

DOSSIER



JOËL MOULIN
Président du
Groupement des
épiceries sociales
et solidaires en
Rhône-Alpes (Gesra)

« Une évolution toujours nécessaire »

Le Gesra a été créé en 2004 à la suite de différentes rencontres entre épiceries. Son caractère informel ne nécessitait pas alors de budget propre. Très rapidement toutefois il a été amené à réfléchir et à construire des missions confiées par les épiceries elles-mêmes : représentation politique, accompagnement des épiceries dans leur création ou leur transformation, animation du réseau (échanges, commissions de travail, formations...) et approvisionnement en lien avec le projet associatif (défendre le droit à une alimentation de qualité pour tous). Cette dynamique

s'est mise en place progressivement. Ainsi, sans aucun salarié au départ, le Gesra a créé des emplois pour arriver aujourd'hui à 2,8 équivalents temps plein (ETP). Il a su s'adapter à l'équilibre entre charges et ressources en mettant sa volonté politique au service de l'évolution de son modèle économique et par là-même de son projet associatif. L'approche initiale a été de manière légitime celle des fonds publics, parce que cela a du sens : l'engagement des pouvoirs publics semble déterminant comme reconnaissance politique de notre action et il peut difficile-

ment en être autrement. Ces financements se sont pérennisés mais se sont révélés rapidement insuffisants. Parallèlement, des contacts se sont noués avec des partenaires privés, fondations et entreprises, à propos du bien fondé du projet associatif. Cela a permis des financements pertinents : en effet, on traitait alors dans une logique de reconnaissance du travail accompli et on essayait notre modèle avec des dispositifs pluriannuels. Ainsi, on pouvait stimuler notre rôle de transformation sociale par la remise en question de l'aide alimentaire.

Enfin, notre regard s'est porté vers la piste de l'autofinancement. Comme toute entreprise de l'économie sociale et solidaire (ESS), le Gesra est amené depuis plusieurs années à développer ses sources d'autofinancement par plusieurs biais : ventes issues des dons de produits et de matériels et de produits achetés, prestations internes (accompagnement, formations) et cotisation des adhérents avec un véritable travail de fond sur ces sujets. Cette part d'autofinancement représente aujourd'hui un tiers des ressources et c'est un premier pas. Il nous faut apprendre à parler marge et excédent, ne serait-ce que pour consolider nos fonds propres et par là-même aussi notre projet associatif avec :

- une dimension sociale innovante : notion d'utilité générale, de satisfaction des besoins sociaux individuels et collectifs et renforcement de la cohésion sociale et du vivre ensemble ;
- une dimension partenariale : relations avec les citoyens, les collectivités territoriales, l'État et les entreprises ;
- une dimension économique : moyens financiers mis au service de l'ensemble, équilibres budgétaires et renforcement des fonds propres. ■

PAROLE D'ACTEURS

TRANSFORMATION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE : DE LA RÉFLEXION À L'ACTION

À chaque association son modèle économique et à chaque modèle économique son évolution ! Retours d'expériences d'acteurs ayant lancé une réflexion sur la transformation de leur modèle.