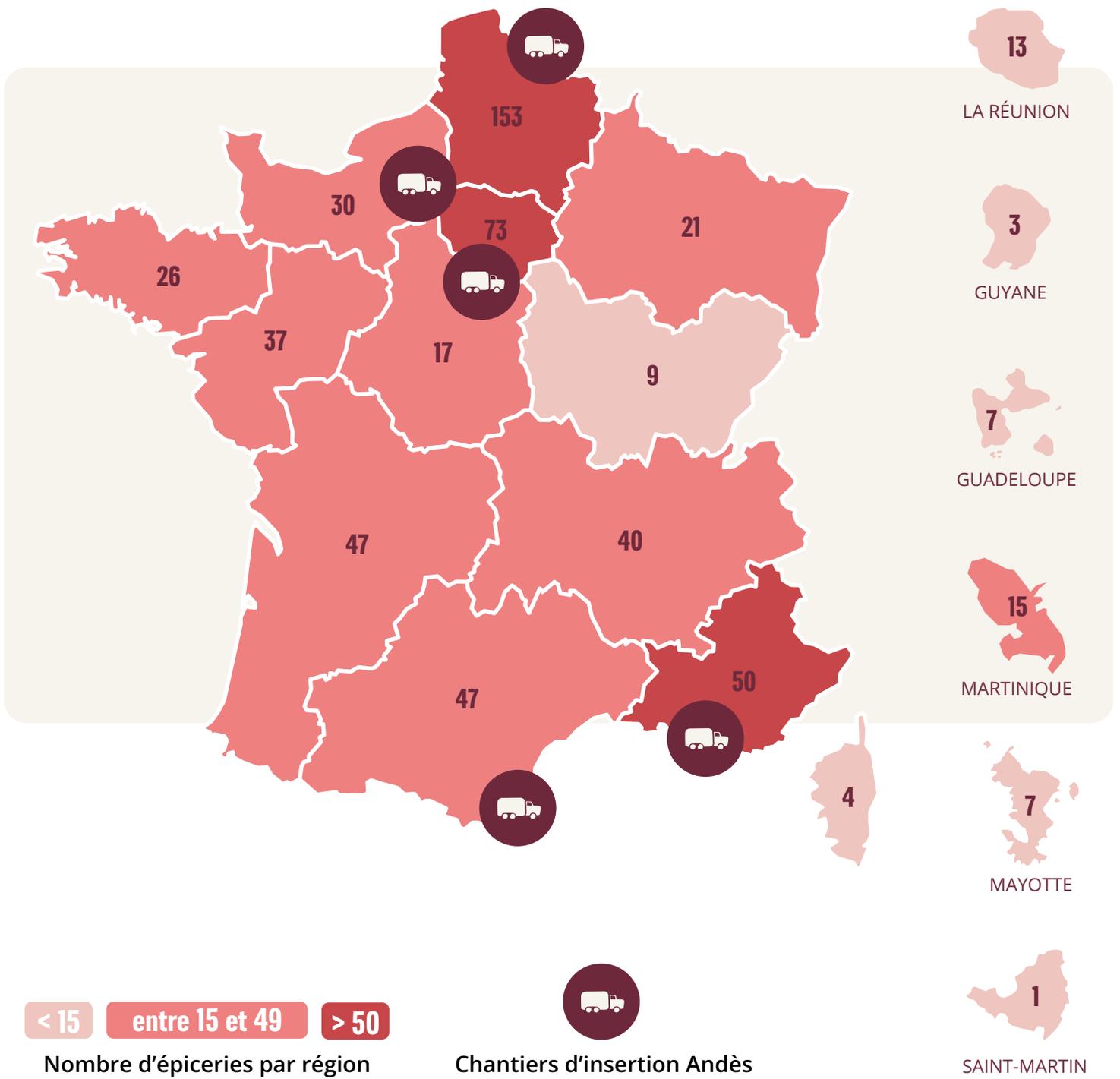


pour agir sur leur avenir. En fédérant un réseau de plus de 600 épicerie solidaire en France, **Andès crée des espaces de respiration qui permettent à chacun de rebondir et de continuer à avancer.**

Sources :  
\* Étude INSEE 2022

## DEPUIS SA CRÉATION EN 2000, ANDÈS SE DONNE POUR MISSION DE :

- 1** Fédérer un réseau et porter la voix des épicerie solidaire, en collaborant notamment avec les autres grands réseaux d'aide alimentaire, les institutions publiques et de nombreux partenaires pour participer à l'évolution des politiques d'aide alimentaire.
- 2** Accompagner la création d'épicerie solidaire afin de répondre massivement aux besoins, en tenant compte des spécificités locales de chaque projet.
- 3** Favoriser la professionnalisation des équipes, notamment au travers de formations, d'outils, du développement de partenariats et un appui opérationnel individuel et collectif.
- 4** Soutenir l'approvisionnement des épicerie solidaire, notamment en fruits et légumes frais, en s'appuyant entre autres sur les cinq chantiers d'insertion situés dans des marchés de gros. Ces structures favorisent ainsi l'insertion de personnes éloignées de l'emploi et luttent contre le gaspillage alimentaire.



## CHIFFRES CLÉS

**600 +**  
épiceries solidaires

**230 000 +**  
clients bénéficiaires par an

L'équivalent de  
**40 MILLIONS**  
de repas distribués par an

**5**  
chantiers d'insertion

**1300**  
salariés

**10 000**  
bénévoles

# qu'EST-CE qu'UNE ÉPICERIE SOLIDAIRE ?

## UNE AIDE ALIMENTAIRE QUI N'EN A PAS L'AIR

Une épicerie solidaire se présente comme un petit commerce ordinaire où les personnes en situation de précarité peuvent faire leurs courses et choisir leurs produits à un prix entre 10% à 30% de la valeur marchande. Les épiceries solidaires proposent des produits variés et de qualité : produits secs, fruits et légumes, produits frais, viandes, poissons, produits bio, locaux, du vrac... Mais aussi des produits d'hygiène, d'entretien de la maison ou du matériel de cuisine.



Crédit photo : David Buisine

## LA CHARTRE ANDÈS



CLIQUEZ  
ICI POUR :

DÉCOUVRIR L'ÉTUDE D'IMPACT  
DES ÉPICERIES SOLIDAIRES

## UN LIEU D'ÉCOUTE, CRÉATEUR DE LIEN SOCIAL

Les épiceries solidaires sont des espaces d'accueil, d'écoute et d'échange, où ont lieu de nombreuses activités créatrices de lien social qui permettent de mettre en valeur les compétences de chacun et de gagner en confiance en soi. Les clients bénéficiaires sont encouragés à jouer un rôle actif dans la vie de l'épicerie solidaire et dans les ateliers qui y sont organisés.

Les clients bénéficiaires sont orientés vers l'épicerie solidaire par des travailleurs sociaux et bénéficient d'un accompagnement personnalisé. Afin de favoriser le retour à l'autonomie, la durée d'accès à l'épicerie solidaire est limitée dans le temps. Elle se situe en moyenne entre 3 mois et 9 mois. L'accès à l'épicerie peut être renouvelé.

Les grands principes de fonctionnement des épiceries solidaires sont rassemblés dans la charte Andès. Gage de sérieux et de fiabilité pour tous les partenaires, elle garantit notamment l'accès à une alimentation de qualité et l'accompagnement social des clients bénéficiaires.

Andès a participé à l'élaboration de la charte nationale des épiceries sociales et solidaires. Fruit d'une collaboration entre tous les acteurs du secteur, cette charte pose une définition partagée et officielle des épiceries sociales et/ou solidaires. Le réseau Andès est le premier à avoir obtenu l'équivalence des chartes.



Crédit photo : David Buisine

## LES ENGAGEMENTS DES ÉPICERIES SOLIDAIRES



**DES PRODUITS DE QUALITÉ,  
VARIÉS, ET EN LIBRE-SERVICE  
POUR DONNER DU CHOIX**

**UNE PARTICIPATION FINANCIÈRE  
POUR PRÉSERVER LA DIGNITÉ**



**UN ACCOMPAGNEMENT SOCIAL  
PERSONNALISÉ POUR UNE INSERTION  
DURABLE**

**UN ESPACE CONVIVIAL ET DES ACTIVITÉS  
POUR CRÉER DU LIEN SOCIAL  
ET RENFORCER L'ESTIME DE SOI**

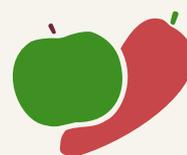


**L'IMPLICATION DES CLIENTS BÉNÉFICIAIRES  
DANS LES PROJETS DES ÉPICERIES POUR  
ÊTRE AU PLUS PRÈS DE LEURS ATTENTES**

# L'IMPACT des ÉPICERIES SOLIDAIRES

## ACCÈS À UNE ALIMENTATION DE QUALITÉ ET DIVERSIFIÉE

**89%** des bénéficiaires disent avoir une  
alimentation de meilleure qualité



## AMÉLIORATION DE L'ACCÈS AUX DROITS ET À L'INFORMATION

**80%** des bénéficiaires comprennent mieux  
les droits et aides qu'ils peuvent solliciter

## RENFORCEMENT DU LIEN SOCIAL ET SORTIE DE L'ISOLEMENT

**86%** des bénéficiaires  
se sentent moins isolés



## AMÉLIORATION DE L'ESTIME DE SOI, DE L'AUTONOMIE ET DU POUVOIR D'AGIR

**69%** des bénéficiaires ont + confiance en eux  
grâce aux ateliers proposés

## RENFORCEMENT DE LA CAPACITÉ À SURMONER LES DIFFICULTÉS FINANCIÈRES

**93%** des bénéficiaires ont pu régler  
certaines de leurs difficultés financières



DÉCOUVRIR  
L'ÉTUDE D'IMPACT  
DES ÉPICERIES SOLIDAIRES





# TÉMOIGNAGE d'une BÉNÉFICIAIRE BÉNÉVOLE

« J'ai connu l'épicerie solidaire dans des moments très durs après le décès de mon mari. Toutes mes allocations liées à cet événement (veuvage, enfants, etc) étaient bloquées. Cela m'a mis dans une situation financière très compliquée.

J'étais cliente de l'épicerie solidaire pendant 8 mois en 2023 et j'ai vécu une expérience très touchante. Déjà, j'ai pu garantir une alimentation correcte pour mes enfants. On a le choix de prendre ce qu'on aime, on trouve des produits variés pour manger équilibré, des produits d'hygiène et même des jouets pour continuer à leur faire des cadeaux. A l'épicerie, on paye un prix symbolique pour faire ses courses. C'est pas beaucoup mais ça change tout ! Je préfère payer plutôt que de prendre sans donner.

Et puis, on trouve beaucoup de soutien à l'épicerie dans des périodes difficiles comme celle-ci. On rencontre parfois des personnes qui ont vécu

la même chose que nous, on crée des liens d'amitié. L'équipe organise aussi des visites dans les maisons de seniors pour leur tenir compagnie le temps d'un café ou d'un atelier cuisine. J'y vais souvent avec mes enfants, ça leur permet d'avoir une représentation des grands-parents qu'ils n'ont pas ici.

J'ai aussi participé aux ateliers "estime de soi au féminin", ça m'a reboostée. J'ai perdu du poids et je me suis même fait un petit relooking !

Aujourd'hui, ça va mieux, les économies réalisées sur la nourriture grâce à l'épicerie m'ont servi à payer mes dettes. Je suis maintenant bénévole dans l'épicerie pour aider à mon tour comme on a pu m'aider et je suis à la recherche d'un emploi qui pourrait s'adapter à ma situation familiale pour continuer d'élever mes enfants en étant seule. »

**HANAN M.**

38 ANS, MÈRE DE 3 ENFANTS

« Madame M. a pu accéder à l'épicerie solidaire peu de temps après le décès de son mari des suites d'une longue maladie. Lorsque nous l'avons rencontrée pour la première fois, elle était éteinte, triste, découragée et fatiguée d'avoir géré la maladie de son mari durant 6 années. À l'épicerie, elle a participé aux ateliers « Estime de soi au féminin » et aux ateliers cuisine et s'est beaucoup investie dans la vie de l'épicerie. Elle est aujourd'hui bénévole, ce qui lui permet de renouer contact avec le monde du travail. Elle a aujourd'hui totalement changé, elle est enjouée et positive ! »

**FRANÇOISE FOULON**

ÉPICERIE SOLIDAIRE PORTÉE PAR LE CCAS  
DE VILLENEUVE-SAINT-GEORGES (94)



# les PERSONNES ACCUEILLIES par les ÉPICERIES SOLIDAIRES

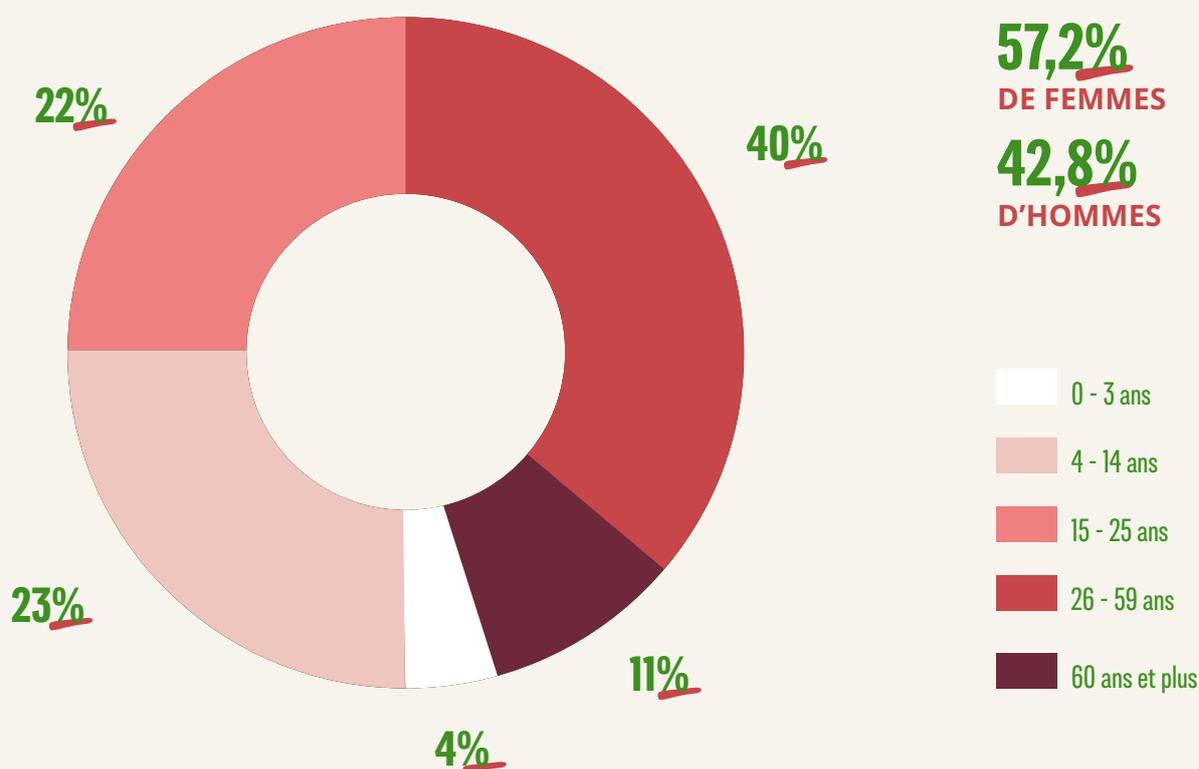


## LA SITUATION DES CLIENTS BÉNÉFICIAIRES

Les clients bénéficiaires des épiceries solidaires sont principalement des travailleurs aux revenus modestes, des familles monoparentales, des étudiants, des personnes âgées aux petites retraites.

Souvent, une maladie, une séparation ou un accident de la vie suffit à déstabiliser l'équilibre budgétaire précaire des ménages. Les épiceries solidaires permettent d'éviter qu'ils basculent dans des situations de grande précarité.

## RÉPARTITION PAR ÂGE



## LES CRITÈRES D'ACCÈS À UNE ÉPICERIE SOLIDAIRE

- 1 Être en situation de vulnérabilité économique et sociale. Les épiceries solidaires définissent généralement un seuil de « reste à vivre » c'est-à-dire le montant par jour par personne qui peut être consacré à l'alimentation.
- 2 Généralement, être domicilié dans la ville dans laquelle l'épicerie solidaire est implantée à l'exception des épiceries itinérantes et des épiceries portées par plusieurs communes.
- 3 Le plus souvent, avoir défini un projet personnel qui sera réalisé durant la période d'accès à l'épicerie solidaire avec l'aide des équipes de l'épicerie solidaire, par exemple régler des factures impayées, faire réparer sa voiture, etc.

# TÉMOIGNAGES de BÉNÉFICIAIRES

« J'ai travaillé toute ma vie sur les marchés pour la partie boucherie, je coupais de la viande tous les jours. Résultat, j'ai eu l'épaule droite très endommagée et j'ai dû m'arrêter de travailler à 50 ans pour maladie professionnelle. A part ça j'étais encore en pleine forme alors je me suis rapprochée de Pôle Emploi en tant que personne handicapée mais on ne m'a jamais proposé de travail. J'étais au RSA, je touchais 500€ par mois. Depuis quelques mois, j'ai enfin une retraite de 1 100€ par mois mais je dois payer mes dettes sur mes loyers en retard. J'ai eu la chance d'accéder à l'épicerie solidaire et j'en suis très satisfaite. Je suis toujours contente de ce que je peux trouver en faisant mes courses. Je préfère payer quelques euros et avoir le choix plutôt que l'on me donne de la nourriture. »

**ANNETTE B.**  
RETRAITÉE

« Lors de ma séparation et après avoir contracté des dettes pour ma belle-famille, ça a commencé à devenir difficile financièrement car je devais subvenir seule aux besoins de mes 3 enfants. Sincèrement, je ne pensais pas pouvoir prétendre à l'aide de l'épicerie solidaire puisque j'avais un travail à la SNCF et je complétais avec un emploi auprès des enfants polyhandicapés de temps en temps. Cela fait 1 an que je suis cliente bénéficiaire de l'épicerie, par intermittence. Ma situation s'est un peu améliorée, je rembourse mes dettes au fur et à mesure. Entretemps, j'ai changé de travail car j'ai

eu une promotion qui inclut une formation. Je suis un peu moins payée pour le moment mais cela va changer à la rentrée quand j'aurai passé mon examen pour obtenir un statut cadre à la SNCF. On a un vrai lien social avec l'équipe qui est très bienveillante. Par exemple, à Noël, nous avons pu participer à une fête tous ensemble. L'équipe a offert des cadeaux aux enfants et aux familles monoparentales. Elle nous transmet également des bons plans pour des sorties gratuites, c'est super pour les enfants. »

**JENNIFER J.**  
SALARIÉE - 38 ANS

# les PRODUITS DISTRIBUÉS dans les ÉPICERIES SOLIDAIRES

**18 140**

TONNES DE DENRÉES ONT ÉTÉ DISTRIBUÉES PAR LE RÉSEAU ANDÈS

L'ÉQUIVALENT DE PRÈS DE

**36 MILLIONS**

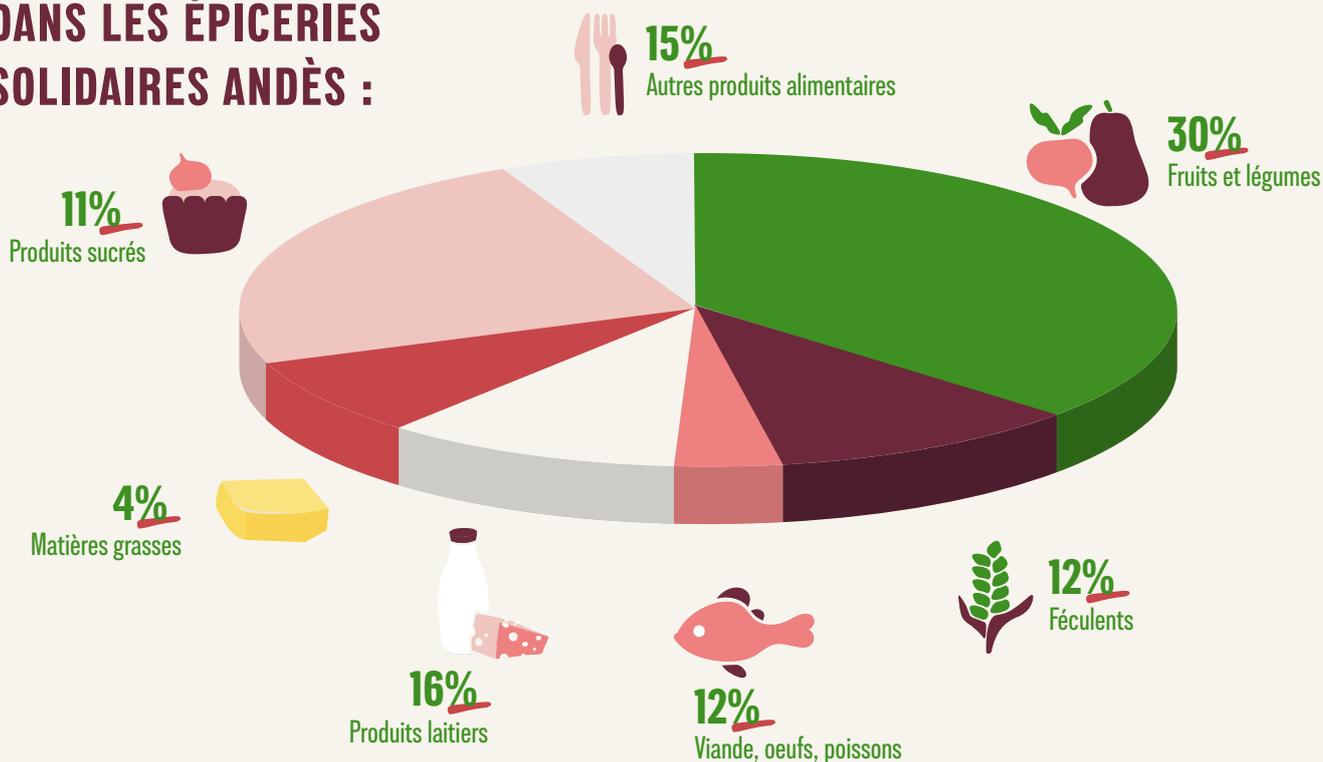
DE REPAS

Dans les épiceries solidaires, des denrées variées sont proposées : produits secs, fruits et légumes, produits frais, viandes, poissons... Les modèles d'approvisionnement peuvent être très variés mais en moyenne 60% sont issus de dons de magasins, d'industriels, de grossistes, de partenaires solidaires ou de particuliers. Le reste est acheté pour compléter l'approvisionnement et proposer un assortiment complet, notamment grâce à une enveloppe financière attribuée par l'État pour soutenir ces achats.

Les produits distribués dans les épiceries solidaires se caractérisent par une forte proportion de fruits et légumes frais, notamment grâce au travail d'approvisionnement des chantiers d'insertion d'Andès. Andès gère en effet 5 chantiers d'insertion implantés dans les marchés de gros de Rungis, Lille, Rouen, Marseille et Perpignan.

Tout au long de l'année, les équipes des chantiers d'insertion récupèrent des fruits et légumes auprès des grossistes et des produits des partenaires d'Andès, les trient, préparent les commandes, puis assurent la livraison aux épiceries solidaires du réseau Andès ou à d'autres structures d'aide alimentaire.

## LES PRODUITS DISTRIBUÉS DANS LES ÉPICERIES SOLIDAIRES ANDÈS :



Source : statistiques issues de 501 épiceries solidaires du réseau Andès

# L'EFFONDREMENT des DONS ISSUS de la « RAMASSE » : un ÉLÉMENT CLÉ de BILAN 2023 du RÉSEAU DES ÉPICERIES SOLIDAIRES ANDÈS

Avec **une baisse de 29% en volume entre 2022 et 2023 sur les 557 épicerie analysées du réseau**, le réseau des épicerie solidaire Andès révèle un effondrement de la quantité des dons issus de la « ramasse » en 2023. Sur l'année passée, ces dons de produit invendus de la grande distribution ont été ramenés **à 22% de l'approvisionnement des épicerie solidaire, contre 35% en 2022**.

Dates de consommation ultra courtes, produit ultra transformé : à ce constat s'ajoute un bilan qualitatif, également à la baisse quant à l'état et la fraîcheur des produit donné, mais aussi de la dimension de choix, les produit reçu par les épicerie solidaire n'étant pas toujours ceux recherchés par leurs client bénéficiaire.

## UN BILAN INÉDIT, QUI CONFIRME LES RETOURS DE TERRAIN ET IMPOSE UN CHANGEMENT DE MODÈLE

En dépit des constat de terrain, il était jusqu'à présent difficile de dégager une tendance nationale sur l'évolution à la baisse des « ramasses », notamment du fait de situation locale très contrastées. Partie pour s'inscrire sur le long terme, cette baisse des dons, qui représentaient jusqu'alors une source intéressante de produit frais, constitue une menace pour l'équilibre financier des épicerie solidaire. Pour continuer à répondre aux besoin croissant de leurs bénéficiaire, ces dernière compensent les pertes par des achat, avec des prix en hausse en raison de l'inflation.

La baisse des invendus en grande distribution résulte en partie d'une meilleure maîtrise des stock. Elle constitue une bonne nouvelle dans une optique de lutte contre le gaspillage alimentaire, mais impose de découpler lutte contre le gaspillage et lutte contre la précarité alimentaire, qui avancent de pair depuis de nombreuses années mais poursuivent des objectif différent. Pour permettre de maîtriser les quantité et la qualité des produit distribués, les épicerie solidaire doivent désormais développer de nouvelles forme de collaboration et d'engagement avec la grande distribution.

## VERS DES MODALITÉS DE COLLABORATION RENOUVELÉES

La grande distribution continuera à constituer un maillon essentiel dans l'approvisionnement des acteurs de l'aide alimentaire. Le réseau Andès expérimente déjà des forme de collaboration variées avec la grande distribution. En complément des « ramasses », il propose d'étendre et de renforcer à l'échelle du territoire :

- La Grande Collecte annuelle de denrées auprès des client, au profit des épicerie solidaire ;
- Des collectes régulières en magasin avec abondement du magasin en denrées alimentaire ou en numérique ;
- Des campagne annuelle d'arrondi en caisse ;
- Des condition d'achat solidaire pour les épicerie du réseau ;
- Des contrôle renforcés pour assurer la qualité des dons issus d'invendus.

# les CHANTIERS d'INSERTION

## DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS POUR L'AIDE ALIMENTAIRE

Andès gère 5 ateliers chantiers d'insertion (ACI) implantés dans les marchés de gros de Rungis, Lille, Marseille, Perpignan et Rouen. Ces plateformes fournissent en fruits et légumes frais et autres denrées les épiceries solidaires du réseau Andès, mais aussi d'autres structures d'aide alimentaire tout en permettant à des personnes éloignées de l'emploi de se former et de travailler.



## LES OBJECTIFS DES CHANTIERS D'INSERTION



- 1 Améliorer l'alimentation des populations fragilisées en rendant les fruits et légumes frais accessibles
- 2 Favoriser l'insertion professionnelle de personnes éloignées de l'emploi
- 3 Lutter contre le gaspillage alimentaire

## LE VOLUME DE DENRÉES DISTRIBUÉES PAR LES CHANTIERS D'INSERTION CONTINUE SA FORTE PROGRESSION, DÉMONTRANT UNE DEMANDE IMPORTANTE DES ASSOCIATIONS D'AIDE ALIMENTAIRE



TONNES DE PRODUITS DISTRIBUÉS PAR LES CHANTIERS D'INSERTION ANDÈS

**5 185**

TONNES DE DENRÉES DISTRIBUÉES

L'ÉQUIVALENT DE PLUS DE

**10 MILLIONS**

DE REPAS



**4 318**

TONNES DE FRUITS ET LÉGUMES INVENDUES ET RÉCUPÉRÉES DONT



**1 275**

TONNES DE FRUITS ET LÉGUMES VALORISÉES ET LIVRÉES APRÈS LE TRI



**238**

PERSONNES ACCOMPAGNÉES



**475**

ASSOCIATIONS D'AIDE ALIMENTAIRE LIVRÉES

DONT **237**

ÉPICERIES SOLIDAIRES ANDÈS



**105**

DONATEURS RÉGULIERS

# Les PERSONNES ACCOMPAGNÉES par les ACI

## PROFIL DES SALARIÉS EN INSERTION

**77%**  
d'hommes

**23%**  
de femmes

26-50 ans  
**56%**

Moins de 26 ans  
**19%**

Plus de 50 ans  
**24%**

**71%**

des salariés en insertion étaient des anciens chômeurs de longue durée

**68%**

des personnes ayant quitté les chantiers d'insertion d'Andès en 2023 ont trouvé un emploi ou une formation



# INTERVIEW de KHAOULA HADFI ANCIENNE SALARIÉE en INSERTION à RUNGIS

**Peux-tu te présenter en quelques mots ? Quel est ton parcours ?**

Je m'appelle Khaoula, je suis arrivée en France en 2016 pour suivre les activités professionnelles de mon mari. J'occupais avant un poste de technicienne support qualité dans le textile mais ce métier n'existait quasiment pas ici. C'était difficile de trouver un travail car je n'avais pas de mode de garde pour mon enfant. On m'a proposé le RSA mais je n'en voulais pas. Je voulais travailler ! J'ai commencé des petites missions, mais rien de pérenne. C'est à ce moment-là qu'une connaissance m'a présenté Sophie, une accompagnatrice socioprofessionnelle du chantier d'insertion Andès à Rungis.



**Comment s'est déroulée ton expérience chez Andès ? Qu'est-ce que cela t'a apporté ?**

Je suis arrivée en 2021 chez Andès, j'y suis restée 8 mois. J'ai commencé à m'occuper du tri des fruits et légumes puis de la préparation de commandes pour les épiceries mais aussi pour d'autres structures d'aide alimentaire. Cette mission me tenait à coeur car je savais à qui étaient destinés ces produits, ayant bénéficié moi-même de cette aide alimentaire.

**HUMAINEMENT, ANDÈS ÉTAIT UN VRAI REFUGE. ON TRAVAILLE MAIS ON DISCUTE AUSSI, ON PLAISANTE. IL Y AVAIT TOUJOURS DE L'ÉCOUTE.**



J'avais comme projet de faire un CAP Petite Enfance. Mais après l'obtention du certificat de conduite pour les engins électriques, je me suis dit "pourquoi pas m'orienter vers la logistique ?". Grâce à Andès et son équipe, j'ai pu obtenir un CDI chez leur partenaire Carniato en tant que manutentionnaire et gestionnaire de stock. Tout se passe très bien. Je suis désormais ambassadrice Andès chez Carniato, ça me permet de revoir les équipes et d'accompagner d'autres salariés qui pourraient trouver un poste dans cette entreprise.

# une ASSOCIATION du GROUPE SOS

Le Groupe SOS, fondé en 1984 pendant les « années sida », est un **acteur associatif majeur de la cohésion sociale, en France et dans le monde.**

Le Groupe SOS intervient principalement dans les champs **de la solidarité, de la jeunesse, de la santé et des seniors**, en gérant des établissements destinés aux personnes marginalisées, ainsi que des crèches, hôpitaux et Ehpad associatifs ouverts à toutes et tous, guidé par **la conviction que ces domaines ne doivent pas être motivés par le profit.**

Conscient que les exclusions prennent diverses formes, le Groupe SOS agit également dans les domaines **de la transition écologique, des exclusions territoriales, des commerces durables et de la culture pour toutes et tous.**

Le Groupe SOS occupe également une position de premier plan dans le **domaine de l'insertion par l'emploi.** Il offre une opportunité aux personnes en situation de précarité en leur permettant d'accéder à un contrat ou à une formation au sein de ses structures.

Fort de 22 000 salarié·e·s et de son expertise de terrain, **le Groupe SOS prend régulièrement position** sur des sujets sociaux et environnementaux.

Il n'existe pas, à ce stade, d'associations comparables en termes de taille, de portée et de diversité d'interventions.

**GroupeSOS**  
Entreprendre au profit de tous

## **CONTACT PRESSE**

---

**Christelle Perrin - Directrice du pôle réseau,  
programmes et communication**

[Christelle.perrin@Andes-france.com](mailto:Christelle.perrin@Andes-france.com)

06 27 61 72 30



## **RESTONS CONNECTÉS !**

---

**102C rue Amelot  
75011 Paris  
[new.andes-france.com](http://new.andes-france.com)**

