



Version du 22 mars 2018

Epi St.Gilles ASBL

Rapport d'activité 2017

Plan d'action 2018

1. LE PROJET	3
1.1. La genèse	3
1.2. La combinaison de l'aide alimentaire et de l'aide à la consommation comme levier d'aide	3
1.3. Epi St. Gilles comme réponse pratique	4
2. LES OBJECTIFS DE 2017	5
3. VIE DE L'ASBL	6
3.1. Organisation interne et vie associative	6
3.2. Finances	6
3.3. Logistique	8
4. ACTIVITÉS LIÉES À LA VENTE	9
4.1. Objectifs	10
4.2. Organisation	10
4.3. Produits, prix et fournisseurs	10
4.4. La liste de produits est évolutive et évolue en fonction de trois niveaux de priorité :	10
5. FORMAT D'AIDE ET FRÉQUENTATION	11
5.1. Le public cible	11
5.2. Les formats d'aide	11
5.3. L'articulation avec les services prescripteurs : appropriation progressive	13
5.4. La fréquentation chiffrée	14
6. ACTIVITÉ CONSOMMATION	19
6.1. Objectifs	19
6.2. Un socle pour développer	19
6.3. Développer	21
7. ACTIVITÉ ISP	24
7.1. Le projet	24
7.2. Organisation interne	25
7.3. La formation	27
8. ENJEUX ET PLAN D'ACTION 2018	36

1. LE PROJET

1.1. La genèse

La précarité à Saint-Gilles – comme ailleurs à Bruxelles – évolue ; appelant une adaptation, voire un renouvellement, des réponses, politiques et dispositifs d'action sociale en ce compris celles de l'aide alimentaire. La Coordination de l'Action Sociale du CPAS de Saint-Gilles a identifié le besoin criant en matière d'aide alimentaire pour le public saint-gillois. Celle-ci est trop souvent considérée comme un « sparadrap » sur des situations de précarité extrême. Or, elle peut être associée à des démarches de prévention. Elle doit être prise en compte dans un contexte plus large d'articulation de l'action sociale au niveau de partenariats locaux afin de traiter de façon globale des problématiques qui se croisent en termes de santé, d'emploi et de gestion budgétaire notamment.

Il est observé depuis plusieurs années une précarisation continue à Saint-Gilles. Les demandes d'aide alimentaire notamment augmentent au cours du temps. Le Resto du Cœur de Saint Gilles a ainsi vu doubler en trois ans pendant la saison hivernale le nombre de bénéficiaires de son restaurant social.

Un lien étroit existe entre la pauvreté, l'alimentation et l'état de santé des personnes. Des maladies comme l'obésité et le diabète, fortement influencées par l'alimentation et notamment par la consommation de produits trop riches en graisse et en sucre, sont beaucoup plus présentes au sein des couches de population les plus pauvres. Indicateur de cette précarité multifactorielle en augmentation, le CPAS de Saint-Gilles revoit depuis plusieurs années à la hausse son budget lié à la santé.

Pour les personnes qui font appel à une aide alimentaire, il s'agit souvent de soulager un budget, d'éviter, grâce à l'aide alimentaire, de devoir faire un arbitrage avec d'autres besoins de première nécessité (accès aux soins de santé, logement, factures d'énergie, etc.). Souvent, répondre aux problèmes posés par la faim et la malnutrition impliquent de devoir penser une réponse globale, articulant des moyens variés. Au sein de la Coordination de l'action sociale saint-gilloise, nombreux sont les acteurs saint-gillois à rechercher l'interconnexion de leurs services ; ceci afin de placer le ménage accompagné au centre d'un tissu d'acteurs à même de lui apporter une réponse structurée fonction de ses besoins. Dans le champ de l'aide alimentaire, les différents acteurs de l'aide alimentaire saint-gilloise ont constaté un manque alors même que l'aide alimentaire peut être perçue comme une accroche vers un travail plus qualitatif en vue de rendre à la personne sa dignité humaine.

1.2. La combinaison de l'aide alimentaire et de l'aide à la consommation comme levier d'aide

L'aide alimentaire apparaît à la fois comme un levier traditionnel d'intervention mais aussi comme une réelle source d'innovations dans le domaine de la lutte contre l'exclusion. Elle poursuit de nombreuses finalités, allant de la réponse d'urgence à l'insertion sociale en passant par la lutte contre l'isolement des personnes en situation de précarité. Les épiceries sociales servent toutes le même objectif : apporter, dans des espaces aménagés de type magasins d'alimentation et favorisant la liberté de choix (libre-service), une aide alimentaire à un public en situation de précarité, moyennant généralement une faible participation financière. L'offre alimentaire est aussi un levier pour la mise en œuvre d'actions plus larges visant à améliorer l'estime de soi, la reconstruction du lien social, l'autonomie, la gestion budgétaire, la nutrition, etc.

Les mécanismes de désaffiliation sociale rendent impératifs de placer l'individu au centre de l'attention, de lui donner le rôle du citoyen, celui du membre du corps social et d'acteur de son émancipation. Dans une épicerie sociale, le bénéficiaire est un client-citoyen, un « consommateur » qui doit pouvoir construire des choix d'achat ; d'où la nécessité d'un accent sur la qualité du service, le choix des produits et l'accompagnement social.

1.3. Epi St. Gilles comme réponse pratique

L'AOPSG Entraide (Entraide), les Amis du Resto du Cœur de Saint-Gilles (Resto du Cœur), le Service Social de Solidarité Socialiste (Seso) et le CPAS de Saint-Gilles ont décidé de s'associer pour mettre en place une nouvelle épicerie sociale : l'ASBL Epi St.Gilles. Elle a été constituée en mars 2015 et a pour but de lutter contre les phénomènes de précarité à Saint-Gilles :

- En favorisant l'accès à un public précarisé à des articles d'alimentation, d'entretien et d'hygiène à prix réduits ;
- En agissant comme acteur d'insertion socioprofessionnelle de demandeurs d'emplois difficiles à placer par la prestation de services ou la production de biens, à destination des habitants, des collectivités, des entreprises, par le biais notamment d'engagements et de formation dans le cadre de l'article 60, §7 de la loi organique du 8 juillet 1976 ;
- En proposant au public précarisé de Saint-Gilles des formations et des ateliers pédagogiques pour l'aider à mieux consommer, à mieux s'alimenter, à mieux gérer son budget et à produire moins de déchets.

Epi St.Gilles vient compléter et s'articuler aux acteurs et dispositifs déjà existants. Cela permet de placer le ménage-client au centre d'un réseau d'acteurs aux expertises différentes à même de les accompagner sur tout ou partie des difficultés qu'ils rencontrent par ailleurs. Cette démarche permet en outre de renforcer et rendre plus cohérente l'action des professionnels existants.

Le projet d'Epi St.Gilles est ainsi triple : il croise l'activité « classique » de vente de produits de première nécessité à une activité d'insertion à part entière et à une activité visant une consommation maîtrisée, c'est-à-dire visant à rendre autonome le ménage-client une fois l'aide de l'épicerie terminée.

2. LES OBJECTIFS DE 2017

2016 avait permis de poser des fondamentaux solides au projet (financier, format d'aide, aménagement des locaux, procédures et accueil du public). L'activité vente est en croissance et l'appropriation du dispositif par les services prescripteurs se réalise.

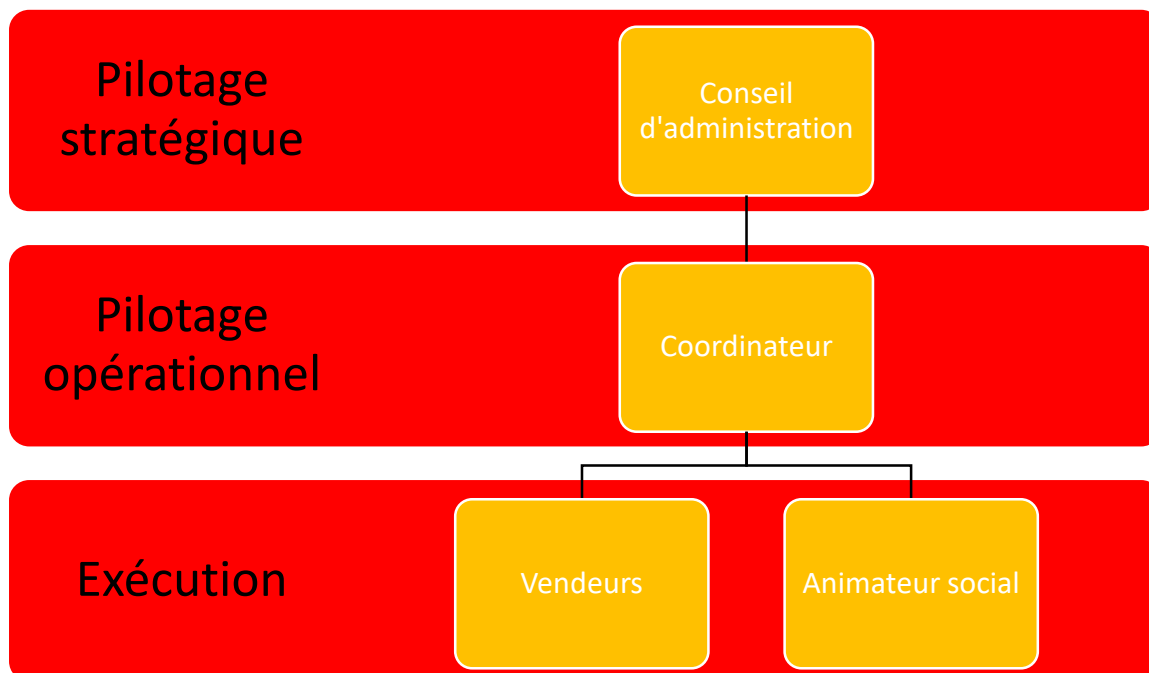
Le modèle financier défini permet à l'ASBL de se projeter ; notamment via l'agrément ILDE.

Si sur chaque axe de développement, trois enjeux /axes de travail seront à investir en priorité en 2017 :

- Les orientations : poursuivre le travail conduit auprès des services prescripteurs pour que les Assistants sociaux s'approprient le dispositif et l'emploient, l'action auprès des AS avec le concours des responsables de ces services s'avérant essentiel.
- La consommation : structurer une démarche d'accompagnement permettant d'individualiser l'approche en s'appuyant sur l'organisation interne ISP et finaliser la production des outils d'aide à la consommation.
- L'ISP : établir des partenariats solides pour le suivi des formations extérieures (informatique, mathématiques et vélo notamment).

3. VIE DE L'ASBL

3.1. Organisation interne et vie associative



Le Conseil d'administration est l'organe de pilotage stratégique de l'ASBL. Il fixe le cap et suit l'action menée.

Le Coordinateur est le pilote opérationnel de l'ASBL. Il assure la gestion au quotidien, tant des projets que des finances ou des ressources humaines (encadrement de l'ensemble des travailleurs ; en insertion ou non). Il produit l'ensemble des éléments de reporting et assure l'aide à la décision du Conseil d'administration.

L'Animateur social est un travailleur social dont la mission est l'appui individualisé des clients de l'épicerie sociale. Il apporte les trucs et astuces visant à permettre aux clients de lier petit budget, plaisir et santé.

Les Vendeurs sont des travailleurs en insertion (Article 60).

Le projet étant entré en rythme de croisière, le Conseil d'Administration se réunit moins fréquemment qu'au lancement de l'ASBL. Il s'est réuni quatre fois en 2017. Président et Trésorière poursuivent un suivi à distance et sur demande.

Afin de favoriser la dynamique associative, l'ensemble des membres de l'ASBL sont invités aux réunions du Conseil d'Administration.

Le Coordinateur s'appuie sur les services des membres de l'ASBL au quotidien. Les procédures, l'évolution du format d'aide et les autres travaux de fond sur le projet sont travaillés avec les services sociaux partenaires (voir infra). Il peut en outre compter sur les services technique, informatique, juridique ou encore communication du CPAS quand cela s'avère utile.

Des relations de travail sont entretenues avec le Répis (dont l'ASBL est membre), la Coordination de l'aide alimentaire portée par la FdSS et différentes épicerie sociale bruxelloises.

3.2. Finances

3.2.1. Modèle économique et structuration financière

L'ASBL distingue (analytiquement) deux financements : ceux relatifs au financement des marchandises vendues dans le magasin et ceux relatifs au fonctionnement de l'ASBL.

Le modèle économique d'une épicerie sociale présente une marge négative dû à la vente de ses produits moins chers qu'elle ne les a achetés. La solution définie par l'ASBL est de faire supporter le (co)financement des achats conduits par les clients par les organisations qui les ont orientés vers l'ASBL via un système de facturation. L'ASBL a en outre décidé qu'en cas de rabais obtenu lors de l'achat de marchandises, celui-ci ne serait pas répercuté sur les factures de (co)financement. Cela permet de maintenir un discours sur la consommation clair aux clients du magasin, à couvrir les pertes liées à ce type d'activité (dates dépassées, vol) et de voir à dégager de l'autofinancement. Ce dernier est estimé à 5% du montant des marchandises mises en vente. Il est à noter que si le format d'aide qui est le plus employé est celui d'un rabais de 50%, il arrive que les achats de certains ménages soient couverts à 100% par l'organisation prescriptrice (voir plus bas).

Pour le fonctionnement, le modèle repose sur trois types de financements :

- Subsidés structurels. L'ASBL recherche au maximum ce type de financement. L'ILDE fait partie de ceux-ci. L'agrément ILDE a été obtenu en décembre 2016.
- Subsidés ponctuels. Plusieurs appels à projets concernent les activités de l'ASBL (aide alimentaire et aide à la consommation). Ainsi, chaque année, sont recherchés des réponses à ces appels à projets permettant de renforcer l'action de l'ASBL (déployer de nouveaux outils par exemple) tout en assurant le financement de l'ASBL elle-même. En 2017, l'ASBL a ainsi bénéficié de financements ponctuels en provenance du Cabinet Fremault et de Bruxelles Environnement (appel à projet « Good Food »).
- Le financement complémentaire des organisations prescriptrices. Dans le cas où les subsides obtenus ne permettraient pas d'atteindre l'équilibre, les organisations prescriptrices assurent le cofinancement du montant manquant pour atteindre l'équilibre. La part de chacune est définie en fonction de quotas d'orientation d'usagers définis sur une année-type. En 2017, Ce financement complémentaire n'a pas été nécessaire.

3.2.2. La problématique de la trésorerie

Le projet et l'ASBL étant « neufs », un problème de trésorerie se pose depuis le lancement du projet. Le financement partiel via subsides l'explique en partie. Une autre raison est la nécessité de financer le fond de stock du magasin.

Le problème a été limité et devrait se réduire dans le temps en raison de :

- Le financement par le subside Contrat de Quartier Durable Bosnie d'une partie du fonds de stock du magasin,
- Sur le temps long, l'ASBL dispose de petits postes de financement permettant de générer de l'autofinancement :
 - o Don annuel d'un lot de jouets par une paroisse revendus 50% de leur prix représentant un autofinancement de 300 € en 2017.
 - o 5% (part estimée) des ventes issues des économies faites à l'achat (réduction Colruyt ou Soli-Food) en autofinancement. En 2017, cela représente 6.920 €.
- En 2019, avec l'entrée dans les nouveaux locaux mis à disposition par le CPAS de Saint-Gilles, les dépenses de fonctionnement devraient diminuer. Il s'agira de préciser un montant de couverture des charges à verser au CPAS. Il est à noter qu'en attendant, le budget de l'ASBL présente des estimations de loyer et charges sans réduction ou valorisation.

Epi St.Gilles a pu s'appuyer en 2017 sur des prêts de trésorerie de plusieurs de ses membres. Cependant, bien que les besoins devraient aller en diminuant, il devrait perdurer plusieurs années. Au 31 décembre 2017, il reste 32.000 € à rembourser. Il est prévu de rembourser ces sommes en 2018

(15.000 € à l'ASBL Les Amis du Resto du Cœur de Saint-Gilles et 5.000 € à l'AOP de Saint-Gilles Section Entraide) et en 2019 (12.000 € à l'ASBL Les Amis du Resto du Cœur de Saint-Gilles).

3.3. Logistique

3.3.1. Locaux et mobilier

L'emplacement des locaux de l'ASBL s'envisage en deux temps.

Il est prévu l'intégration de l'épicerie sociale dans le projet d'aménagement d'une ancienne centrale électrique (dit du « Pigeonnier ») ; locaux situés sur le site du CPAS de Saint-Gilles. Les travaux ont débuté en 2017 et il est envisagé une occupation début 2019.

Les locaux prévus à terme (début 2019) pour l'ASBL (projet dit du Pigeonnier) prévoient 100 m² d'espace de vente, une salle de stockage et un quai accessible par l'arrière pour les marchandises. Ils seront mis à disposition gratuites de l'ASBL par le CPAS de Saint-Gilles.

Non loin de ces futurs locaux ont été trouvés des locaux pour le temps intermédiaire. Il s'agit d'anciens locaux de commerce de proximité. Si l'espace magasin est suffisant pour assurer un accueil et une présentation des produits de qualité, il n'y a pas de pièce de stockage. La gestion est ainsi faite à flux tendu. L'organisation du travail, les capacités d'accueil et l'évolution de l'activité pour les deux années à venir ont été définies en fonction.

Suite à la tentative d'effraction du 30 mai 2016 et à l'effraction du 6 décembre 2016, l'ASBL a équipé les locaux d'une alarme et d'un système bancontact.

3.3.1. Charroi

L'ASBL emploie deux triporteurs et deux vélos à assistance électrique pour aller se fournir en marchandises. En cas de fort mauvais temps (grands vents, froids et/ou précipitations) ou d'indisponibilité des triporteurs, l'ASBL emploie gratuitement une des camionnettes du Resto du Cœur.

3.3.2. Outil de gestion

L'ASBL s'est équipé en matériel informatique (cinq PCs et un serveur notamment) et logiciels de comptabilité/gestion Logistics. Des développements ont été nécessaires pour que le logiciel de gestion Logistics réponde plus précisément aux besoins spécifiques de l'ASBL. Il permet d'assurer la gestion des produits, du portefeuille clients et de la vente. Les travailleurs disposent de différents profils en fonction des tâches à conduire (Accueil ou Caisse).

4. ACTIVITÉS LIÉES À LA VENTE

4.1. Objectifs

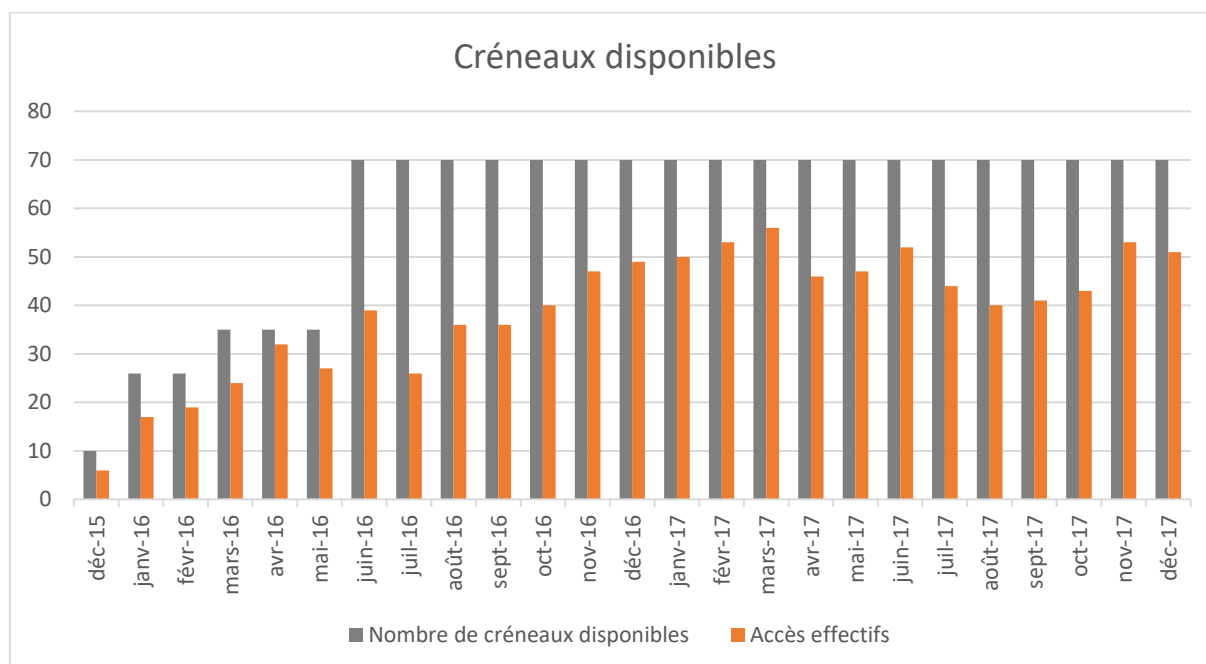
Le projet d'Epi St.Gilles croise aide alimentaire et aide à la consommation. L'activité de vente vise ainsi la vente de produits :

- De base d'alimentation, d'hygiène et d'entretien
- Disponibles pour les saint-gillois dans leur environnement proche
- En deux variantes : une davantage orienté budget que santé et l'autre le contraire

4.2. Organisation

L'organisation de l'activité est en place. Elle est prévue pour assurer l'accueil d'environ 120 ménages par semaine (240 différents sur l'année). Cette limite est définie par la gestion à flux tendu des marchandises et donc les capacités de réapprovisionnement. Les rotations vers Colruyt (principal fournisseur) se font quatre débuts de matinée par semaine en employant les deux triporteurs. Il pourrait être envisagé des rotations supplémentaires avec le recrutement d'un travailleur en insertion en plus pour porter l'accueil à 150 ménages (300 différents sur l'année). En 2017 cependant, l'activité n'a pas justifié ce recrutement. Elle est en effet restée assez stable sur l'année.

Deux travailleurs en insertion (Vendeurs) assurent les rotations vers le Colruyt, la mise en rayon et la vente. Chacun assurant la gestion à tour de rôle une partie du magasin (une partie Accueil et une partie Caisse).



Avec les futurs locaux, comme il est prévu un stock et une surface de magasin plus importante, il est envisageable que le nombre de créneaux soit augmenté. L'enjeu sera alors d'assurer un accompagnement de qualité avec un fort volume de fréquentation et donc d'adapter l'organisation en conséquence.

4.3. Produits, prix et fournisseurs

240 produits d'alimentation, d'hygiène et d'entretien étaient proposés à la vente au 31 décembre 2017 (contre 160 en 2016).

Cette augmentation est le résultat d'une enquête conduite à l'été 2017 auprès des ménages-clients. Il s'est agi par type de produit de les questionner sur leur avis quant aux produits proposés afin de voir lesquels remplacer et quels autres ajouter. Le goût et la santé ont été des critères de critique et donc de choix important.

Le spectre de produits vise à couvrir l'ensemble des besoins de base :

- Hygiène : produits pour se laver, d'hygiène féminine (serviettes, démaquillant, etc.) ou masculine (rasoirs par exemple)
- Entretien : produits (faits ou à faire) pour laver la vaisselle ou le sol par exemple, la lessive, etc.
- Alimentation : produits pour le matin (jus, lait, tartinable, thé, café par exemple), aide culinaire (sel, huiles, épices, sucre, œufs par exemple), plat principal (légumes (secs, conserves et surgelés), légumineuses (secs et conserves), féculents (secs et conserves), poisson (conserves et surgelés), viande (charcuterie)

En raison de la dimension « Consommation » du projet, la gamme de produits proposés à la vente est essentiellement constituée de produits de base. Les quelques produits préparés vendus restent des produits servant d'appoint pour constituer des repas (mayonnaise et cubes-bouillon par exemple). Tous les produits sont préemballés. Il n'y a pas de vente de produits frais non préemballés (légumes et fruits). Cela s'explique notamment par le fait que différents lieux proches des saint-gillois leur permettent d'acheter ces produits pour peu (marchés Saint-Antoine, du Midi, des Abattoirs et des Tanneurs).

Les produits sont choisis à partir de plusieurs critères dont le prix et la santé sont les plus importants. Sont également pris en compte le temps (à préparer), le plaisir et l'accessibilité. Comme il n'existe pas de produit répondant à tous les critères envisagés, il est recherché la vente de deux variantes d'un même produit. Les deux prendront en compte les critères budget et santé mais l'un sera plus orienté que l'autre sur un des critères et inversement.

4.4. La liste de produits est évolutive et évolue en fonction de trois niveaux de priorité :

- Ce qui doit être dans le magasin
- Ce qui doit être envisagé à court terme
- Ce qui doit être envisagé à moyen terme

Le questionnement sur le choix des produits s'appuie sur le regard des clients autant que sur celui des professionnels. En 2015-2016, la gamme avait été envisagée en s'appuyant sur les acteurs professionnels de la santé (une Maison médicale), de l'aide alimentaire (Réseau des épiceries sociales françaises et celles de Bruxelles) et des acteurs sociaux saint-gillois impliqués dans le projet. En 2017, c'est le regard des clients qui a été privilégié.

L'ASBL se fournit fin 2017 auprès de quatre fournisseurs : Colruyt (essentiellement) et Soli-Food, Delhaize et la droguerie Le Lion. Le choix du fournisseur se fait sur base des critères définis pour chacun des produits. Les marques « premiers prix » et distributeur des enseignes Colruyt et Delhaize sont comparés. Lorsqu'un produit est le plus intéressant chez Delhaize, il est recherché dans l'offre de produits proposée par Solifood. Pour les produits d'hygiène et d'entretien à faire soi-même, Epi se fournit auprès de la droguerie Le Lion située dans le centre de Bruxelles. Cette entreprise propose des produits souvent moins chers qu'en grande surface. Son offre constitue ainsi une alternative aux grandes surfaces auprès desquels les mêmes produits sont achetés. Cela permet d'appuyer le travail sur la consommation : privilégier un canal plutôt qu'un autre : le prix et la qualité contre l'habitude du canal de fourniture.

5. FORMAT D'AIDE ET FRÉQUENTATION

5.1. Le public cible

Les services de l'ASBL s'adressent aux usagers saint-gillois des services sociaux de l'Entraide, du Seso et du CPAS (et du service Médiation de dettes du CafA ASBL), qui

- Sont engagés dans un travail de fond avec le service social du partenaire
- Disposent d'une cuisine (ou d'un accès à) et l'utilisent
- Sont sensibilisés à questionner/adapter leur mode de consommation
- Disposent d'un budget faible mais stable dans le temps (ressources régulières)

Si ces critères sont communs à l'ensemble des services prescripteurs, leurs publics présentent des caractéristiques propres. Seso et Entraide orientent ainsi notamment des ménages « sans papiers » que le CPAS n'oriente pas. La composition de famille varie également fortement d'un service à l'autre.

2015/2016/2017	Total	CPAS	Entraide	Seso
Isolés	62	46	13	3
Familles monoparentales	48	26	20	2
Couples	21	7	9	5
Couples avec enfants	59	26	31	2
Autres	14	4	6	4

Le CPAS oriente davantage des « isolés » quand l'Entraide oriente davantage des familles.

5.2. Les formats d'aide

5.2.1. Les quotités

C'est en fonction de la composition du ménage et de son budget pour l'alimentation, l'hygiène et l'entretien rapporté à un budget minimum théorique (sur base de quotités) qu'est identifié le montant d'achat qu'il pourra employer dans le magasin.

Différentes quotités ont été définies pour pouvoir caractériser la situation de ménages de type « standard » (hors publics spécifiques comme le troisième âge par exemple). Comme ces quotités ont été définies en 2015, il était nécessaire de les mettre à jour. Cela visait à prendre en compte d'une part l'évolution du coût de la vie et les retours des services sociaux prescripteurs.

Cette révision n'a cependant été effectuée que pour les ménages orientés par le CPAS ; du fait de l'impact mécanique de cette révision sur les montants d'achat et donc des cofinancements à supporter par les organisations prescriptrices.

Dans le cas de l'Entraide et du Seso, les quotités restent ainsi :

Quotités en euros	
Isolé	210
Couple	390
Enfant 0-3	150
Enfant 3-11	125
Enfant 11-15	175
Enfant 15-18	210

Dans le cas du CPAS, augmentées de 20%, elles deviennent :

Quotités en euros	
Isolé	252
Couple	468
Enfant 0-3	180
Enfant 3-11	150
Enfant 11-15	210
Enfant 15-18	252

5.2.2. Le format d'aide général

Le format d'aide général défini à destination des services sociaux généraux en 2015 a été adapté en 2017. Il s'agissait de prendre en compte, comme dans le cas de la révision des quotités, de prendre en compte d'une part l'évolution du coût de la vie et les retours des services sociaux prescripteurs.

L'évolution consiste en :

- Un montant d'achat visant à couvrir 50% au maximum des besoins des ménages isolés ; afin de prendre en compte les fortes charges supportées par ces ménages.
- Un plafond d'achat mensuel fixé à 160 € ; ceci afin de répondre à la nécessité de limiter le volume d'achat afin que tous les ménages aient accès à toute la gamme de produits proposés.
- Spécifiquement pour le CPAS, un montant d'achat visant à couvrir 40% au maximum des besoins des ménages (hors isolés). Pour l'Entraide et le Seso, cela reste à 30%.

Le format d'aide général prévoit que les prix à l'épicerie sont vendus à 50% du prix affiché dans le magasin du fournisseur. Cette caractéristique vise à rendre le message clair pour le client afin de faire un lien simple avec le marché classique et de pouvoir travailler plus facilement sur des problématiques de consommation liées aux prix (mise en avant des prix au kilo par exemple).

Il n'est ainsi pas envisagé de travailler avec Goods To Give qui impose que ses produits soient vendus à 8% du prix au maximum. Ces produits, de « marque », posent en outre un autre problème quant au travail sur la consommation.

Le format d'aide général prévoit enfin un accès de six mois renouvelable tous les six mois via une nouvelle demande au service social.

5.2.3. Un format d'aide spécifique

Un format d'aide spécifique a été défini. Il s'adresse aux usagers de services sociaux généraux disposant d'un budget faible dans la durée mais rencontrant une baisse de disponibilités en raison d'un événement non prévisible. L'orientation est ainsi proposée le temps que le ménage puisse faire face à la difficulté. Il peut s'agir d'un événement impactant le ménage :

- Sur une courte période : de 1 à 3 mois ; cas de la prise en charge d'un décès par exemple.
- Très ponctuellement (1 semaine) ; cas d'une facture d'un montant plus élevée que prévu.

La réduction est de 100% et la couverture des besoins est de 30% (auparavant 20%).

Ce format n'a été employé en 2017 que très ponctuellement par l'Entraide via le Fond Jean Degive.

Il est aussi à noter que fin 2016, le CPAS n'emploie que le format à 50% ; ceci afin de favoriser l'appropriation par ses services dans un premier temps.

5.3. L'articulation avec les services prescripteurs : appropriation progressive

Parce que Saint-Gilles est déjà fortement investi par des acteurs de l'action sociale et de l'aide alimentaire, l'ASBL déploie son action dans une logique de développement et de renforcement de l'existant, d'appui sur les compétences et expertises existantes et en plaçant / pour placer le ménage au centre d'un réseau d'appui global cohérent. Le magasin de l'épicerie n'est en soi qu'un maillon du projet. En effet, Epi St.Gilles est un dispositif s'intégrant à d'autres dans une démarche de travail social plus global.

Les services sociaux assurent l'orientation et le suivi de l'accès de leurs usagers (sur base de retours mensuels d'Epi St.Gilles).

Un pack d'outils a ainsi été constitué au sein d'un groupe de travail réunissant des représentants des différents services et a été mis à disposition de l'ensemble des Assistants sociaux des services partenaires. Chaque partenaire ayant une culture de l'accompagnement et des capacités d'appropriation différentes, des démarches d'appuis spécifiques ont été mises en place : Présentations en collectif, temps d'(in)formation avec des binômes d'Assistants sociaux (travail engagé à partir de septembre 2016. Ils visent à permettre aux Assistants Sociaux de s'approprier la logique d'évaluation budgétaire permettant de vérifier l'éligibilité d'un ménage et de définir, fonction de son budget disponible et de sa composition, un montant d'achat.

Cette démarche a permis de remonter du terrain des critiques sur les outils, les procédures et le format d'aide ; ce qui ont permis de les revoir.

De 2016 à 2017, on constate une augmentation du nombre d'AS prescripteurs dans les services sociaux généraux et une diminution du nombre d'AS prescripteurs dans les services sociaux spécialisés (Habitat Accompagné au CPAS et Médiation de dettes du Cafu) :

Nombre d'AS prescripteurs		2015	2016	2017	En plus en 2017	En moins en 2017
CPAS	Bernier		11	15	6	2
CPAS	Relais		6	8	3	1
CPAS	Cafu		3	1		2
CPAS	HA		2	1		1
Entraide	Entraide	1	1	1		
Seso	Seso		2	2		

Une enquête a été conduite auprès des AS du Service Social Général (Bernier et Relais) du CPAS afin de voir à préciser les conditions permettant d'orienter plus facilement des ménages. Les AS qui orientent le plus sont ceux qui sont le plus ancrés sur leur secteur. Ils sont là depuis plusieurs années, connaissent finement leur public et ont noué avec eux une solide relation de confiance. L'appropriation d'un nouveau dispositif comme l'épicerie sociale est ainsi facilitée.

Cette enquête a également mis en évidence la diversité des publics accompagnés par le Service Social Général, permettant d'expliquer pour partie un niveau d'orientation plus faible qu'envisagé au départ. On trouve ainsi comme raisons :

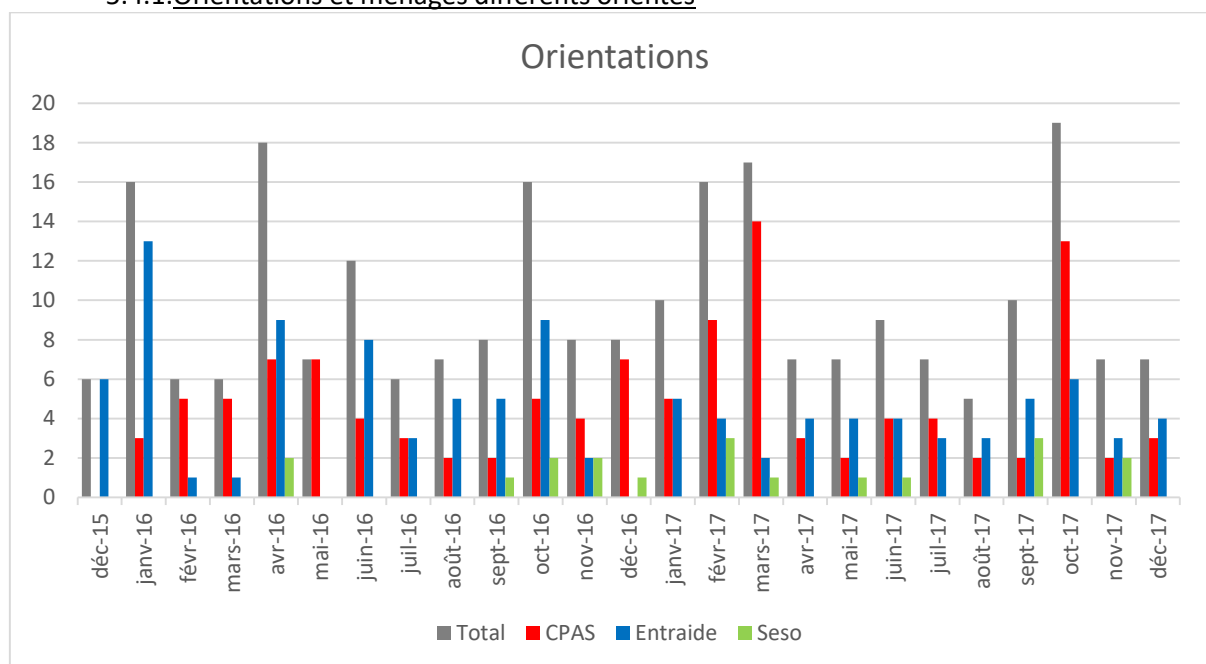
- Un nombre important d'usagers ayant un loyer faible impactant le niveau de dépenses au regard duquel est calculé le montant d'achat,
- Des difficultés de mobilité ; d'autant plus importantes que l'épicerie est éloignée,

- La mise à l'emploi via le dispositif Article 60,
- L'intérêt limité pour le dispositif soit symbolique (bénéficiaire d'une aide alimentaire) soit matérielle (produits proposés perçus comme peu intéressants : pas assez de bio ou pas de légumes et fruits frais par exemple),
- Les problématiques sociales que doivent affronter les usagers limitent également l'accès pour certains,
- La mobilité intercommunale : l'accompagnement social prend du temps à se mettre en place et nombreux sont les usagers à quitter la commune après n'y avoir résidé qu'une courte période.

Dans le cas des services spécialisés, l'emploi d'un format d'aide trop général ou à tout le moins envisagé pour être employés par des services sociaux généraux semble expliquer la baisse du nombre d'AS prescripteurs.

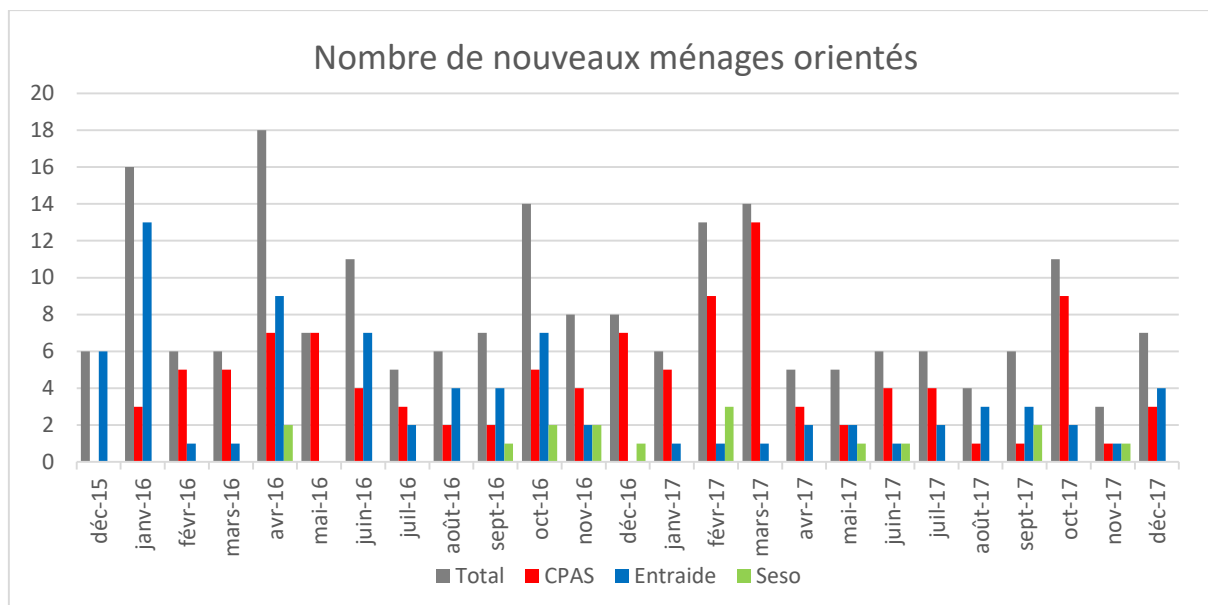
5.4. La fréquentation chiffrée

5.4.1. Orientations et ménages différents orientés



	Total	CPAS	Entraide	Seso
2015	6	0	6	0
	100%	0%	100%	0%
2016	118	54	56	8
	100%	46%	47%	7%
2017	121	63	47	11
	100%	52%	39%	9%

Le nombre d'orientations est stable entre 2016 et 2017 ; quoique en légère augmentation en provenance du CPAS. On notera des orientations plus importantes pendant les mois d'hiver. Cela peut sans doute s'expliquer par les capacités pendant ces périodes à orienter (congelés par exemple) et les demandes d'accès des ménages faites peut-être pendant les mois froids du fait d'un ressenti de besoin plus important à cette période de l'année (à hypothèse à vérifier).



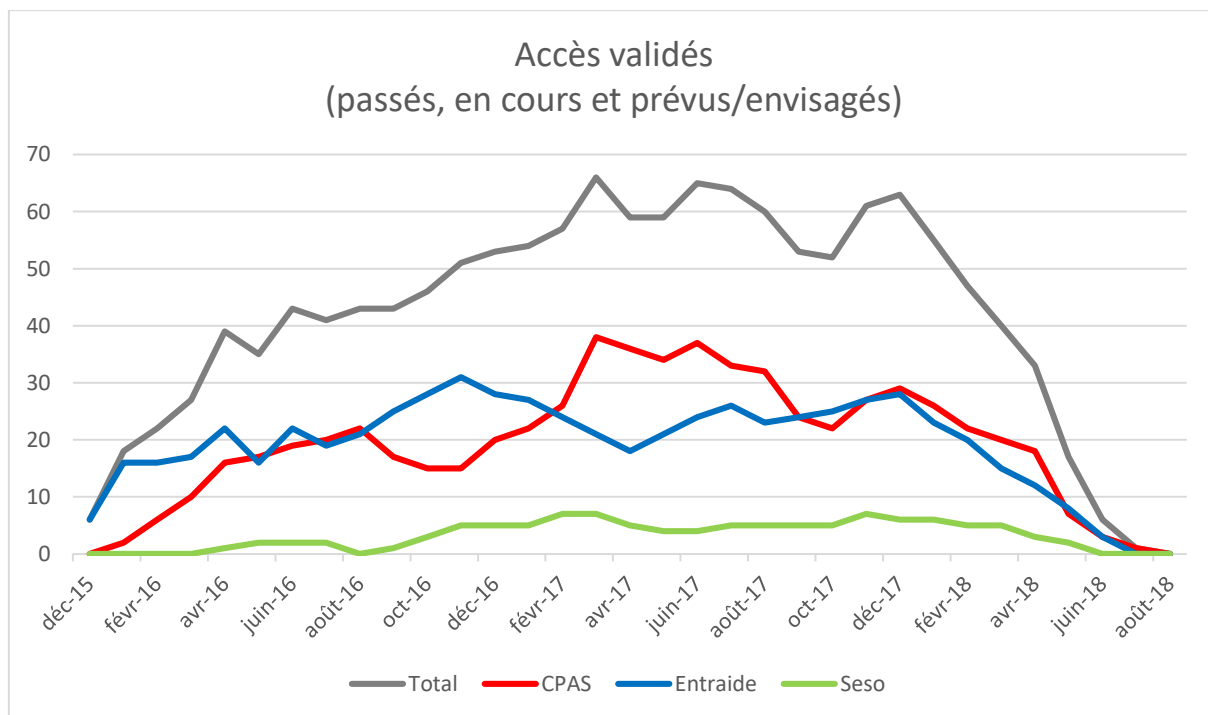
	Total	CPAS	Entraide	Seso
2015	6	0	6	0
	100%	0%	100%	0%
2016	112	54	50	8
	100%	48%	45%	7%
2017	86	55	23	8
	100%	64%	27%	9%

Le nombre de nouveaux ménages est en diminution mais l'évolution pour chaque prescripteur est différente.

Dans le cas de l'Entraide, il y a une baisse qui s'explique par l'accès donné à une grande partie du public en 2016 et qui doit attendre 6 mois avant de pouvoir faire une nouvelle demande d'accès.

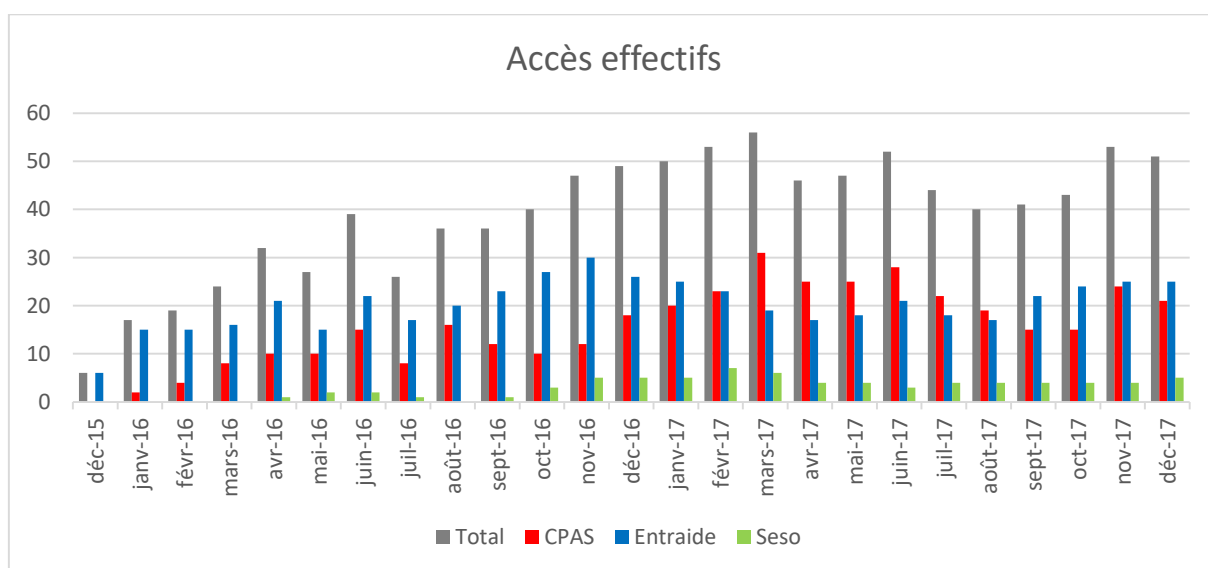
Dans le cas du CPAS, la stabilité s'explique par le nombre d'utilisateurs orientables important. On notera toutefois un renouvellement d'accès pour 8 ménages.

5.4.2. Accès validés, fréquentation et consommation



	Total	CPAS	Entraide	Seso
2015	5	0	5	0
2016	108	46	55	7
2017	113	57	46	10

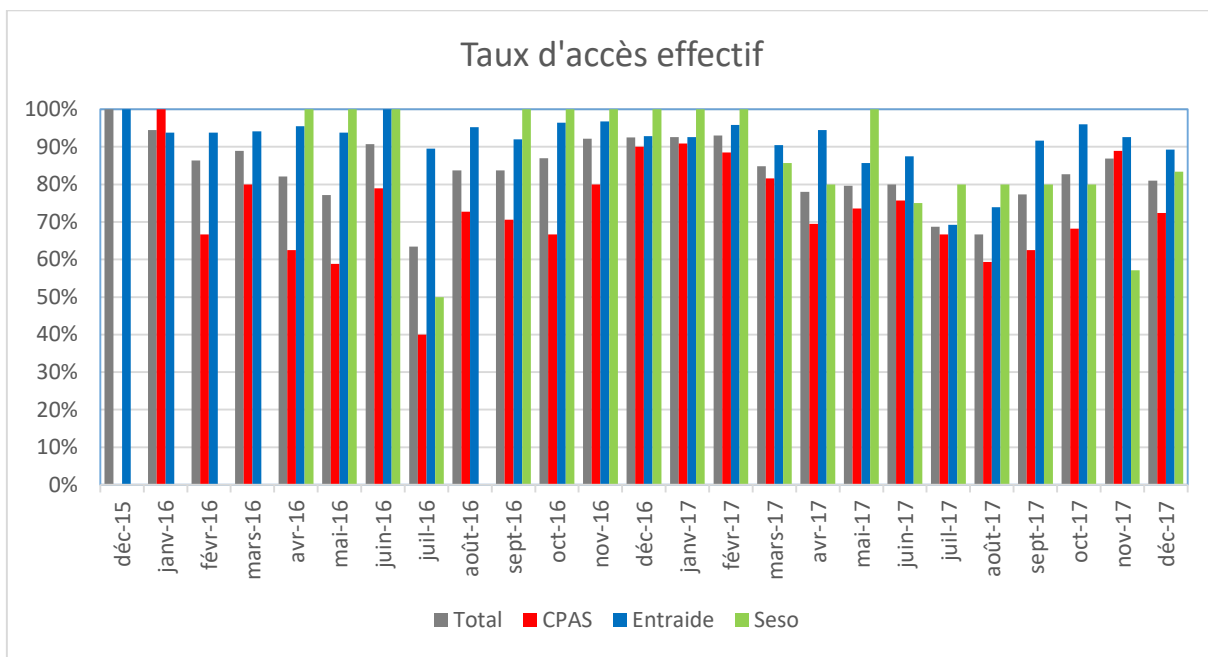
Lorsqu'un ménage a été orienté vers l'épicerie, il doit venir à une « Permanence d'accès » où lui est présenté le fonctionnement et où il est défini un avec lui un créneau d'accès. L'accès est alors « validé ». Le nombre d'accès validés est en légère augmentation et le nombre d'accès annulés est en baisse (passant de 10 à 6), signe de l'appropriation progressive par les services prescripteurs du dispositif.



Total	CPAS	Entraide	Seso
-------	------	----------	------

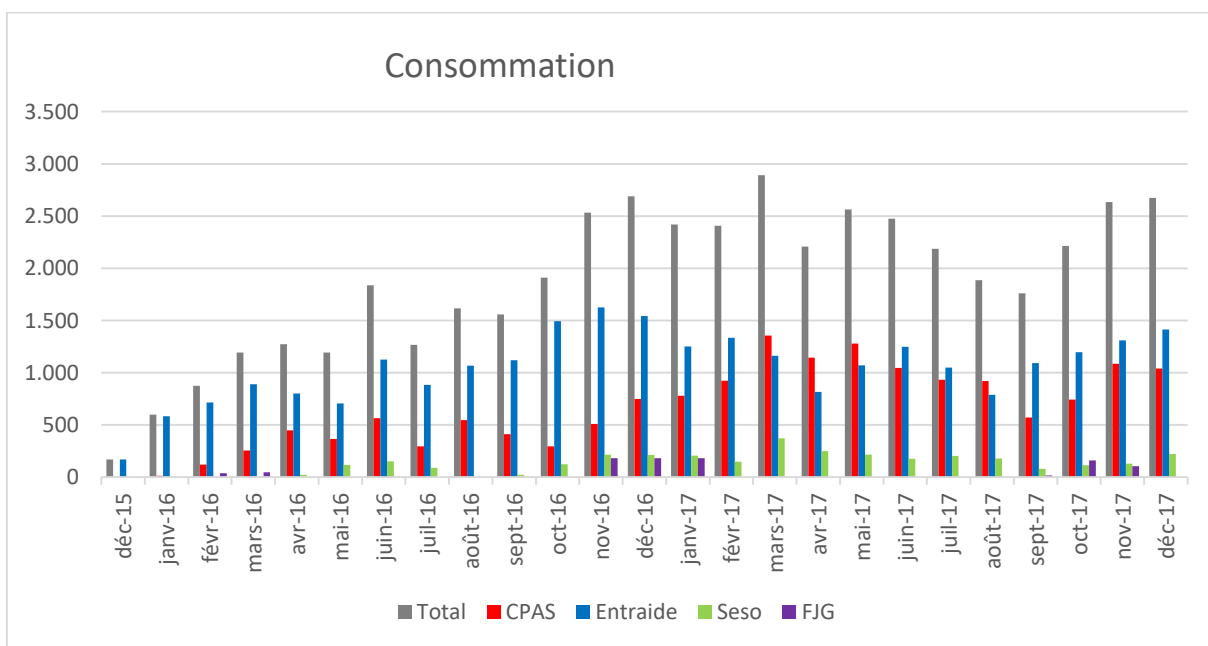
2015	6	0	6	0
2016	77	16	54	7
2017	92	18	61	13

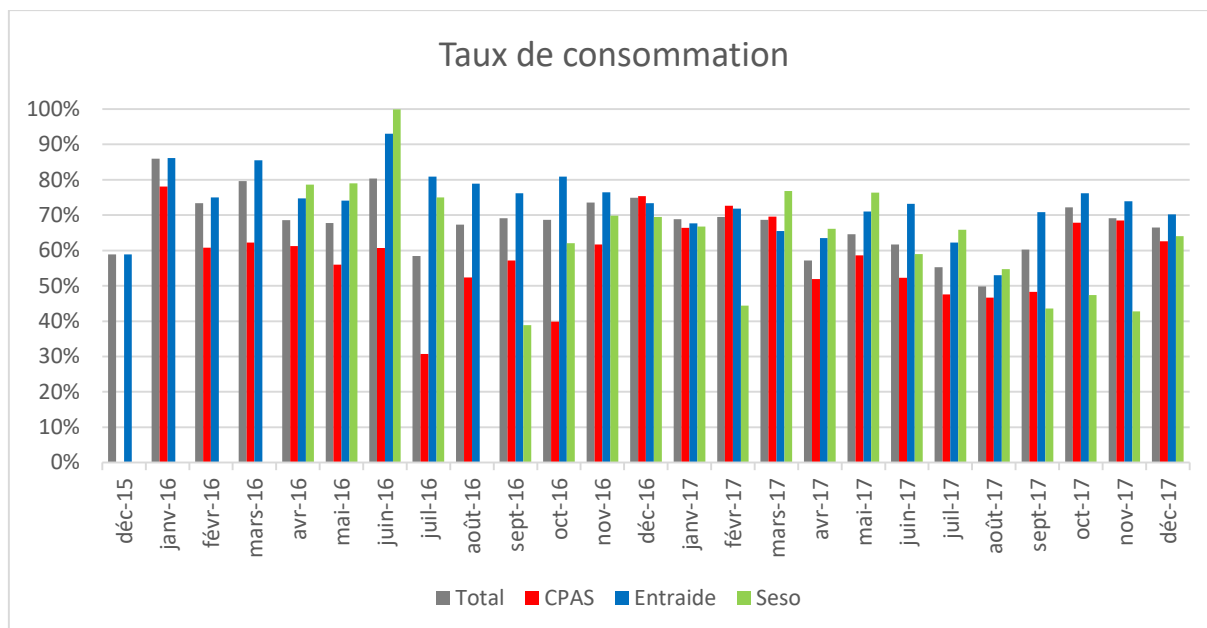
Un accès est effectif lorsque le ménage est venu faire au moins une fois des achats. Il y a une croissance des accès effectifs en 2017 par rapport à 2016.



Le taux d'accès effectif est le rapport entre le nombre de ménages pouvant venir faire leurs courses et ceux pouvant venir faire leurs courses (accès validés).

Comme en 2016, ce taux a fortement varié en 2017. Les ménages ont davantage tendance à venir faire des achats pendant les mois froids que pendant les moins chauds.





Fréquentation et consommation semblent étroitement liées. Les taux de fréquentation et de consommation suivent les mêmes tendances : plus hauts pendant les mois froids et plus faibles les mois chauds. Les creux et hauts sont ainsi accentués sur le graphe de consommations par rapport au graphe de fréquentation.

Il est à noter également que les montants dépensés sont plus importants pour les usagers de l'Entraide que pour ceux du CPAS du fait d'un taux de consommation plus important mais également du fait de la typologie des ménages : davantage de familles orientées par l'Entraide et d'isolés par le CPAS.

6. ACTIVITÉ CONSOMMATION

6.1. Objectifs

En croisant aide alimentaire et aide à la consommation, Epi St.Gilles s'est donné pour objectifs de permettre aux ménages saint-gillois fragilisés de :

- S'alimenter en liant plaisir, goût, santé et moyens financiers
 - o Manger à sa faim
 - o (re)Trouver le plaisir de s'alimenter : prendre/gérer le temps
 - o S'approprier ou se réapproprier un savoir-faire culinaire
 - o Prendre conscience des pièges à l'alimentation et des risques pour la santé
- Acheter les produits les plus adaptés pour un rapport qualité/prix favorable
 - o Décoder les pièges à la consommation
 - o Savoir où faire ses achats
 - o Gérer son budget et ses dépenses
- Gagner en autonomie
 - o Connaître et solliciter les services d'appui à Saint Gilles
 - o Envisager sa consommation au-delà de l'aide de l'ASBL
 - o Rencontrer d'autres Saint-Gillois avec qui échanger trucs-et-astuces

Ces objectifs stratégiques impliquent une montée en régime et en compétence de l'activité consommation. Les objectifs poursuivis sont ainsi de 2017 à 2020 :

- Préciser qui est (sont) le(s) public(s)-cible d'Epi St.Gilles
- Préciser les ressorts, la méthode et les outils relatifs à la consommation à employer : au sein de l'ASBL (en prenant en compte la dimension ISP notamment) et en relation avec son environnement (services sociaux et Eco&Co notamment)
- Développer une expertise interne d'approche du public et de travail sur la consommation
- Préciser les pistes de « l'à-côté-aide » / « l'après-aide »

En effet, début 2017, l'ASBL a une « idée » de qui est son public et de ses besoins développée lors de l'émergence du projet. Si celle-ci a été construite en s'appuyant sur les regards des acteurs sociaux qui les accompagnent au quotidien, comme la consommation (principalement alimentaire) est un champs d'intervention quasi-nouveau pour l'ensemble de ces acteurs, il est nécessaire d'affiner les regards.

En 2015 et 2016, un premier travail d'émergence de méthode et d'outils a été conduit. En 2017, ce travail s'est amplifié via un projet supporté par Bruxelles Environnement (Good Food) pour trois ans (mais via reconduction annuelle).

6.2. Un socle pour développer

6.2.1. Une organisation prévue pour aborder la consommation, mais fortement à renforcer

L'accueil des clients a été défini afin d'aborder avec eux les problématiques liées à la consommation. Ainsi, chacun dispose d'un créneau de 15 minutes où il se trouve seul dans le magasin pour pouvoir faire ses courses. Il peut ainsi prendre le temps de construire des choix, en s'appuyant notamment sur les Vendeurs. Cette organisation a été assouplie en cours d'année afin de donner plus de liberté au client dans l'accès au magasin. Il est donné la possibilité à chacun de venir sur une plage horaire étendue, c'est-à-dire sur la plage pendant laquelle le magasin est ouvert (entre 10h45 et 12h15 ou entre 13h et 16h les lundi, mardi, mercredi et jeudi et entre 9h et 12h15 le vendredi). Un test sur plusieurs mois avait été conduit pour les clients du mercredi après-midi. Il s'est avéré que la fréquentation est assez répartie. Si un client se présente alors qu'un ou deux autres sont déjà en train de faire leurs courses, il lui est demandé de patienter : l'espace d'accueil le permettant. Cela permet en outre d'engager une discussion sur sa consommation, les produits mis en vente, etc.

Les deux Vendeurs (et le Coordinateur lorsqu'un des travailleurs n'est pas disponible) interviennent auprès des clients pour éclairer leurs choix et promouvoir différents outils d'aide à la consommation externes ; notamment ceux de Bruxelles Environnement (calendrier des légumes et fruits de saison par exemple) et les ateliers relatifs à la consommation d'Eco&Co. Les outils déployés dans les rayonnages sont employés quand cela est vu comme opportun. Les Vendeurs conduisent ainsi un premier niveau d'information.

Investir le champ de la consommation s'avère d'autant moins aisé que le format d'organisation est construit autour de sa dimension Insertion Socio-Professionnelle. Structure de l'ISP, Epi St.Gilles emploie du personnel en insertion dont les connaissances sur la consommation/alimentation durable ne sont pas (et ne peuvent pas être) un prérequis lors des recrutements. Formés tout au long de leur présence (un an en général), ces travailleurs sont en mesure d'apporter aux clients nombre de suggestions. Cependant, il ne s'agit que d'un premier (assez faible) niveau d'information et les points de focalisation, pour être maîtrisés et efficaces, doivent être peu nombreux et précis.

Les ménages précaires sont en outre de plus en plus mis « sous pression » pour adapter leurs comportements. Et si changer de comportement n'est en soi pas évident lorsqu'on croule sous les difficultés, dans le cas de l'alimentation, l'enjeu est d'autant plus fort que l'(auto)culpabilisation est forte ou que l'information est dense et parfois contradictoire. Ainsi, si un premier niveau d'information s'avère utile pour le parcours et pertinent au contact des clients, il convient de voir à combler le gap entre les besoins des clients et les capacités des Vendeurs en assurant pleinement un travail social individualisé. Cela est d'autant plus vrai que le nombre d'entrées sur la consommation est élevé, appelant une expertise tant large que fine.

Il était prévu pour 2017 l'approfondissement de la méthodologie et le déploiement de nouveaux outils. La multiplicité des entrées et surtout le manque d'expertise n'a pas permis dans l'année d'atteindre les objectifs fixés. Des outils ont été entamés sans parvenir à les terminer. On peut citer le cas d'un outil visant à éclairer les choix des clients dans l'achat des graisses. Entre huile raffinée ou non, les différentes huiles disponibles, leurs prix, les débats sur le beurre, les enjeux diététiques

6.2.2. Passer d'une connaissance générale du public via les professionnels à une connaissance des publics au contact des publics eux-mêmes

Le projet a été lancé en s'appuyant sur les services sociaux des organisations membres de l'ASBL. Il est ainsi fortement marqué par ce que les Travailleurs sociaux pensent devoir être fait. Si leur concours a été (et reste) essentiel et leurs connaissances utiles pour dessiner le projet et le mettre en place, les besoins aujourd'hui amènent aussi à envisager le travail en partant des clients. Investir le champ de la consommation implique de connaître les usagers, leurs conditions de vie autant que leurs modes de consommation. Si les services sociaux partenaires connaissent en général leurs usagers, les éléments relatifs à leur mode de consommation sont peu connus. Le changement de comportement implique en outre l'intérêt et la motivation de celui visé.

A partir de l'été, la liste des produits vendus a été revisitée sur base d'une enquête. Chaque client a été sondé sur le typologie de produits vendus, les goûts et les prix, les produits présents ou absents. Différents questionnaires ont été produits (un Général et différents focus : Hygiène féminine, Epices et Poissons) et employés à fonction du temps que pouvait/voulait consacrer le ménage.

Ce travail a permis d'alimenter les réflexions et les choix de produits à mettre en vente.

Il convient cependant de constater que la démarche doit être élargie aux modes de consommation, aux contraintes qui se posent chez les clients autant que celles qui s'imposent dans leur environnement d'achat. Il convient enfin de prendre en compte les éléments autres paramètres des modes de consommation (culture et plaisir par exemple).

En reprenant spécifiquement la gamme de produits mis en vente : Le projet a été pensé pour s'adresser au plus grand nombre quand bien même les modes de consommation peuvent être forts différents et les approches doivent être individualisées. Ainsi, l'apriori de départ a été de se dire que le public de l'épicerie se nourrit en général de produits industriels en grande surface et donc que c'est ce type de produit qui devait être mis en vente et à partir duquel faire des sensibilisations sur les alternatives. Pourtant, nombreux sont les retours mettant en avant des modes de consommation impliquant des passages par les marchés. Il convient ainsi de préciser les modes de consommation pour mieux préciser quels produits mettre en vente.

6.3. Développer

C'est au regard des différents éléments étayés ci-dessus (manque de connaissance et manque d'expertise) qu'un travail plus large a été engagé avec l'appui financier de Bruxelles Environnement.

Dans le cadre de l'appel à projet Good Food en proposant un travail sur trois ans et déployé sur quatre axes :

6.3.1. Axe de travail 1 – Méthodes et outils, de l'accompagnement individualisé au ateliers collectifs

Le travail à conduire sur la consommation, en s'envisageant via des changements de comportement, implique une action sur un temps long et une individualisation de la réponse.

Chaque « parcours » dans l'épicerie prévoit un moment d'accueil au cours duquel sont expliqués la double dimension (aide alimentaire et aide à la consommation) du projet, le fonctionnement et les appuis possibles. De même, chaque mois, les chiffres de fréquentations sont diffusés aux Services sociaux afin d'appuyer leur travail social. Mais comme vu plus haut, ce cadre travail est cependant trop « statique ». Il ne permet pas de préciser les besoins de chaque ménage, d'aller à sa rencontre dans le magasin quand utile et d'élaborer une « dynamique méthodologique ».

Le recrutement d'un animateur social permettra d'assurer d'une part l'accompagnement individuel nécessaire à conduire auprès de chaque travailleur et d'autre part à travailler les typologies d'approche des clients fonction de qui ils sont et de ce avec quoi ils viennent ainsi qu'une méthode d'accompagnement sur le temps long (accroche et appui). Son action s'appuiera dans le magasin sur l'action des vendeurs/animateurs et celle d'Eco&Co.

Le recrutement a été réalisé fin d'année 2017. Il est prévu une prise de fonction de la candidate choisie le 1^{er} janvier 2018. Il s'agit d'un poste à 3/5^{ème}.

6.3.2. Axe de travail 2 – Mobilisation d'un Focus Group

Afin de lever l'ensemble des freins énumérés au changement et de préciser outils et méthode, comme vu plus haut, il est nécessaire de s'appuyer sur les clients. Partir de qui ils sont et de leurs besoins/difficultés/demandes permettra d'avoir un effet levier sur la définition de la méthode et des outils à employer auprès d'eux.

Un focus-group réunissant des clients volontaires sera ainsi constitué. Les travailleurs en insertion de l'ASBL, de par leur parcours (usagers de CPAS) et leur place dans le projet, seront aussi mobilisés. L'animateur social sera en charge de la constitution et de l'animation du groupe.

Il s'agira avec ce groupe :

- De préciser le type d'information / les focus d'information à apporter

- De critiquer les médias existant dans le magasin supports d'information (dépliants sur présentoirs et étiquettes des produits par exemple) et ceux à envisager en plus
- D'envisager les leviers externes complémentaires à ce qui se fait dans le magasin (visites de lieux de fourniture à Saint-Gilles par exemple)
- D'envisager des pistes de sortie de l'aide

Plus globalement, cette démarche permettra à Epi St.Gilles de monter en compétences pour ce qui a trait à la connaissance de son public et de l'animation de celui-ci.

La dynamique du groupe sera celle que ses membres voudront lui donner. Le groupe pourra ainsi durer quelques mois, le temps de répondre à certaines questions et préciser les outils du magasin comme il pourra devenir dans le temps un espace de travail avec les clients de l'ASBL.

L'accès au groupe ne sera ainsi pas limité aux premiers clients sollicités. Sa structuration sera prévue pour permettre l'arrivée et la sortie de clients tout au long de son parcours.

6.3.3.Axe de travail 3: Préciser qui sont les publics accédant à Epi tant en termes socioéconomiques que de consommation via la réalisation d'une enquête

L'action de l'Animateur social au quotidien et auprès du focus group permettra à Epi St.Gilles de connaître davantage son public. La conduite d'une enquête auprès de l'ensemble de ses clients permettra d'avoir une vision plus exhaustive de qui il est.

Epi St.Gilles s'adresse à des ménages saint-gillois dont le budget disponible pour l'alimentation, l'hygiène et l'entretien est faible mais stable dans le temps. Si ce critère permet de se focaliser sur une partie réduite de la population, le public cible de l'ASBL est cependant multiple. Les profils socioéconomiques autant que les habitudes alimentaires, les difficultés sociales ou le rapport à la consommation peuvent être très différents.

Afin de répondre au mieux aux besoins/attente de son public, il est nécessaire qu'Epi St.Gilles connaisse davantage son public. Le travail avec le focus-group permettra d'envisager certaines catégories de ce public. On peut cependant imaginer qu'il ne le représente qu'en partie. Ainsi, afin d'envisager plus finement l'ensemble du public, Epi St.Gilles réalisera une enquête visant à préciser qui il est en termes socioéconomiques et de consommation.

Il s'agira notamment de préciser en fonction du ou des types de revenus et du budget disponible pour l'alimentation, l'hygiène et l'entretien et de la composition de ménage, les habitudes de consommation : produits consommés, lieux de fournitures. Le travail avec le focus-group permettra d'envisager en outre d'aborder les freins au changement de comportement.

Construire une enquête demande des compétences spécifiques non disponibles au sein de l'ASBL (ou chez ses partenaires proches) ; particulièrement pour ce qui a trait à l'exploitation des données récoltées.

Ainsi, il sera recherché un partenariat avec un service ou un professeur d'université (ou d'une grande école) pour ce faire. Il pourra s'agir d'un travail étudiant de fin d'étude ou d'un sujet de travail collectif.

Dans la mesure du possible il sera demandé l'accès à la méthode de construction de l'enquête (de l'élaboration du questionnaire à l'analyse des données en passant par le traitement des données) afin de pouvoir reproduire l'enquête par la suite.

Ce type de partenariat est envisagé pour limiter les besoins de financement.

Il est à noter que si cette enquête peut permettre de préciser qui sont les publics de l'épicerie, il paraît difficile – sans demander du temps et certainement nécessiter des moyens financiers conséquents – d'aborder les questions relatives à la méthode de changement de comportement à employer. Un

travail auprès d'un groupe-cible paraît pour ce faire plus approprié.

Des contacts ont été pris avec Benjamin Wayens, Maître de conférence en Géomarketing et géographie appliquée à l'ULB. Les travaux devraient être engagés au premier semestre 2018.

6.3.4. Axe de travail 4 : Envisager l'après-aide

L'accès au magasin d'Epi St.Gilles s'envisage comme un « coup de pouce ». En effet, en raison de la marge négative propre au modèle d'épicerie sociale, 30% maximum des besoins du ménage-client peuvent être couverts. De même, pour favoriser l'accès au plus grand nombre de ménages fragilisés, l'accès est limité à six mois par an. Les clients doivent ainsi, même s'ils ont accès à l'épicerie sociale, consommer ailleurs. Le travail sur la consommation est ainsi d'autant plus utile.

Parce qu'Epi St.Gilles est un projet neuf, sa fréquentation augmente avec le temps. Ainsi, si pour l'instant, la reconduction de l'aide d'une année sur l'autre est réalisable, vu le nombre théorique de ménages éligible, on peut raisonnablement envisager qu'à terme soit l'accès sera davantage réduit soit qu'il sera dans la durée mais pour un temps limité.

Il est ainsi nécessaire de penser l'après-aide ou l'à-côté-aide.

Il s'agira ainsi de questionner l'environnement d'achat des ménages précaires saint-gillois pour envisager l'accès à moindre cout à des produits de qualité. On peut penser à l'idée de mettre en place un Groupe d'achat par exemple.

6.3.5. Implications organisationnelles pour 2018

En interne de l'ASBL, Animateur social, Animateurs/Vendeurs et Coordinateur s'investiront sur le projet.

L'Animateur social assurera l'accueil et l'appui individualisé des clients. Les Animateurs/Vendeurs interviendront en « backup ». L'Animateur social formera les Animateurs/Vendeurs. Il leur transmettra les informations utiles à communiquer aux clients. Il s'agira d'une information de premier niveau.

L'Animateur social assurera la mise en place et l'animation du focus group. La FdSS et Culture&Santé appuieront son action pour ce faire. Recruter un Animateur compétent en animation et ayant les connaissances utiles en alimentation/consommation durable ET des publics précaires, des formations seront envisagées.

Le Coordinateur assurera la cohérence d'ensemble ; de la mobilisation de l'équipe à celle des partenaires externes. Il pilotera également la structuration de la méthodologie et la définition des outils à développer et investira la recherche de « l'à-côté-aide » / « l'après-aide ».

Il est prévu un recrutement pour un 2/3 temps afin que l'Animateur social soit présent à la venue de chaque client (six demi-journées) et qu'il puisse dégager du temps pour préparer et réunir le focus group.

Il est envisagé que le Focus Group se réunisse une fois toutes les deux ou trois semaines. Il est envisagé un groupe semi ouvert afin que de nouvelles personnes arrivant à l'épicerie puissent rejoindre le groupe. Le fonctionnement de ce groupe sera néanmoins précisé par l'Animateur social avec le groupe.

Si la durée de vue d'un focus groupe est envisagée sur un an, un nouveau groupe pourra être constitué. Il pourrait tout autant être envisagé que ce groupe soit maintenu sur le temps s'il ressort que son emploi permet de favoriser les changements de comportement en lien direct avec le projet de l'épicerie.

7. ACTIVITÉ ISP

7.1. Le projet

7.1.1. Public cible et philosophie

Le projet d'insertion de l'ASBL s'adresse à des demandeurs d'emploi bénéficiaires du revenu d'intégration sociale via le dispositif Article 60§7. La durée du contrat de chaque travailleur en insertion varie fonction de son âge (durée du contrat de 1 à 2 ans) et est dans tous les cas un temps plein (37,5 heures).

L'ASBL met ses travailleurs en insertion en situation d'emploi réel et leur permet d'acquérir, tester et développer des compétences, engranger des connaissances et de se prévaloir d'une expérience utile leur permettant de répondre aux besoins du marché de l'emploi « classique ».

Si l'acquisition et le développement des compétences peut se faire en interne, l'acquisition de certaines connaissances nécessite l'articulation de l'action de l'ASBL avec celle d'acteurs spécialisés dans les domaines visés.

De plus, parce que le manque de formation est rarement le seul obstacle à l'accès ou au retour à l'emploi, l'ASBL vise la levée de l'ensemble des freins permettant l'accès à un emploi.

Ainsi, le projet d'insertion de l'ASBL s'entend comme l'identification et l'emploi de l'ensemble des leviers avec le travailleur en insertion lui permettant de lever les difficultés et de (re)trouver un emploi ; tant pour ce qui a trait à l'acquisition et au développement de compétences via les services de l'ASBL, que l'acquisition de connaissances et le travail social via l'action pilotée par l'ASBL avec ses partenaires.

La vente constitue un créneau du marché du travail que l'ASBL investit comme tremplin pour ses travailleurs en insertion. Les professions de vendeur se retrouvent en effet de manière récurrente dans la liste des « fonctions critiques ». Comme diagnostiqué par Actiris, les difficultés à trouver des candidats pour ces offres sont principalement à imputer à des facteurs d'ordre qualitatif ayant trait au profil recherché par l'employeur, auquel les candidats ne satisfont pas nécessairement. Comme pour les autres professions où le contact avec la clientèle occupe une place importante, les critères de recrutement pour les différentes fonctions de vendeur portent non seulement sur le bilinguisme, mais également sur les aptitudes commerciales et en communication ainsi que sur la présentation du candidat. En outre, une expérience dans la vente ou dans une fonction similaire est généralement requise, ainsi qu'une connaissance préalable des produits à vendre.

Ainsi, les travailleurs en insertion de l'ASBL, en investissant le champ des aptitudes commerciales en se testant, en expérimentant et donc en acquérant une expérience, ont une réelle chance d'insertion dans le monde du travail après leur passage par notre ASBL.

Le développement du bagage professionnel et la levée des autres freins à l'emploi implique une démarche volontaire du travailleur. L'ASBL identifie avec lui les leviers à employer et apporte son soutien dans leur emploi. Cette démarche permet au travailleur d'être acteur de son émancipation. La motivation du travailleur est ainsi essentielle. Il est nécessaire qu'il soit volontaire et motivé pour le métier visé autant que le poste de travail proposé et le cadre de travail envisagé.

Le corollaire de la motivation du travailleur est sa participation. Elle s'avère un facteur supplémentaire de formation et d'intégration professionnelle, en agissant sur la confiance en soi, la prise de décision et l'action. Elle s'envisage comme une démarche de rencontre entre le cadre apporté par l'ASBL d'une part en apportant l'ensemble des moyens permettant au travailleur de s'approprier son outil de travail et la place donnée au travailleur pour construire des décisions impactant son travail au quotidien. Il est consulté autant qu'associé à la mise en œuvre des décisions prises.

7.1.2. Postes en insertion

Conséquence de la philosophie présentée ci-dessus, il y a une nécessaire adéquation entre les besoins du marché de l'emploi et les postes proposés au sein de l'ASBL.

Ainsi, quatre postes en insertion sur deux types de fonctions sont prévus et correspondent à des fonctions existantes sur le marché classique :

- Vendeur
- Magasinier / Réassortisseur

En 2016, 2017 et 2018, seuls les postes de Vendeur sont mis en place (deux créés en 2016). La raison en est la disponibilité des locaux et la jeunesse du projet. Pour rappel, le déploiement du projet s'établit en deux temps : de 2016 à 2018 dans des locaux temporaires (rez commerciaux) et à partir de 2019 dans des locaux spécifiquement prévus (projet dit du Pigeonnier).

Les locaux employés temporairement ne disposent pas d'une salle de stockage et amènent à gérer l'activité à flux tendu. Ainsi, si les missions de magasinage et réassort sont à assurer, elles ne représentent pas une charge suffisante pour justifier la création de postes spécifiques. Ces missions sont ainsi assumées par les travailleurs employés sur les deux postes de Vendeur.

Le format de deux Vendeurs a été défini en fonction de plusieurs paramètres :

- La capacité d'accueil du public :
 - o Les locaux sont constitués de deux rez commerciaux joint par un couloir au fond. D'un côté se fait l'entrée et de l'autre la sortie. Ainsi, d'un côté se trouvent l'Accueil et la première partie du magasin occupés par un Vendeur/Animateur dont la fonction principale est l'accueil et le conseil. De l'autre côté se trouvent la seconde partie du magasin et la Caisse occupés par l'autre Vendeur/Animateur dont la fonction principale est la gestion et le conseil. Les deux postes sont alternés chaque semaine.
 - o Chaque client dispose d'un créneau d'un quart d'heure pour faire ses courses et interagir avec les Vendeurs/Animateurs. Ainsi, en rythme de croisière, il est prévu 70 créneaux d'accès par semaine répartis sur 6 demi-journées. La gestion de l'accueil/conseil et de la caisse/conseil nécessite ainsi deux travailleurs en même temps.
- La capacité de vente : Comme la gestion se fait à flux tendu, il est nécessaire de réapprovisionner le magasin régulièrement. Deux demies journées sont prévues à cet effet. Afin de faciliter le déplacement et la gestion des achats chez les fournisseurs (Colruyt aujourd'hui essentiellement), la constitution d'un binôme a été privilégiée : les deux Vendeurs/Animateurs.

Lorsque l'ASBL occupera les nouveaux locaux, la répartition des fonctions sera conservée. Avec une salle de stockage disponible et d'un magasin de plus grande capacité, les capacités d'accueil seront revues à la hausse.

Il est à noter que deux demies journées sont « sanctuarisées » : une pour le rangement et le nettoyage des locaux (vendredi après-midi) et l'autre pour la vie d'équipe / moments à destination des travailleurs (lundi matin).

7.2. Organisation interne

7.2.1. Le recrutement

Tous les cinq-six mois, l'ASBL sollicite le Secteur Emploi du CPAS afin de lancer un nouveau recrutement.

Elle transmet au service compétent (Passerelle du Secteur Emploi) le descriptif de fonction. Le service identifie alors des personnes dont l'orientation professionnelle, le profil et la motivation correspondent. Sur base des propositions de profils, le Coordinateur de l'ASBL en sélectionne plusieurs et conduit un entretien oral. Au cours de ce dernier, il fait passer un petit test en calcul et un petit test de connaissances informatiques.

Plusieurs critères et tests de sélection sont employés :

- Formation et expérience en relation avec la fonction
- Motivation et projet professionnel en relation avec la fonction
- Connaissances de base en calcul
- Connaissances de base en informatique

Ces éléments servent tout autant à choisir le travailleur qu'à identifier les éléments de formation sur lesquels appuyer dès son entrée en fonction.

Lors de ce recrutement, sont mis en avant le contexte spécifique d'insertion de l'ASBL ; notamment les opportunités de formation.

Le Coordinateur choisit le candidat et informe le CPAS afin d'acter et finaliser le recrutement.

Il est à noter que les recrutements se font tous les cinq-six mois afin d'assurer une continuité de service et une intégration facilitée des nouveaux travailleurs.

A leur arrivée, les travailleurs en insertion sont dans un premier temps accompagnés et briefés pour conduire les courses. Dans un second temps, ils sont mis en situation de faire. Le Coordinateur pilote l'ensemble des étapes et s'appuie sur le mode binôme pour ce faire. Le regard ponctuel et l'espace d'échange permettent d'identifier et de lever les freins éventuels. Ainsi, les travailleurs, chacun leur tour chaque semaine (un travailleur assure la gestion de l'accueil quand l'autre assure la caisse et le pilotage des courses), ils screenent les rayons, questionnent l'opportunité (fonction de la place disponible dans les rayons, des dates de péremption/DLC, de la place disponible dans la camionnette, du conditionnement des produits en magasin Colruyt) en type de produits et volumes ce qui est à acheter. Ils sont amenés à employer l'outil informatique (Excel, Logistics, impression) pour ce faire.

Les travailleurs se répartissent, sous la supervision du Coordinateur, des courses à faire dans le magasin. Pour le moment, c'est le Coordinateur qui assure le paiement. A terme, avec l'emploi d'un vélo cargo fin 2016, les travailleurs auront la charge de la facturation ; le paiement restant à charge du Coordinateur ; l'emploi d'une carte Promesse de Colruyt le permettant.

Les travailleurs assurent ensuite l'encodage (via Logistics) et le réassort des rayons.

De la même manière, les travailleurs sont accompagnés à leur arrivée par le Coordinateur sur les tâches relatives à l'Accueil/Animation d'une part et à la Caisse/Animation d'autre part.

Chaque travailleur, lorsque le temps le lui permet investit l'espace Magasin qu'il a en charge pour le remettre en ordre avant l'arrivée d'un nouveau client.

7.2.2.L'accompagnement et l'encadrement

Du fait des spécificités du dispositif Article 60§7, l'ASBL et le Secteur Emploi du CPAS collaborent à l'accompagnement des travailleurs en insertion. Néanmoins, parce que l'ASBL a un projet ISP propre, elle assure l'encadrement technique et la formation des travailleurs et pilote l'accompagnement social en s'appuyant sur l'action du CPAS.

7.2.2.1. Accompagnement psychosocial dans le cadre d'un accompagnement d'accès à l'emploi global

Le Coordinateur identifie avec les travailleurs les difficultés qu'ils peuvent rencontrer et les oriente vers les acteurs les plus à même de répondre à leurs besoins. L'organisation du travail est en outre pensée pour que les travailleurs puissent prendre contact et/ou s'absenter pour les rencontrer pendant leurs heures de travail.

Le Coordinateur ne conduit cependant qu'un premier niveau d'accompagnement. Il n'est en effet pas Assistant social et une claire séparation doit être faite entre accompagnement social et encadrement. Le Coordinateur s'appuie ainsi sur les services du CPAS pour relayer les besoins/difficultés identifiés et engager des démarches sociales plus poussées.

Le CPAS via son Secteur Emploi assure un accompagnement dans la durée de ses usagers vers l'emploi qui peut prendre des formes diverses, fonction de la typologie « d'utilisateurs » avec lesquels il collabore. Comme Epi St.Gilles déploie un projet ISP propre, l'intervention du CPAS se limite à un accompagnement psychosocial.

Afin d'assurer la cohérence des actions du CPAS et de l'ASBL, des réunions trimestrielles réunissant Travailleur, Agent d'insertion et Coordinateur sont organisées. Il s'agit de moments évaluatifs et de réflexion, permettent d'assurer un suivi global et structuré du Travailleur dans l'ASBL et de préparer sa sortie. La relation nouée permet en outre d'appuyer l'accompagnement psychosocial du CPAS à l'initiative du Coordinateur.

7.2.2.2. Encadrement interne

Le Coordinateur de l'ASBL assure l'encadrement quotidien.

L'encadrement est particulièrement important au cours des trois premiers mois. Il vise à accompagner l'arrivée du nouveau travailleur dans l'entreprise et sur son poste. Au bout de trois mois, une première évaluation est faite. Elle vise notamment à questionner le projet professionnel du travailleur, à identifier les freins et les leviers d'accès à l'emploi à employer (formation notamment) et à les mettre en œuvre. Tous les trois mois ensuite, de nouvelles rencontres ont lieu pour faire des évaluations et faire le point sur l'action des travailleurs dans l'entreprises et poursuivre la projection pour la suite.

En 2016, des réunions hebdomadaires d'équipe avaient été mises en place afin de favoriser la transmission d'information (remontées de terrain et précisions sur des procédures par exemple) autant que la résolution collective de problèmes. Cependant, le petit format d'équipe (3 personnes) permet tout au long de la semaine des communications sans qu'un moment d'équipe régulier ne doive être prévu. Le Coordinateur sollicite (ou est sollicité) et rencontre individuellement chacun des travailleurs quand cela s'avère utile. Il est à noter que si la direction du travailleur se réduit avec le temps, la supervision demeure. En 2017, ces réunions collectives n'ont ainsi plus été faites.

Cependant, ces moments collectifs permettent de favoriser l'esprit d'équipe et la motivation des travailleurs. Et comme l'ASBL s'est lancée en fin d'année 2017 dans le recrutement d'un animateur social et qu'elle vise la mise à l'emploi à terme de quatre travailleurs en insertion (via le dispositif Article 60 § 7), il conviendra de remettre en place des réunions hebdomadaires en 2018.

7.3. La formation

7.3.1. Qui fait quoi et dans quel cadre

Epi St.Gilles s'appuie sur trois niveaux d'intervention de formation :

- A l'interne, le Coordinateur (Encadrant technique / Formateur) assure la transmission de connaissances de premier niveau de façon théorique et avec la mise en pratique quotidienne
- A l'externe, lorsque le besoin est plus dense :

- Soit via les dispositifs de formation proposés par le CPAS de Saint-Gilles dans le cadre du conventionnement qu'il le lie à l'ASBL
- Soit via les organismes de formation bruxellois. Afin de favoriser une souplesse d'emploi, vu la taille de l'équipe, il n'est pas recherché de conventionnement avec des acteurs particuliers. Fonction cependant du besoin, si celui-ci est récurrent, cela pourra être le cas.

Dans le cadre du conventionnement avec le CPAS de Saint-Gilles, deux dispositifs sont employés :

- Eco&Co, service de prévention du CPAS et du Cafa ASBL, proposant des ateliers sur la consommation, la gestion de l'énergie, de l'eau, le logement, etc.
- Les modules de formation à la carte proposés par le CPAS en partenariat avec Bruxelles Formation et mis en place au second semestre 2017.

Le planning hebdomadaire et l'organisation interne ont été définis pour permettre la formation des travailleurs. Le lundi matin est une demie journée « sanctuarisée » pour la formation et la vie d'équipe.

Les formations extérieures courtes (d'une à vingt demi-journées) sont envisagées. Lorsqu'un travailleur est en formation, le Coordinateur prend sa place.

Dans les trois premiers mois, le Coordinateur assure la formation du travailleur comme défini plus haut. Le fonctionnement en binôme permet en parallèle et par la suite aux travailleurs de pousser l'apprentissage, notamment de relation d'équipe ; le Coordinateur restant en veille en cas de besoin et répondant aux sollicitations sur demande. La charge de travail du Coordinateur a été définie en fonction.

Il est à noter que 1.000 euros sont budgétés chaque année pour les formations par travailleur en insertion.

7.3.2. Une démarche autour des besoins du travailleur

Dans les trois premiers mois suivant l'arrivée du travailleur, un plan de formation est suivi par le nouveau travailleur, fonction des besoins identifiés lors de son recrutement (via test) et de son arrivée dans l'entreprise. Il est pensé pour répondre aux besoins de bases sur le poste de Vendeur ; au sein de l'entreprise en premier lieu. Il s'agit autant de faire monter en compétences le travailleur que de lui transmettre les connaissances nécessaires à ses missions :

	Description	Objectifs à destination du travailleur	Objectifs à destination de l'entreprise	Modalités
Mathématiques de base	Apprentissage ou révision des calculs et expressions mathématiques simples (additions, soustractions, multiplications, divisions, pourcentages, mesures)	Mise à niveau quant aux besoins de base sur le métier	Gestion du stock, des achats et de la caisse facilitée	Assuré par le Coordinateur en direct dans la pratique en s'appuyant sur la tâche quotidienne de définition du réassort. Fonction du besoin, apprentissage en autonomie via une formation à distance (exemple : EID) ou inscription à un module sur site en collectif. Pas de conventions
Informatique de base	Découverte ou rappel et approfondissement de ce qu'est un ordinateur, un OS, internet et des logiciels de bureautique	Mise à niveau quant aux besoins de base sur le métier Démystifier la machine électronique, amener toute personne à aborder sereinement l'outil informatique et à l'utiliser pour des tâches simples.	Emploi des outils informatiques standards (niveau simple)	Assuré par le Coordinateur en direct dans la pratique des tâches quotidiennes (mail, outil de gestion Logistics et réassort notamment). Fonction du besoin, formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Logistics	Apprentissage de l'emploi de l'outil de gestion Logistics de l'ASBL (accueil clients, gestion de stock, gestion des achats et caisse)	Connaissance d'un outil de gestion	Emploi de l'outil de l'ASBL	Assuré par le Coordinateur en direct et/puis appui sur les différentes procédures (accueil, stock, achats, caisse) Une fois une heure pour la présentation générale puis accompagnement à l'emploi en situation réelle d'accueil et/ou de vente pendant une semaine (donc deux semaines en tout puisque les travaillent alternent chaque semaine le poste d'accueil et le poste de caisse)
Gestion de stock et de rayons	Savoir organiser, présenter, faire attention aux dates (péremption, DLC), etc. Encoder les produits et mettre en rayon Nettoyage des locaux	Connaitre et savoir gérer un stock et des rayons	Gérer le stock et les rayons du magasin	Assuré par le Coordinateur en direct et/puis appui sur une procédure de gestion de stock Une fois une heure pour la présentation générale puis accompagnement à l'emploi en situation réelle d'accueil et/ou de vente pendant une semaine avec le Coordinateur
Gestion des achats	Etablir une liste de courses (via Excel), gérer les achats en magasin (faire un circuit, organiser un chariot-plateau, suivre l'encodage en caisse, etc.), gérer le transport du frais et des surgelés, etc.	Connaitre et savoir gérer des achats et des livraisons	Gérer les achats et les livraisons pour le magasin	Assuré par le Coordinateur en direct et/puis appui sur une procédure d'achat Une fois une heure pour la présentation générale puis accompagnement à l'emploi en situation réelle d'accueil et/ou de vente pendant une semaine avec le Coordinateur

				Ensuite binôme avec l'autre Travailleur en insertion à chaque moment d'achats (deux fois deux heures chaque semaine)
Gestion de caisse	Employer le portefeuille clients, encoder des produits (avec douchette ou manuellement), assurer le paiement Ouvrir et clôturer une caisse	Connaitre et savoir gérer une caisse	Gérer la caisse du magasin	Assuré par le Coordinateur en direct et/puis appui sur une procédure de caisse Assuré par le Coordinateur en direct et/puis appui sur une procédure d'achat Une fois une heure pour la présentation générale puis accompagnement à l'emploi en situation réelle d'accueil et/ou de vente pendant une semaine avec le Coordinateur (donc deux semaines en tout puisque les travaillent alternent chaque semaine le poste d'accueil et le poste de caisse)
Gérer l'accueil du public	L'accueil est un état d'esprit et un art de communiquer une image. Initiez-vous de façon interactive et pratique aux différents ingrédients d'un accueil professionnel réussi.	Comprendre les enjeux d'un bon accueil Intégrer les principes de base d'un accueil réussi et acquérir les bons réflexes professionnels Rendre sa communication claire et efficace Développer une attitude orientée usagers Éprouver les spécificités de l'accueil face à face et de l'accueil téléphonique S'outiller pour faire face à une large palette de situations d'accueil complexes et d'usagers « difficiles »	Gérer l'accueil du public, des clients	Formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
	Explorer l'agressivité sous toutes ses formes : prendre conscience de ce qui la provoque chez nous et chez les autres, identifier les comportements agressifs et y répondre de manière constructive.	Mieux se connaître face à l'agressivité ; celle des autres... et la nôtre ! Identifier, comprendre et faire face positivement à un comportement agressif Réduire l'impact émotionnel de l'agressivité	Comprendre et gérer l'agressivité	Formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Déplacements sur route	Apprentissage des éléments de base du code de la route	Mettre sur la voie du permis de conduire (partie théorique)	Assurer des déplacements et le	En interne via un outil d'apprentissage du code de la route De 2 à 3 heures par semaine pendant autant de semaines que nécessaire (jusqu'à 8)

	Apprentissage de l'emploi d'un vélo	Acquérir la compétence d'emploi d'un autre mode de transport	transport de marchandises sécurisés	Assuré par le Coordinateur en direct Apprentissage sur parking (quand utile) puis coaching sur route. Fréquence et durée fonction des besoins (1 heure sur parking de 1 à 3 semaines consécutives puis de 1 à 2 heures sur route de 1 à 4 semaines consécutives) Accompagnement pour faire les courses pendant les premières semaines (de 1 à 4 semaines consécutives)
Hygiène et sécurité de la chaîne alimentaire	Conditionnement des produits (surgelés et frais notamment) dans le magasin ou dans le transport Hygiène corporelle	Connaitre le cadre légal et savoir le respecter	Connaitre le cadre légal et savoir le respecter dans le magasin	Formations externes Afsca gratuites organisées via la FdSS (notamment) Durée moyenne : 3 heures Coût : nul Pas de convention, la FdSS proposant régulièrement cette formation à l'ensemble des structures de l'aide alimentaire
Accueil/Conseil/Animation	Suivi d'ateliers relatifs à la consommation : - Bien louer droits et devoirs, - Déménagement mode d'emploi - Eau, trucs et astuces - Gérer son budget - Gaz et électricité, trucs et astuces - Alimentation : cuisinons ensemble - Alimentation : notre consommation à la loupe - Mes papiers, par où commencer - Recyclage et tri des déchets - Confectionner ses produits d'entretien	Apprendre/parfaire ses connaissances relatives à la consommation	Accueillir et conseiller les clients. Animer dans le magasin des outils d'aide à la consommation Information les ménages-clients (premier niveau d'information)	Ateliers organisés et animés par le CafA ASBL via son service Eco&Co à destination des saint-gillois. Durée moyenne : 3 heures par atelier Coût : nul
	Jeux de rôles et mises en situation d'accueil, d'animation consommation	Connaitre et déployer des aptitudes relationnelles à la gestion d'une relation client (écoute, conseil, savoirs être)		Avec l'ensemble de l'équipe, en appui sur un « discours type » et une procédure d'accueil 1 x 2 heures régulièrement

Il est à noter que le plan est adapté en fonction des connaissances et compétences maîtrisées et identifiées avec le Travailleur par le Coordinateur.

Après trois mois au sein de l'entreprise, un plan de formation individuel est défini avec le Travailleur afin de répondre à ses besoins plus spécifiques au regard de son projet professionnel ; les métiers de la vente étant multiples.

L'ASBL s'appuie pour ce faire sur le réseau bruxellois de la formation et les modules proposés par le CPAS de Saint-Gilles dans le cadre de son partenariat avec Bruxelles Formation :

Description	Objectifs	Modalités
Apprentissage du Français	Maitrise du Français dans un contexte professionnel	Via école de promotion sociale (EPFC, CVO, etc.)
Apprentissage du Néerlandais	Maitrise du Néerlandais dans un contexte professionnel	Via école de promotion sociale (EPFC, CVO, etc.)
Atelier pratique de gestion du stress	Prendre conscience des attitudes et habitudes qui augmentent notre niveau de stress Prendre du recul, se retrouver, se recentrer et se ré-energétiser. S'approprier, s'exercer à des techniques référencées et des exercices simples praticables au bureau sans matériel et sans prérequis.	Formation de trois demi-jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Booster sa concentration	Améliorer sa capacité de concentration dans son quotidien professionnel, en tenant compte des contraintes professionnelles et du mode de fonctionnement de chacun Développer et renforcer son pouvoir de concentration à court et à long terme Augmenter sa force de résistance pour maintenir la concentration Se familiariser à différents outils et techniques de concentration	Formation de un jour proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Comprendre nos différences culturelles pour mieux collaborer	Découvrir les éléments constitutifs de l'identité Reconnaître les grandes différences culturelles Prendre conscience des éléments qui favorisent l'incompréhension Entrer dans un processus de respect des différences et d'expression juste permettant de mieux fonctionner ensemble.	Formation de un jour proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
M'organiser, gérer mon temps et mes priorités	Prendre conscience des bénéfices de la gestion du temps Augmenter son efficacité personnelle et réduire les facteurs de stress Prendre du recul sur sa propre manière de gérer son temps	Formation de un jour proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation

	<p>Apprendre à identifier les éléments perturbateurs et les « mangeurs de temps »</p> <p>Se familiariser à différents outils et techniques de planification</p> <p>Découvrir des méthodes d'organisation et de classement utiles pour gagner du temps</p>	
Quelques clés pour prévenir les conflits... ou les gérer !	<p>Apprivoiser le conflit</p> <p>Décoder son origine</p> <p>Se comporter de manière constructive face à différents types de personnalités</p> <p>Discerner les solutions durables</p>	Formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Rédiger des emails et des courriers efficaces	<p>Sélectionner le bon média</p> <p>Structurer ses idées en choisissant le plan adapté</p> <p>Connaître les règles de lisibilité</p> <p>Développer son esprit de synthèse</p> <p>Rendre ses écrits attractifs</p>	Formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Retrouver confiance en son écriture	<p>Démystifier l'acte d'écrire</p> <p>Dépasser l'angoisse de la page blanche</p> <p>Retrouver confiance en son écriture</p> <p>S'ouvrir à son potentiel créatif et à son imaginaire</p> <p>Intégrer les déclics appris pour améliorer ses écrits professionnels</p>	Formation de un jour proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Travailler en équipe	<p>Comprendre le fonctionnement d'une équipe et les enjeux d'un travail d'équipe</p> <p>Poser les bases d'un travail d'équipe efficace dans un environnement agréable</p> <p>Communiquer avec ses collègues sans tensions</p> <p>Dire des choses difficiles sans détériorer la relation</p> <p>Percevoir les tensions à temps et poser les actes pour désamorcer le conflit</p>	Formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Internet : l'essentiel du web et de la messagerie	Découvrir Internet et ses utilisations les plus courantes	Formation de deux jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation

Word Bases	Réaliser, mettre en page et présenter des documents divers	Formation de quatre jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Excel Bases	Initier aux manipulations de base d'un tableur	Formation de quatre jours proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Excel : Formules et fonctions	Maîtriser un tableur	Formation de un jour proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation
Outlook — Messagerie	Découvrir le service de messagerie d'Outlook et utiliser les options et fonctionnalités liées au courrier électronique et aux contacts	Formation de un jour proposée chaque semestre dans le cadre du partenariat CPAS-Bruxelles Formation

Si pour une raison ou pour une autre, le suivi d'un des modules envisagés ne peut se faire, il est recherché le suivi d'un module du même type ailleurs.

D'autres formations, fonction des besoins du travailleur, peuvent être recherchés

7.3.3. Formations externes suivies par les travailleurs en 2017

Prénom du travailleur	Nom du travailleur	Date de début de contrat	Date de fin de contrat	Du	Au	Durée en jours	Par qui	Quoi
XXXX	XXX	15/06/2016	14/06/2017	31-janv.-17	13-juin-17	16	EPFC	Néerlandais Niveau 0
				17-mars-17	17-mars-17	0,5	Eco&Co	Recyclage et tri des déchets
XXXX	XXX	15/02/2017	14/02/2019	16-févr.-17	16-févr.-17	0,5	Eco&Co	Alimentation: notre consommation à la loupe
				21-févr.-17	21-févr.-17	0,5	Eco&Co	Eau, trucs et astuces
				24-févr.-17	24-févr.-17	0,5	Eco&Co	Déménagement, mode d'emploi
				28-févr.-17	28-févr.-17	0,5	Eco&Co	Gaz et électricité, trucs et astuces
				10-mars-17	10-mars-17	0,5	Eco&Co	Gérer son budget
				13-mars-17	13-mars-17	0,5	Eco&Co	Alimentation: cuisinons ensemble

				17-mars-17	17-mars-17	0,5	Eco&Co	Recyclage et tri des déchets
				29-mars-17	29-mars-17	0,5	Eco&Co	Bien louer, droits et devoirs
				31-mars-17	31-mars-17	0,5	Eco&Co	Confectionner ses produits d'entretien
				06-avr.-17	11-mai-17	0,5	Eco&Co	Mes papiers, par où commencer
				23-mai-17	23-mai-17	0,5	Afsca	Hygiène et Sécurité de la chaîne alimentaire: notions de base
				24-juil.-17	31-juil.-17	3	LCI-Update	Excel niveau de base
				11-sept.-17	05-févr.-18	16,5	EPFC	Français Niveau 5
XXXX	XXX	15/10/2017	14/10/2018	26-oct.-17	26-oct.-17	0,5	Eco&Co	Alimentation: notre consommation à la loupe
				02-nov.-17	02-nov.-17	0,5	Eco&Co	Alimentation: cuisinons ensemble
				09-nov.-17	09-nov.-17	0,5	Eco&Co	Mes papiers, par où commencer
				24-nov.-17	24-nov.-17	0,5	Afsca	Hygiène et Sécurité de la chaîne alimentaire: notions de base
				04-déc.-17	13-déc.-17	2	Bruxelles Formation	Rédiger des emails et des courriers efficaces

Un chantier non abouti en 2017 envisagé en 2016 est le travail sur les représentations des travailleurs sur ce qu'est la vente pour interroger leurs capacités / compétences / motivations. L'idée envisagée est le « surf relationnel » : rechercher un panel d'entreprises évoluant sur différents métiers de la vente et aller les rencontrer pour questionner leur fonctionnement et leurs besoins en ressources humaines. Un tel projet bloque pour l'instant sur le format du dispositif d'insertion Article 60 employé : les travailleurs ne pouvant s'absenter de leur poste pour des tâches non prévues.

8. ENJEUX ET PLAN D'ACTION 2018

8.1. Organisation interne et finances

Le format de l'équipe de travailleurs va évoluer et nécessiter une adaptation. Si le format fait d'un Coordinateur et deux Vendeurs (travailleurs en insertion) permettait le passage aisé d'information sans que des réunions d'équipes régulières soient nécessaires par exemple, il sera nécessaire de penser une nouvelle organisation avec l'arrivée d'un Animateur social, voire d'un troisième Vendeur (travailleur en insertion). Les différences entre cadres de travail, les actions menées par les uns et les autres et in fine l'augmentation du volume d'échanges imposeront un travail d'organisation plus fin.

Le recrutement de l'Animateur social est envisagé dans le cadre d'un projet non pérenne (trois ans) alors même que son action est pensée sur du long terme. De plus le financement obtenu via Good Food étant dégressif, il sera nécessaire de rechercher dans les deux les moyens permettant de pérenniser le poste.

8.2. Accès et formats d'aide

Le format d'aide général revu au cours du temps tant dans le fond (quotités, récurrence) que dans la forme (outils) s'ancre progressivement dans les services sociaux généraux du CPAS. On peut s'attendre à une augmentation progressive des accès au cours du temps.

On a cependant pu constater que dans le cas de ménages présentant des difficultés particulières ou dans le cas de services spécialisés, l'emploi de ce format d'aide n'est pas aisé.

Si le format d'aide général est posé et fonctionnel, il conviendra de poursuivre le travail d'ancrage auprès des services sociaux généraux.

Il conviendra tout autant de penser la définition de formats d'aide spécifiques employables par les services sociaux spécialisés pour certains, voire par les services sociaux généraux pour d'autres.

8.3. Vente

L'organisation du magasin répond aux besoins tant en termes d'accès que de fourniture. L'augmentation de l'activité prévue en 2018 semble tout à fait gérable.

Le travail d'approfondissement de la gamme de produits vendus, tant en termes de nombre de produits que de variantes de produits, devra être poursuivi, et ce, en s'appuyant sur les regards des clients et des travaux à venir sur la Consommation.

8.4. Consommation

Le recrutement d'un Animateur social permettra de déployer un service d'appui à la consommation. Il permettra avec le Coordinateur de mettre en place les actions permettant de préciser les publics de l'ASBL et de définir méthode et outils pour l'accompagnement des ménages-clients. Cette démarche permettra d'alimenter tant le service de vente (revisite des produits mis en vente et des lieux de fourniture) que de l'activité ISP via la mobilisation des travailleurs en insertion auprès des clients pour un premier niveau de conseil.

Fonction des possibilités, il pourra être intéressant de voir à se rapprocher des maisons médicales saint-gilloises pour voir à s'appuyer sur elle pour déployer une expertise plus fine et spécialisée et favoriser les orientations de ces acteurs vers l'ASBL.

8.5. ISP

L'ASBL est engagée dans une démarche soutenue de formation de ses travailleurs en insertion. Le format d'équipe étant cependant réduit, des limites sont cependant apparues pour des suivis de formation impliquant un grand volume d'heures (cas de formations en langues). Avec l'augmentation de l'activité prévue, il pourra être opportun de prévoir l'ouverture, comme envisagé au départ du projet, d'un troisième poste en insertion de vendeur.

La mise en place d'un « service » Consommation permettra de préciser les connaissances et informations de premier niveau que les travailleurs en insertions auront à diffuser aux clients.

Enfin, dans le but de mettre en place un dispositif de « surf relationnel » (partir à la rencontre des professionnels de la vente pour comprendre pleinement ce qu'est la vente, leurs secteurs, leurs métiers, leurs besoins et ce qu'elle implique en termes de compétences et de connaissances), le CPAS sera sollicité pour baliser et encadrer formellement la démarche.