

# Evaluation du dispositif « accessibilité de la Bio pour tous les publics »: Enquête sur les Biocabas

## SOMMAIRE

### I. LE PROJET BIOCABAS ACCESSIBLE

*Présentation du projet*

*La commande*

### II. LA METHODOLOGIE

*Caractéristiques de la population visée*

*La création d'outils adaptés*

*Un travail de terrain*

### III. ANALYSE DES RESULTATS PORTANT SUR L'ALIMENTATION

*Impact des ateliers sur la perception des fruits et des légumes*

*Impact des ateliers sur les changements de pratique alimentaire*

### IV. ANALYSE DES RESULTATS PORTANT SUR L'HUMAIN

*Impact des ateliers sur les liens sociaux*

*Impact des ateliers sur l'estime de soi*

### V. BIAIS ET LIMITES DE L'ENQUETE

*Limites de l'enquête*

*Biais de l'enquête*

Ce document résume l'enquête effectuée du 21 Novembre au 31 Décembre 2014 sur le projet Biocabas accessible du Gabnor.

#### I. Le projet Biocabas accessibles

##### Présentation du projet

Le projet Biocabas accessible, né en 2006, découle d'une volonté des agriculteurs du Gabnor d'ouvrir l'accès à l'alimentation Bio au plus grand nombre. Le Gabnor créé ainsi des paniers Bio subventionnés par le Conseil Général à moitié prix, distribués dans les structures partenaires du projet (Centres sociaux, Maisons de quartiers...). Le Gabnor constate que le frein économique n'est pas le seul blocage à l'accès au Bio des publics fragiles. En 2008, il met en place des ateliers de sensibilisation au Bio au sein des centres sociaux dans lesquels sont distribués les Biocabas.



##### La commande

Le but de cette étude est d'évaluer qualitativement et quantitativement l'impact des ateliers de sensibilisation et le projet Biocabas accessibles, en dépassant la seule comptabilisation du nombre de paniers distribués. Nous avons déterminé avec l'animatrice du Gabnor en charge du projet, quatre pistes principales à explorer :

- L'impact des ateliers sur la perception des fruits légumes et du bio des participants ;
- L'impact des ateliers sur les changements de pratiques alimentaires des participants ;

- L'impact des ateliers sur la création de lien social entre les participants ;

- L'impact des ateliers sur l'estime de soi des participants.

#### II. La méthodologie

##### Caractéristiques de la population visée

Notre enquête porte sur la population participant aux ateliers cuisine. Nous estimons à 80, le nombre de participants inscrits aux ateliers sur l'ensemble des centres que nous avons étudié. 41 participants ont répondu à notre enquête. Notre échantillon comprend une large majorité de femmes, entre 30 et 49 ans, souvent éloignées de l'emploi, et mères de famille de deux enfants. Certaines possèdent des difficultés dans la maîtrise de la langue française et sont parfois en situation d'exclusion sociale et économique.

##### La création d'outils adaptés

Nous avons élaboré puis mobilisé trois outils pour notre enquête :

- Les questionnaires destinés aux participants des ateliers. Pour pouvoir être administré à l'oral, les questions ont été formulées de manière simple. Dans cette optique, nous avons élaboré des formes de questions innovantes : la question 14 a été conçue avec des images (cf. encadré 1), les questions 15, 16 et 23 ont été décomposées en séries de questions de type bernoullien (oui/non).
- Les entretiens semi-directifs réalisés auprès de divers acteurs du projet : une animatrice salariée et un des administrateurs du Gabnor, et trois animatrices d'ateliers cuisine.
- Une grille d'analyse qualitative afin de cadrer et d'orienter les observations des enquêteurs.

Question n°14 : Cinq groupes d'aliments sont représentés par des images. Pouvez-vous nous dire (en entourant) :

Ceux que vous aimez (2 réponses possibles)

A B C D E

Ceux qui vous semblent cher (2 réponses possibles)

A B C D E

Ceux que vous mangez le plus (2 réponses possibles)

A B C D E

Ceux qui vous semblent bon pour la santé (2 réponses possibles)

A B C D E

Encadré 1



**Un travail de terrain**

Toute notre enquête s'appuie sur notre observation participante dans les ateliers de 5 centres sociaux de la métropole lilloise. Cette participation nous a permis de créer une relation de confiance et de partage avec les participants. Sur place, nous avons administré nos questionnaires en face à face.

Table de cuisine lors d'un atelier



© Dupont Olivia

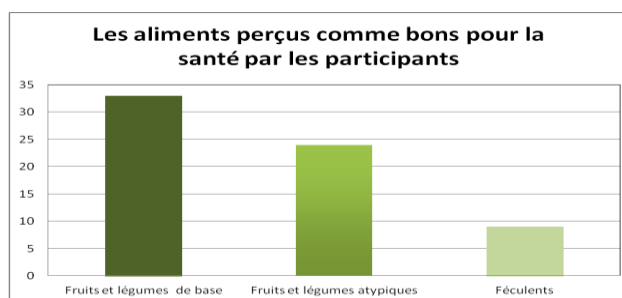
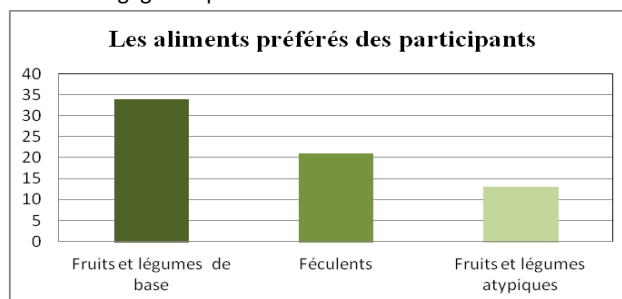


© Pennequin Myriam

**III. Analyse des résultats portant sur l'alimentation**

**Impact des ateliers sur la perception des fruits et légumes**

Malgré quelques réticences (la peur de la terre sur les légumes par exemple), nous avons remarqué que les participants se sentent généralement à l'aise pour cuisiner des fruits et légumes. Ils s'amuse de trouver des insectes dans le Biocabas et voient cela comme un gage de qualité.



Source : enquête réalisée du 21 novembre au 31 décembre 2014 sur un échantillon de 41 participants aux ateliers cuisine organisés dans les centres sociaux et associations de la métropole lilloise

Tout d'abord, les participants déclarent apprécier les fruits et légumes ordinaires et les jugent bon pour la santé. Néanmoins, ils nous disent préférer les féculents aux légumes les plus atypiques, bien qu'ils pensent ces derniers meilleurs pour la santé.

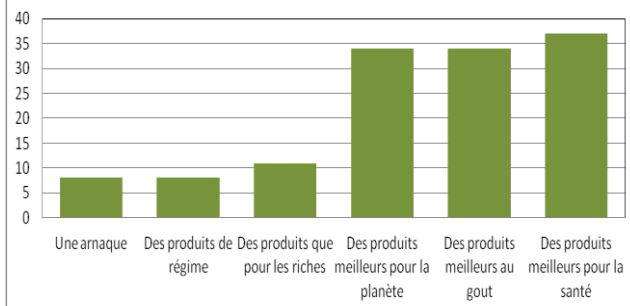
## Zoom sur la vision positive du Bio chez les participants

Parmi les 41 personnes interrogées, 8 participants nous disent que les produits Bio sont des arnaques ou ne les différencient pas des produits diététiques. Il est à noter qu'une grande partie de ces participants assistent aux ateliers depuis peu de temps.

De plus, que l'on s'intéresse aux participants venant aux ateliers depuis longtemps ou venant d'arriver, une très large majorité a une vision positive du Bio.

En effet, 90% des participants pensent que le Bio est meilleur pour la santé et 83% le citent comme ayant meilleur goût et étant meilleur pour la planète.

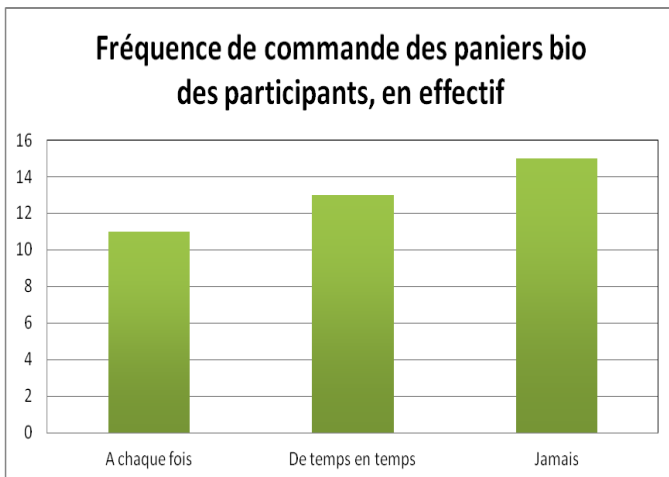
## Répartition en effectif des participants aux ateliers, selon leur perception des produits Bio



Source : enquête réalisée du 21 novembre au 31 décembre 2014 sur un échantillon de 41 participants aux ateliers cuisine organisés dans les centres sociaux et associations de la métropole lilloise

## Impact sur les changements de pratique alimentaire

Nous avons analysé la fréquence de commandes des paniers Bio pour vérifier les changements de pratiques alimentaires chez les participants. Du graphique ci-dessous, nous notons que plus de la moitié des participants achètent des paniers, et 25% le font « à chaque atelier ».



Source : enquête réalisée du 21 novembre au 31 décembre 2014 sur un échantillon de 41 participants aux ateliers cuisine organisés dans les centres sociaux et associations de la métropole lilloise

En analysant plus précisément l'ancienneté des participants qui achètent des paniers Bio, nous remarquons 3 comportements de consommation : les nouveaux participants timides à la commande ; des habitués qui en commandent « à chaque atelier » ; et les participants les plus anciens qui en commandent « de temps en temps ». Les anciens participants se lassent-ils des paniers ?

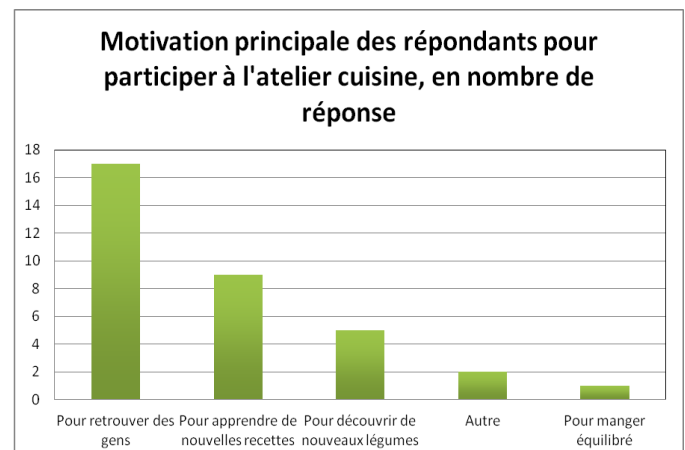
Sur le terrain, nous avons également observé des changements concrets de pratiques alimentaires au sein des ateliers. En effet, les animatrices instaurent des règles alimentaires telles que l'interdiction des sodas, la limitation du sel, la préparation de plats végétariens. De plus, les animatrices laissent la liberté aux participants de s'approprier la cuisine et ses outils. Ces deux

conditions nous laissent imaginer que les participants reproduisent ces pratiques alimentaires à la maison. D'autant que 71% des participants affirment réutiliser les recettes chez eux.

## IV. Analyse des résultats portant sur l'humain

### Impact sur les liens sociaux

Résultat important de notre enquête : les participants ne viennent pas principalement pour des conseils alimentaires, mais à la recherche de lien social. En effet, près de la moitié des participants déclarent venir en atelier « pour retrouver des gens ».



Source : enquête réalisée du 21 novembre au 31 décembre 2014 sur un échantillon de 41 participants aux ateliers cuisine organisés dans les centres sociaux et associations de la métropole lilloise

L'atelier est donc un lieu de rencontres. Plus encore, les liens perdurent : 40% des participants déclarent se rencontrer hors des ateliers. L'atelier touche majoritairement des personnes en risque d'exclusion sociale ou économique, et il peut alors avoir un rôle d'intégrateur. Cet espace de socialisation est majoritairement féminin. Dans certains ateliers, les femmes sont à la recherche d'un lieu où se retrouver entre elles.





### Impact sur l'estime de soi

Lors de nos observations, nous remarquons que la cuisine peut devenir un prétexte d'échanges et d'expérimentations favorables à l'estime de soi des participants : possibilités de se tromper, aucun jugement émis, aucune pression sur les résultats.

De plus l'animatrice est dans une relation d'aide et d'apprentissage, qui favorise la confiance en soi.

L'atelier est enfin un espace de valorisation des participants : échange de pratiques, choix des recettes, fierté partagée autour du repas.

## V. Limites et conclusion de l'enquête

### Limites

Il est important de souligner que cette enquête comporte deux principales limites :

- Limites des observations participantes : celles-ci ont été limitées à 5 ateliers.
- Limite d'interprétation des résultats : ceux-ci ne sont pas généralisables puisque l'enquête quantitative n'a été réalisée que sur un échantillon non représentatif de 41 répondants, soit la moitié des participants.

### Biais

Nous nous sommes également heurtés à de nombreux biais lors de la réalisation de cette enquête. Nous en dénombrons quatre principaux :

- Biais de méprise : les questions ont pu être mal comprises par les participants bien que nous ayons testés et élaborés un questionnaire simple.
- Biais liés à l'environnement : les réponses aux questions ont pu être influencées par la présence d'autres participants lors de l'administration. Nous n'avons pas eu cœur

d'empêcher les discussions entre participants, ces dernières étant vecteurs de délibérations.

- Biais liés à la désirabilité sociale : les participants ont pu vouloir adapter leurs réponses pour être « bien vu » socialement
- Biais liés à l'influence de l'enquêteur : Nous avons pu influencer les réponses par sa présence, par la reformulation des questions, ou encore par des attitudes inconscientes

### Conclusion

Les différents outils mobilisés pour notre enquête et l'analyse des résultats nous permettent d'infirmer ou d'affirmer chacune de nos hypothèses :

- Les ateliers cuisine ont un impact positif sur la perception et la connaissance des fruits et légumes. Les participants sont globalement sensibilisés à l'agriculture Bio
- Il est difficile d'évaluer les changements de pratiques alimentaires des participants. En ce qui concerne les paniers Bio, nous avons constaté que le Bio n'était pas la raison principale de la commande. Malgré tout, le nombre de commandes de Biocabas est élevé.
- Un très grand nombre de participants assistent aux ateliers avant tout pour « rencontrer des gens ». Les ateliers sont donc, surtout pour les femmes, un espace de socialisation précieux.
- La satisfaction que tirent les participants en expérimentant des recettes et en s'exprimant librement lors des ateliers peut avoir des effets positifs sur leur estime d'eux même. Cependant cette dernière est difficile à estimer et à analyser.

## Remerciements :

Nous remercions Florence Jany-Catrice, responsable du master APIESS, qui a dirigé cette étude. Le temps qu'elle nous a accordé et ses conseils nous ont grandement aidés.

Merci à Mathilde Roger-Mexme pour sa disponibilité et son aide précieuse.

Nous remercions les animatrices des centres sociaux pour leur accueil dans leurs ateliers.

Nous remercions également les acteurs du projet rencontrés dans le cadre de notre étude.

Bien sûr, nous remercions également l'ensemble des participants aux ateliers qui ont bien voulu répondre à nos nombreuses questions.

## Rédacteurs de l'enquête

Arthur Bachmann  
Nicolas Lang  
Myriam Pennequin  
Josse Thuillier

## Sous la direction de : Florence Jany-Catrice

Professeure d'Economie à Lille 1

### Pour aller plus loin...

Le dossier complet de cette enquête est disponible sur demande.

### Contact :

[arthur.bachmann@laposte.net](mailto:arthur.bachmann@laposte.net)  
[nic.lang@laposte.net](mailto:nic.lang@laposte.net)  
[mypennequin@gmail.com](mailto:mypennequin@gmail.com)  
[josse.thuillier@gmail.com](mailto:josse.thuillier@gmail.com)

