

Volet mise en marché collective



Cette fiche présente un résumé des des apprentissages en lien avec la thématique de la mise en marché collective, issus de cinq années d'expérimentation au sein du programme Systeme alimentaire local et intégré à Montréal (SALIM, 2020-2025), porté par le Collectif Récolte dans le cadre de Montréal en commun.

Rapport final - Historique, résultats et bilan d'apprentissages du projet

Cinq projets ont expérimenté la mise en marché collective dans le cadre du SALIM : L'aube, pôle nourricier, Pôle régional solidaire (PRS), et les projets suivants accompagnés par Levier solidaire : le projet du Mouvement pour la souveraineté alimentaire des Afro-Québécois.es (LS-MSAAQ), celui de la Mutuelle d'approvisionnement des marchés solidaires (LS-MAMS) et celui de Concertation Saint-Léonard - paniers solidaires (LS-ASL).

La mise en marché collective peut représenter un levier puissant pour améliorer l'accès à des aliments sains, locaux et abordables, tout en soutenant les producteur.trice.s de proximité. Toutefois, les projets ont démontré que le succès repose sur plusieurs facteurs essentiels.

Voici les conseils clés à considérer avant de vous lancer :

1. Clarifier la vision et mobiliser les bons partenaires

Avant de structurer votre projet, il est crucial d'établir une vision commune claire, partagée entre les partenaires. Dans le projet PRS, une absence d'arrimage entre les partenaires a

pu entraîner un désengagement prématuré, malgré un bon potentiel initial. Une coordination neutre et une gouvernance claire facilitent l'adhésion et la cohérence des actions.

2. S'appuyer sur un ancrage local fort

Un projet de mise en marché collective prend tout son sens lorsqu'il est solidement enraciné dans la communauté. À Montréal, L'aube, pôle nourricier, connecte des fermes biologiques ultra-locales avec des clients institutionnels et communautaires, tout en offrant une tarification solidaire aux organismes desservant des populations en situation d'insécurité alimentaire. De son côté, le LS-MSAAQ a démontré que la mobilisation d'acteur.trice.s locaux.ales, tant du côté des producteur.trice.s que des organismes de proximité, est essentielle pour créer un projet légitime, durable et inclusif. Miser sur ces liens dès le départ renforce l'impact social et la stabilité du modèle.

3. Commencer petit et apprendre par l'action

Les projets réussis, comme celui de la LS-MAMS, ont démarré à petite échelle, en mode expérimental, ce qui leur a permis de tester leurs hypothèses, d'adapter leur offre et de bâtir progressivement la confiance des partenaires. La flexibilité et l'écoute des besoins des client.e.s sont essentielles pour s'ajuster en continu.

4. Miser sur une logistique partagée, et adaptée

La mutualisation des ressources logistiques est un facteur de succès déterminant, mais elle doit être pensée en fonction des réalités locales. L'aube centralise les ventes, la logistique et la facturation, facilitant ainsi le travail des fermes et l'accès aux marchés institutionnels. En parallèle, les expériences d'autres projets ont souligné que des défis logistiques comme l'absence d'infrastructure permanente ou les difficultés d'arrimage nécessitent des partenariats solides, une coordination efficace et une gouvernance claire pour assurer la continuité et la pérennité du service.

5. Professionnaliser le service dès que possible

Avec l'appui du Collectif Récolte, L'aube a structuré son modèle et professionnalisé ses opérations, ce qui a permis d'augmenter les ventes et de stabiliser les processus. Pour assurer la crédibilité du projet, il est essentiel d'avoir des outils clairs (facturation, gestion des commandes, service à la clientèle) et une équipe dédiée.

6. Adopter une stratégie de communication adaptée

Un manque de visibilité peut nuire à l'adhésion des producteur.trice.s et des acheteur.euse.s. Il est donc indispensable de communiquer clairement les objectifs, les valeurs et les avantages du projet, en adaptant les canaux aux différentes parties prenantes. Une communication ciblée favorise la reconnaissance publique, la mobilisation des communautés et la fidélisation.

7. Prévoir un modèle d'affaires hybride et réaliste

Tous ces projets insistent sur la nécessité de bâtir un modèle d'affaires viable, combinant revenus de vente, subventions et partenariats. La dépendance aux financements externes, sans stratégie de pérennisation, peut limiter l'autonomie à long terme. Il est conseillé de développer des outils de suivi des coûts, d'explorer des approches comme la tarification solidaire, et de diversifier les sources de financement dès le départ.

8. Favoriser la transparence et la confiance

Dans une démarche collective, la transparence sur les marges, les frais de service et les priorités est essentielle pour maintenir la confiance entre les membres. Certaines initiatives ont rencontré des tensions liées à un manque de clarté dans la répartition des coûts ou la sélection des produits. Une gouvernance ouverte, accompagnée d'outils de communication internes réguliers (rapports, assemblées, comités), contribue à prévenir ces situations et à renforcer l'adhésion.

Bref, la mise en marché collective peut transformer les systèmes alimentaires locaux, mais elle exige une planification rigoureuse, une forte collaboration et une capacité d'adaptation constante.