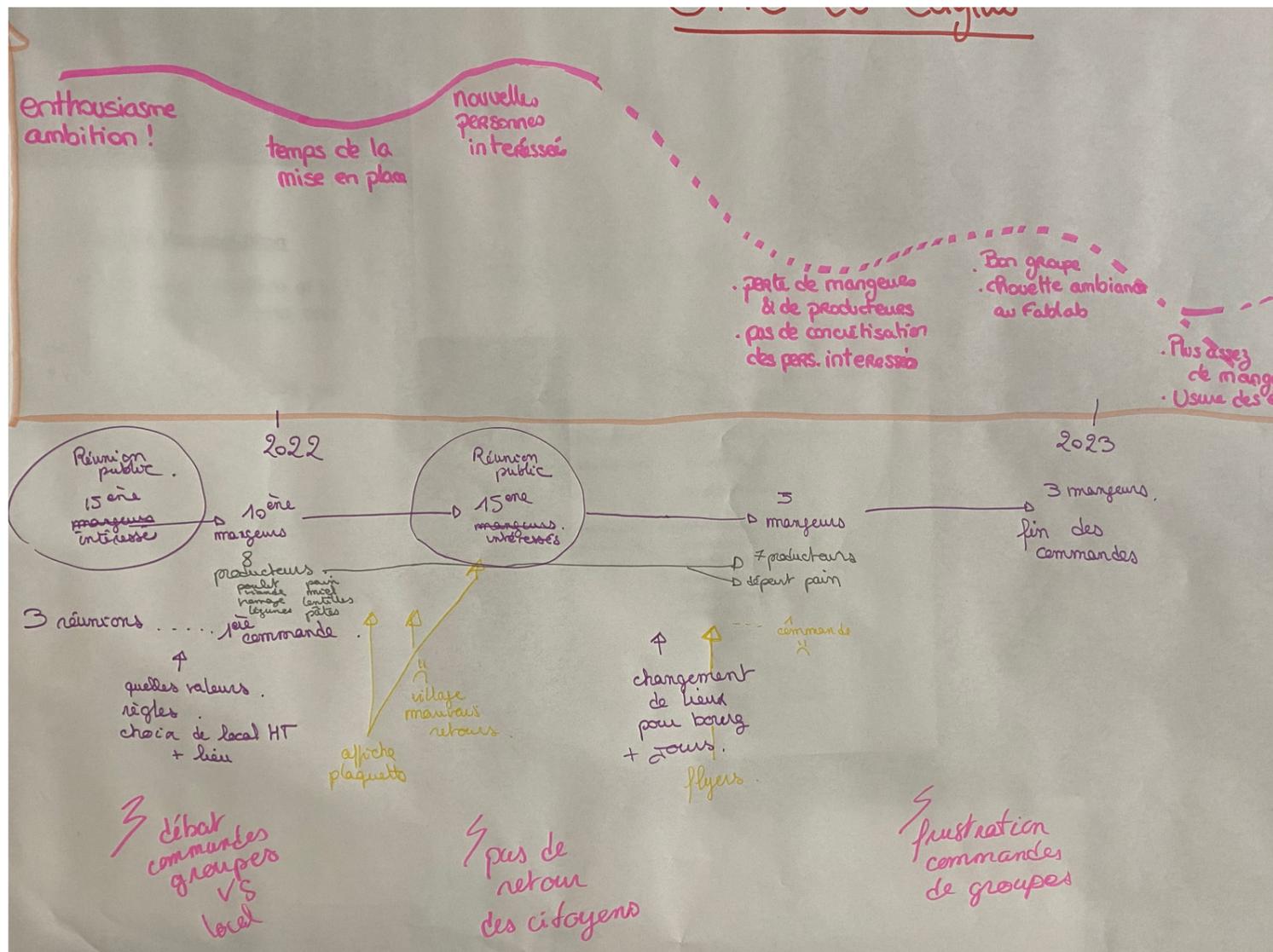




Le GAC de Caylus a été formé suite à la réunion d'essaimage des dispositifs GAC, organisée par le CIVAM Semilles et l'ADEAR 82 en décembre 2021. Suite à cette réunion, un petit groupe de 7 mangeurs et producteurs se sont réunis pour lancer le projet de création d'un GAC sur Caylus. Deux réunions grands publics ont été réalisées, dans la salle des associations de Caylus et à la brasserie "La Cabane" pour élargir la dynamique. Après quelques rencontres visant à définir le fonctionnement du groupe et la recherche d'une dizaine de producteurs, les premières commandes sont lancées trois mois plus tard.



### Le GAC de Caylus en chiffres

- **Nombre de mangeurs :** Entre 5 et 8 foyers selon la période.
- **Nombre de producteurs :** Entre 8 et 12 producteurs selon la période.
- **Type de produits :** légumes, champignons, pain, miel et produits à base de miel, spiruline, sirops, tisanes, gomasio, bières, colis de viandes (chevreaux, agneaux, bovins, porcs), poulet, fromages de chèvre, lentille, œufs (occasionnels), pâtes, café.

### Gouvernance

- **Structuration :** Groupe informel
- **Charte de fonctionnement :** Compte-Rendu de réunions non formalisés en charte. Formalisation de "principes fondamentaux".
- **Fréquence des réunions :** Au démarrage, tous les mois. Puis, tous les trimestre.
- **Rôles et missions :** Missions thématiques (1 responsable communication, 1 responsable mails/ inscription) ; Chaque mangeur est "réfèrent producteur", ce qui consiste à gérer la livraison et le paiement ; Les mangeurs font les permanences à tour de rôle.

### Evolution des modalités de fonctionnement

- **Prises de commandes :** Les prise de commandes sont faites sur le site local.ht, deux jours en amont de la distribution. Un mail de rappel est envoyé automatiquement par la plateforme.
- **Des livraisons :** Les livraisons sont faites par les mangeurs par défaut, sauf arrangement avec le producteur (fromage, légumes, pain, viande).
- **De la distribution :** Les distributions sont planifiées et réalisées par les mangeurs. Les fréquence est d'abord de manière hebdomadaires, puis bimensuelle suite à la baisse d'activité.
- **Des paiements :** Les paiement sont réalisés en liquide. Les enveloppes producteurs sont données en main propre par le "réfèrent producteur" la semaine suivante.

## GAC DE CAYLUS

### Faiblesses

- La présence de marchés dynamiques, considérés comme lieux de sociabilité et proposant des produits frais similaires, ne favorise pas l'intérêt des consommateurs de produits bio et locaux.
- Selon certains témoignages, les produits proposés ont un tarif trop élevé comparativement aux habitudes de consommation des habitants du village.
- Les modalités de commandes et de distribution sont perçues comme contraignantes pour les consommateurs (informatique, heure fixe, etc.)
- A la création du GAC a été motivé par des associations extérieures. Les citoyens intéressés étaient peu implantés dans le village. Les liens entre ce petit groupe de personnes ont créé un effet club.

### Forces

- Membres impliqués dans associations locales (CPIE, ADEAR, Fablab Origami) = Accès à un réseau de producteurs et à un local facilité.
- Diversité des productions présentes dans le GAC.
- Gestion et permanence bien réparties entre les mangeurs (tous bénévoles).
- Expérience des GAC du territoire = Facilité de mise en fonctionnement (local.ht, charte, etc.)

### Opportunités

- Développer les commandes de produits secs ou non locaux (agrumes) en lien avec les autres GAC du territoire.
- Mise en place de paniers suspendus ou d'une gamme de produits non locaux type "banque alimentaire"
- Intégration d'autres réseaux associatifs locaux (comité des fêtes, etc.)

### Menaces

- Besoin d'un nombre de produits minimum pour éviter la multiplication des lieux d'achat en zone rurale (marché, magasin, GAC, etc.).
- La faible mobilisation favorise un "effet club" autour d'un petit nombre. Ce phénomène accentue "l'entre-soi" et diminue la résilience aux événements (départ pour raisons extérieures).
- Le manque de mobilisation des mangeurs entraîne une concentration des tâches sur un petit nombre de participants. Cette astreinte accentue la démobilité.
- Difficultés à maintenir un nombre de produits stable suite à la démobilité des mangeurs.

## Conclusion

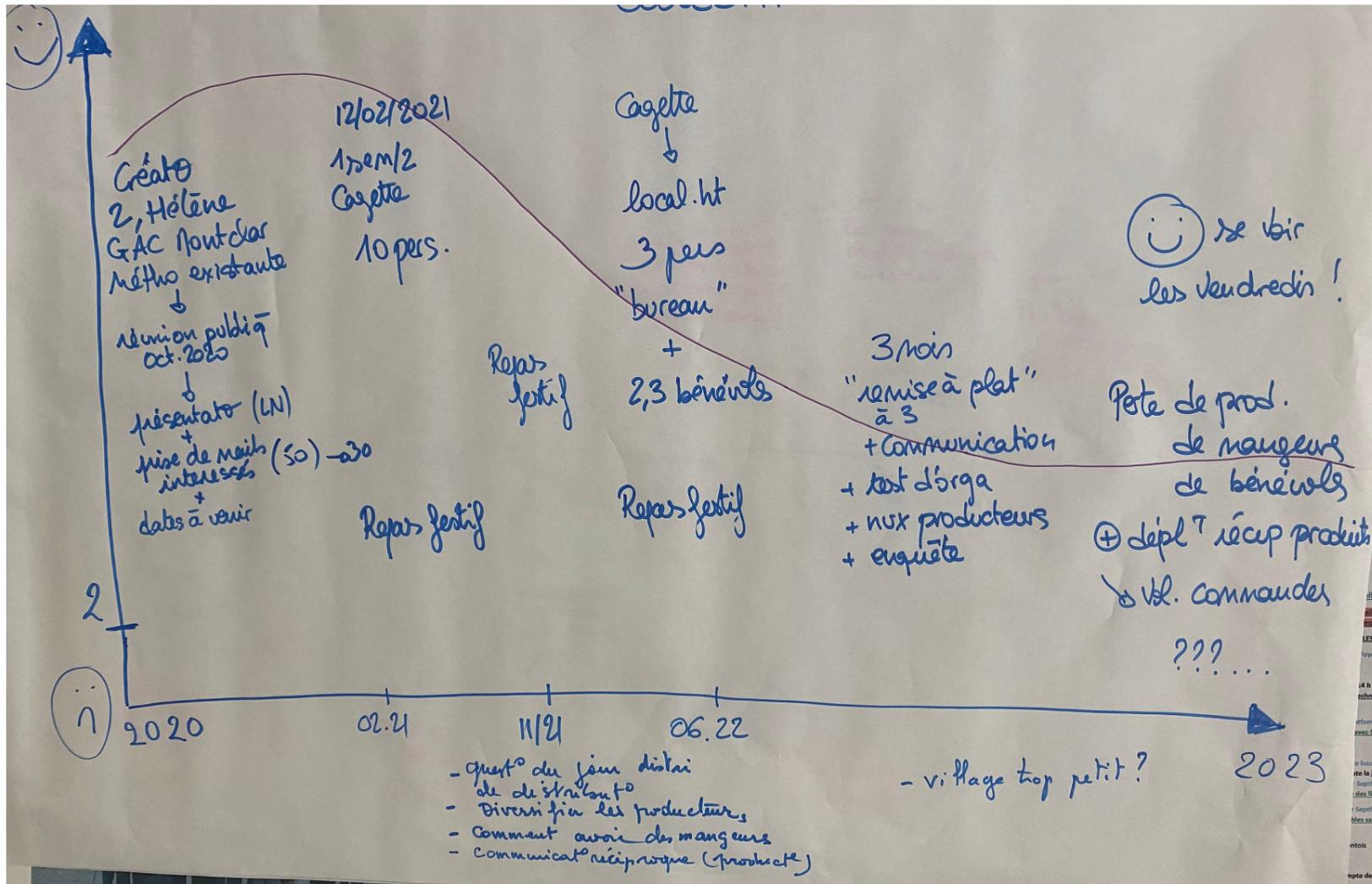
Le GAC de Caylus a stoppé son activité en décembre 2022 malgré un fonctionnement relativement établi et une large gamme de produits. Son arrêt a été motivé par un nombre trop faible de foyers de mangeurs (3) pour maintenir une telle organisation.

Le témoignage montre que les mangeurs de Caylus ont réalisé plusieurs réunions publiques (3), une distribution de flyers dans les boîtes aux lettres et des communications sur les réseaux sociaux. Pour autant, la mobilisation n'a jamais permis de dépasser plus de 8 foyers de mangeurs. Si la convivialité des rencontres a permis de faire perdurer la démarche sur une année. Les résultats n'ont pas été assez engageants pour convaincre les foyers restants de la maintenir, à l'inverse du GAC de Bruniquel qui a connu la même dynamique.

Différents éléments ont été mis en lumière pour expliquer ce manque de mobilisation : 1. La présence de marchés fréquentés ; 2. Le coût des denrées ; 3. Le manque d'implantation locale des mangeurs à l'initiative du GAC. Dans ce cas de figure, il semblerait que la création du GAC relève plus d'une démarche militante que d'une réponse à un réel besoin local.

## GAC LES CROQUANT.E.S DE BEAUREGARD

Lancée pendant le confinement par deux collègues, le GAC de Beauregard se concrétise avec l'appui du CIVAM Semaille et du livret mis en place dans le cadre du PAT Pays Midi Quercy. Une réunion publique est mise en place réunissant un grand nombre d'habitants des communes de Limogne et Beauregard. Une partie des anciens expriment leurs craintes face à cette initiatives qui pourrait nuire à la fréquentation du marché local. Afin de proposer une offre complémentaire au marché, le choix d'une gamme de produits bio est statué. Suite à cette réunion, les organisatrices reçoivent 50 soutiens. La distribution débute en janvier 2021 avec 20 commandes.



### Le GAC de Beauregard en chiffres

- **Nombre de mangeurs** : Entre 5 et 20 foyers selon la période.
- **Nombre de producteurs** : 19 producteurs, commande de gros et ponctuelles
- **Type de produits** : légumes, pains, fromages, vins, œufs, plants, bières, tisanes, viande, épices. A l'occasion : pâtes, sec, huile d'olive, sucre, spiruline, fruits, miels

### Gouvernance

- **Structuration** : Groupe informel
- **Charte de fonctionnement** : nr.
- **Fréquence des réunions** : nr.
- **Rôles et missions** : La coordination du GAC est assurée par un petit noyau de personnes (3-4 personnes), officialisé comme "bureau" en 2022. Un second cercle de bénévoles appuie la démarche en participant aux livraisons et aux distributions. Les autres membres sont de simples consommateurs.

### Evolution des modalités de fonctionnement

- **Prises de commandes** : Site cagette, puis sur local.ht. Un mail de rappel est envoyé automatiquement par la plateforme.
- **Des livraisons** : Elles sont d'abord assurées par les producteurs. Mais suite à une baisse des volumes de commandes, les mangeurs prennent en charge une partie des livraisons.
- **De la distribution** : Les distributions sont planifiées et réalisées par les mangeurs. La fréquence était d'abord de manière bimensuelle, puis hebdomadaire pour simplifier la compréhension.
- **Des paiements** : Les paiements sont réalisés en liquide. Les enveloppes producteurs sont données en main propre la semaine suivante.

## GAC LES CROQUANT.E.S DE BEAUREGARD

### Forces

- Une dynamique endogène, mise en place par des citoyens.
- Une initiative mobilisatrice dans le cadre des périodes de crises covid (porteuse de temps de convivialité, temps pour cuisiner, soutien aux "premiers de cordées", etc.)
- Un choix de produits complémentaires au marché de plein vent local (produits conventionnels). Dans ces conditions de "non concurrence", pas d'opposition directe des habitants.
- Nombre suffisant de mangeurs au démarrage de l'initiative pour proposer une large gamme de produits livrés sur place.
- Lieu de convivialité (facteur de résilience)

### Faiblesses

- Faible nombre de bénévoles au regard du nombre de mangeurs. Fatigue des bénévoles.
- **Lieu de distribution chez une des mangeuse.**
- Désintérêt de la population locale hors période covid (café réouverts, habitudes de consommation reprises). QUID des besoins ?

### Opportunités

- Développer les commandes de produits secs ou non locaux en lien avec avec ActiBio ou une boutique de VRAC.
- Contrairement à d'autres zones rurales, les lieux de convivialité reste peu important et peu diversifié. La mise en place d'un café associatif pourrait répondre aux envies de convivialité, sans "l'effet club" d'une distribution chez un particulier.
- Communication : A qui ?

### Menaces

- Désengagement des consommateurs quant trop de bouleversements.
- Le manque de mobilisation des mangeurs entraine une concentration des tâches sur un petit nombre de participants. Cette astreinte est dans ce cas accentuée par l'organisation initiale à "plusieurs cercles".
- Des débats sur l'accessibilité des produits ont été engagés, notamment dans le cadre des commandes de gros.
- La faible mobilisation favorise un "effet club" autour d'un petit nombre. Si le café associatif serait une opportunité, les initiateurs de la démarche sont préoccupés par l'acceptation de cette démarche par les habitants.

### Conclusion

Le GAC de Beauregard créé en 2021 est toujours en activité aujourd'hui. Cela, malgré une diminution progressive de l'affluence et des commandes.

Beauregard est une commune rurale relativement isolée et peu pourvue en offre commerciale (restauration, épiceries). Dans une période de Covid marquée par l'isolement et une difficulté accrue d'accès aux biens de première nécessité, cette initiative citoyenne a été relativement bien accueillie par la population locale.

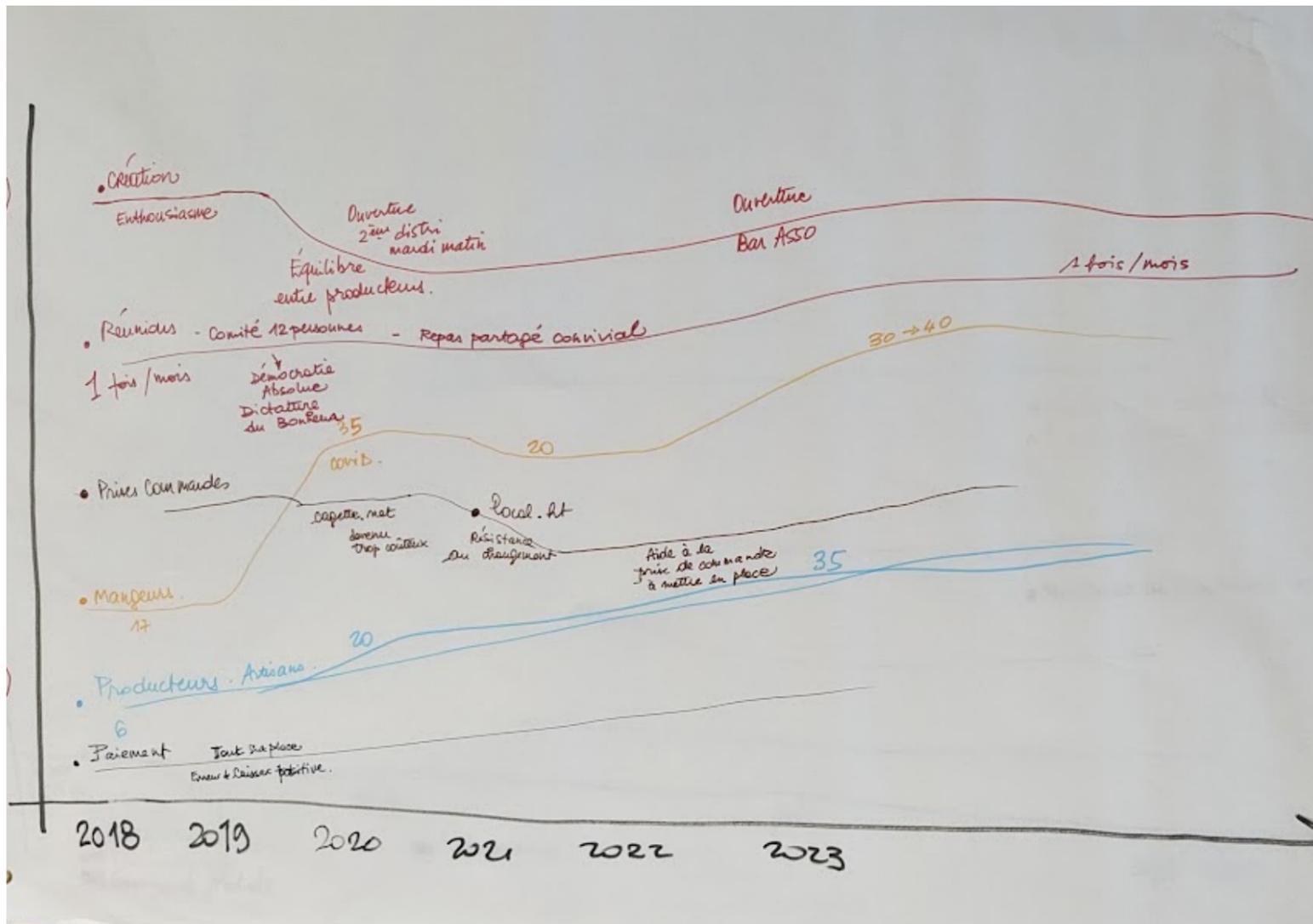
Malgré les efforts menées autour de l'organisation d'évènement festifs, le GAC de Beauregard a connu une forte diminution de sa fréquentation suite au "retour à la normale" post-covid. Cette démobilisation a été déclenchée par des changements "rapides", comme des facteurs déclencheurs du retour aux anciennes habitudes. Cette démobilisation a entraîné une pression accrue sur un petit cercle de bénévoles, dans un contexte de répartition déjà inégale des tâches.

Le GAC est aujourd'hui à la croisée des chemins. Pour faire perdurer l'organisation, il faut remobiliser de nouveaux mangeurs. Mais où et qui sont-ils ? L'initiative semble connue de la population locale. L'idée d'un café associatif pourrait être une piste de solution si elle est acceptée par la population locale (concurrence aux lieux en place).

## GAC DE MONCLAR



Le GAC de Monclar a commencé à l'émergence du Covid en 2020, avec un groupe de 13 personnes dont une leader disposant de temps pour l'organisation des réunions mensuelles. La commune comprend 2000 habitants dont 2 écoles primaires. La situation géographique avec très peu de concurrents a répondu à un besoin de produits bio que les consommateurs ne trouvaient pas sur le marché de plein vent ni aux alentours. Des distributions hebdomadaires ont rapidement été planifiées alors qu'initialement elles avaient été envisagées par quinzaine.



### Le GAC de Monclar en chiffres :

- **Nombre de mangeurs** : 30 à 40 personnes
- **Nombre de producteurs** : 35 producteurs
- **Type de produits** : Pain, fromage de chèvre, compote, confitures, légumes, miel, porc et pâtés, canard et produits transformés, café, spiruline, pâtes, biscuits, farines de légumineuse et blé, volailles et bœufs par quinzaine, herbes aromatiques, vins, bières, produits cosmétiques, bijoux artisanaux, tourneur de bois, textiles zéro déchets

### Gouvernance :

- **Structure** : Comité de pilotage de 12 personnes
- **Charte de fonctionnement** : En démocratie autour d'un repas partagé. Un montant de 10 euros est demandé pour les frais de loyer et de chambre froide.
- **Fréquence des réunions** : Tous les mois.
- **Rôles et missions** : Un comité décisionnel et des bénévoles pour la distribution et l'accueil des producteurs.

### Évolution des modalités de fonctionnement :

- **Prises de commandes** : Cagette.net, puis à la monétisation de cette dernière sur le site local.ht. Un mail de rappel est envoyé automatiquement par la plateforme.
- **Des livraisons** : Les livraisons sont réceptionnées par le café asso et les bénévoles s'occupent de la répartition le soir.
- **De la distribution** : 1er distributions par quinzaines et rapidement hebdomadaires. Disponible le mardi soir à partir de 17h
- **Des paiements** : Les paiements sont réalisés en liquide. Les enveloppes producteurs sont données en main propre la semaine suivante.

## GAC DE MONCLAR

### Forces

- Une dynamique de 12 personnes implantée localement et fédératrice.
- Un large choix de produits bio complémentaires au marché de plein vent local. Dans ces conditions de "non-concurrence", pas d'opposition directe des habitants.
- Nombre suffisant de mangeurs au démarrage de l'initiative pour proposer une large gamme de produits livrés sur place et un phénomène grandissant.
- Lieu de distribution propice aux échanges et créant une vraie dynamique associative.

### Faiblesses

- Participation des producteurs entre 5 et 10% pour la location du local et les frais annexes.
- Choix des producteurs et notamment des maraîchers qui sont nombreux avec des variations de prix.
- Des erreurs de caisse possibles avec la manipulation des espèces.

### Menaces

- Des modifications de la plateforme de prise de commandes.
- Des débats sur l'accessibilité des produits ont été engagés, notamment dans le cadre des commandes de gros.
- Rester un lieu convivial et non une simple épicerie en ligne ouverte à tous types de public.

### Opportunités

- Achalander en produits secs et développer une boutique en vrac.
- Imaginer l'évolution possible avec des équipements plus élaborés.
- L'évolution du café associatif permettant davantage de visibilité aux citoyens et une situation géographique ne nécessitant pas de publicité.

### Conclusion

Le projet a bénéficié à sa création d'un atout indéniable en termes de logistique avec l'implication de la boulangère. Ainsi que la non-concurrence d'un marché de proximité et un réel besoin des citoyens.

Le groupe, essentiellement constitué de couples actifs avec enfants a fait le choix d'une production locale soulignant la volonté d'une rémunération juste aux producteurs.

Le GAC a su prendre un tournant post-Covid avec l'acquisition d'un local, puis la création d'un bar associatif situé au cœur du village à quelques pas de l'école. Il maintient une ambiance conviviale entre repas festifs et soirées thématiques.

Les réunions mensuelles, une gouvernance dynamique privilégiant le partage d'opinion entre mangeurs, producteurs et comité de pilotage et un large choix de produits permettent au GAC de Monclar de perdurer dans le temps et d'évoluer en fonction des avis émergents.

Actuellement en période de transition, le café associatif requiert des contributions financières des producteurs, établies entre 5 et 10 % du chiffre d'affaires. Cela permet de maintenir le fonctionnement du local, qui est équipé d'une chambre froide et de grandes étagères. L'acceptation de cette démarche est en attente de la réaction des producteurs.

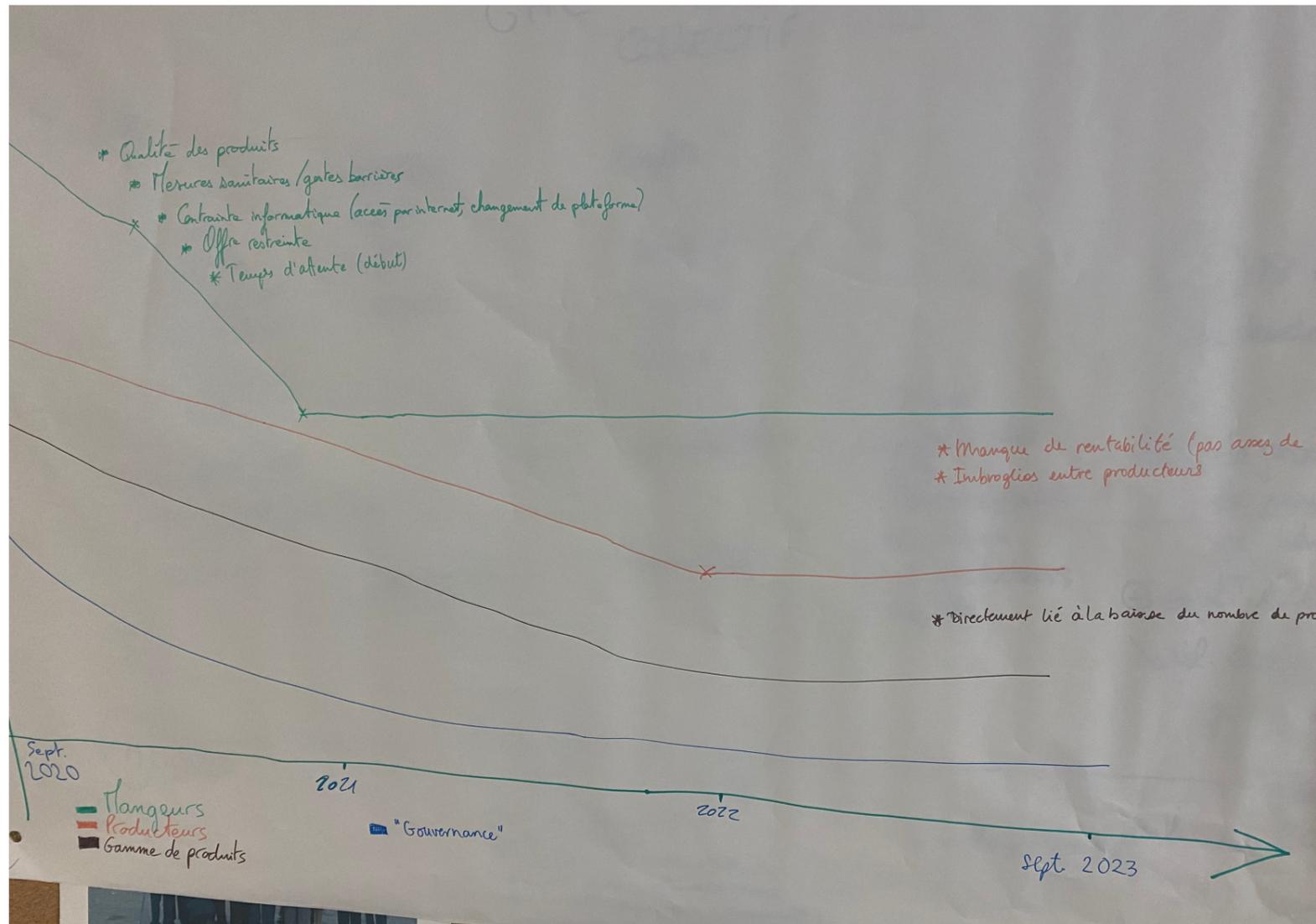
Les citoyens intéressés peuvent adhérer pour 10 €, ce qui contribue à financer des équipements tels que les réfrigérateurs, et la tarification pour l'utilisation du local, favorisant la solidarité au sein de la communauté.

Cette approche inclusive et participative souligne l'engagement du GAC de Monclar à créer une plateforme de consommation locale et durable.

Bruniquel, réputé plus beau village de France, propose un marché producteurs de juin à septembre. La commune dénombre 600 habitants et une école primaire.

Au moment du confinement, une forte auto organisation a émergé, notamment avec un maraîcher bio, suscitant un engouement initial, surtout parmi les parents pressés. A la création du GAC de Bruniquel, Montricoux avait intégré les réunions mais resté sans suite.

Le GAC de Bruniquel a été hébergé chez un particulier associativement très engagé. L'orientation des choix de productions a eu du mal à émerger de la part des mangeurs et un conflit entre produits bio et/ou conventionnel a été pointé. D'autres problématiques ont contraint le GAC tout au long de son évolution mais le petit groupe initial d'amis continu à fidéliser et élargir sa gamme de produits.



### Le GAC de Bruniquel en chiffres

- **Nombre de mangeurs :** 15 personnes
- **Nombre de producteurs :** Une dizaine de producteurs réguliers et 5 ponctuels
- **Type de produits :** Pain, oeuf, compote, confitures, jus de fruits, plusieurs producteurs de légumes, herbes aromatiques, vins, tisane, hydrolat, textiles zéro déchets. Ponctuellement un producteurs de viandes, épicerie sec en vrac, agrumes et huiles d'olives.

### Gouvernance

- **Structure :** Un noyau dur de 5 personnes
- **Charte de fonctionnement :** Nr
- **Fréquence des réunions :** Nr
- **Rôles et missions :** Une organisation autour du noyau de pilotage et des consommateurs. Une permanence de 8 personnes pour la distribution.

### Evolution des modalités de fonctionnement

- **Prises de commandes :** Cagette.net, puis à la monétisation de cette dernière sur le site local.ht.
- **Des livraisons :** Les produits sont pour certains livrés pour d'autres les bénévoles récupèrent la marchandise, stockée chez un particulier.
- **De la distribution :** Les distributions sont ponctuelles pour certains produits. Des commandes groupées en gros ont déjà été réalisées avec plus ou moins de perte.
- **Des paiements :** Les paiements sont réalisés en liquide. Les enveloppes producteurs sont données en main propre la semaine suivante.

## GAC DE BRUNIQUEL

### Forces

- Un noyau moteur impliqué associativement.
- Emergence citoyenne de l'initiative suite au confinement.
- Pas de marchés à proximité, permettant ainsi de proposer une initiative à la relocalisation alimentaire.

### Faiblesses

- Un consensuel non établi au démarrage du GAC : Choix des produits, des producteurs.
- Les gestes barrières liés au confinement créant une atmosphère qui ne fut pas propice à l'échange et au partage.
- Des temps d'attentes trop long au moment des livraisons.
- Un renouvellement des bénévoles

### Opportunités

- Développer les commandes de produits secs grâce au statut Tramendo
- Trouver un local ou rattacher le GAC à l'épicerie du village et permettre à de potentiel mangeur d'intégrer le GAC.

### Menaces

- Une logistique limitant les produits inhérent à la chaîne de froid et une prise commande pas toujours évidente.
- Un manque de qualité de la part des producteurs ou des pertes liées au transport dans les commandes de gros
- Des producteurs qui ne s'y retrouvent pas dans la rentabilité de la livraison
- Un manque de trésorerie permettant une souplesse des commandes grossistes.

### Conclusion

Initialement accueilli chez un particulier très active en milieu associatif, le GAC a rencontré des difficultés dans l'orientation des choix de productions, suscitant des conflits dans un consensuel commun.

Malgré ces obstacles, le groupe initial d'amis a persisté, élargissant progressivement sa gamme de produits en proposant des commandes chez des grossistes.

Mais cette initiative a rencontrée des difficultés dans l'avance de trésoreries et des pertes de produits.

Le nombre de producteurs présents sur la plateforme ne répond pas à tous les besoins d'une famille malgré la ponctualité de certaines productions, l'absence de frigo limite la diversité des produits.

La relation entre producteurs et mangeurs a été parfois compliquées car le petits nombre de commandes ne permettaient à l'agriculteur d'être rentable avec les frais de livraison.

Le manque de bénévoles et le cercle fermé des mangeurs n'a pas permis à ce que le projet soit étendu à tous public.

Le GAC aimerait développer ses ventes afin d'attirer d'autres producteurs. Ils réfléchissent à la possibilité de poursuivre l'aventure grâce à l'épicerie du village