

Centre communautaire

Le Filon



Le Filon est un centre communautaire situé à Lévis dont la mission est de soulager la pauvreté en offrant diverses activités collectives aux personnes qui vivent des difficultés monétaires, sociales, physiques, intellectuelles ou de santé mentale. L'objectif est de construire un réseau social fort qui soutient les individus dans leurs défis de vie, de cultiver un milieu de vie ouvert, de renforcer les capacités d'action et d'émancipation des individus, de développer l'éducation populaire autonome et de favoriser la mise en place d'actions citoyennes qui visent la réduction des inégalités sociales.

Le Filon porte plusieurs projets qui encouragent l'autonomie et la sécurité alimentaire. Parmi eux, plusieurs fonctionnent avec une tarification sociale, c'est le cas notamment du marché populaire, des groupes d'achat alimentaire, des dîners collectifs ou encore de l'épicerie solidaire. Si les modèles de tarification utilisés diffèrent selon les projets, ils ont en commun de n'être conditionnés à aucun justificatif en vue de limiter la stigmatisation.

Historique

Initialement, il s'agissait de deux initiatives distinctes : la Banque à pitons, organisme d'échanges de services, et la Chaudronnée, organisme de cuisine collective.

La Chaudronnée a diversifié progressivement ses activités en développant des jardins collectifs et des groupes d'achat. Sa mission s'est transformée en 2008 en une mission sociale. La fusion des deux organismes a eu lieu en 2017 pour devenir le Filon.



Informations générales

Localisation et échelle d'intervention

- Situé à Lévis
- Milieu urbain
- Échelle municipale et régionale

Clientèle

Il faut faire la distinction entre les membres de l'organisme et les adhérents à certains services. Il est possible d'être seulement adhérents ou de cumuler l'adhésion et le *membership*.

- Le Filon compte 442 membres.
- La Banque à pitons compte 548 adhérents.
- Les groupes d'achat en réunissent 165.



Activités

- Ateliers découvertes
- Banque à pitons (système d'échanges de services)
- Cuisine collective
- Jardin collectif et communautaire
- Jardin de solidarité (parcelle prêtée à un agriculteur pour la culture de fruits et de légumes pour le marché populaire mobile)
- Groupes d'achat
- Marché populaire (l'été) et panier du marché (l'hiver)
- Dîners collectifs (2 fois/semaine)
- Frigos partagés (7 frigos en 2021)



- Soutien alimentaire
- Événements solidaires : Fabriquerie, Donnerie, Pâtés pour s'aider, Marathon de couture, Troc plantes
- Projets collaboratifs : Aliments pour tous (système alimentaire), Projet F (projet de médiation culturelle), mois vert et Zéro déchet
- Épicerie solidaire le Petit Filon (juin 2021)

Modèle de tarification sociale



Tarification ciblée

Elle concerne les groupes d'achat et les paniers de légumes. Un tarif réduit, en dessous des prix du marché, est offert à l'ensemble des adhérents.

Tarification proportionnée

Elle concerne le marché, les dîners collectifs et l'épicerie solidaire.

Prix régulier

Coût d'achat + 5 %

Les membres paient au choix et en fonction de leurs moyens le prix régulier ou solidaire.

Prix solidaire « Taxe solidaire »

Prix régulier + 20 %

Prix pour les bénévoles « Prix impliqués »

50 % de rabais

Réservé aux personnes impliquées dans les champs ou au marché

Fonctionnement pour les dîners

Prix régulier 3 \$

Prix solidaire 5 \$

La vocation première des dîners est de proposer une activité collective pour favoriser les interactions sociales. Ils ne sont pas une source de revenus pour l'organisme. Afin qu'ils soient accessibles à tous, 50 % des dîners sont offerts aux personnes en situation de précarité financière.

Fonctionnement de l'épicerie solidaire

Prix régulier

Coût d'achat + 25 %

Prix membre Le Filon

Coût d'achat + 20 %

Prix adhérent impliqué

Coût d'achat + 5 %

Pour certaines personnes en situation de précarité financière, l'épicerie propose l'achat de produits à prix coûtant.

Retour d'expérience utile !

Initialement, le projet de marché a été lancé avec une tarification par contribution volontaire, sans aucun prix affiché. Il a été rapidement constaté que le manque d'indication tarifaire perturbait la clientèle, qui souhaitait être davantage aiguillée pour payer le juste prix des produits qu'elle achetait. Dans un premier temps, une liste de prix par produit a été émise pour orienter le paiement des clients. Puis finalement, c'est le modèle tarifaire dans son ensemble qui a été repensé pour proposer aujourd'hui une tarification proportionnée.

Admissibilité

Les services ne sont accessibles que pour les membres ou les adhérents, sauf pour l'épicerie, le marché populaire et les dîners.

Justificatifs

Aucun justificatif demandé, excepté la preuve de *membership*.

Application des tarifs

Elle se fait au moment des achats.

Membership

- Gratuit et obligatoire pour avoir accès aux activités et aux services, car il permet de faire adhérer les membres au code d'éthique.
- Différent de l'adhésion aux groupes d'achat et au panier, qui ne donne pas le statut de membre. Il est au coût de 5 \$, adhésion valable à vie.
- Certains adhérents sont également membres.

Modèle d'affaires et de financement

Structure juridique

OBNL avec un volet économie sociale pour des services auprès d'autres organismes

Étude de faisabilité préalable

Il n'y a pas eu d'étude de faisabilité préalable. L'OBNL a été créé pour répondre à un besoin social identifié dans la communauté locale. La viabilité économique n'est pas considérée comme une priorité, puisque les porteurs du projet craignent que la partie marchande se développe au détriment de la mission sociale.

Ressources humaines

- 10 salariés
- Postes saisonniers : 1 chargé de projet en été et 2 emplois étudiants
- Implication citoyenne importante : 100 personnes impliquées dans la structure démocratique (comité) et plus de 200 personnes supplémentaires impliquées dans les actions du Filon

Financement

- Ressources humaines entièrement subventionnées
- Ensemble des activités subventionnées à la mission

Gouvernance

- Conseil d'administration constitué de 9 membres au statut identique
- Conseil d'administration élargi composé des administrateurs et des employés qui se réunit 2 fois par an
- Coordination élargie : une structure décisionnelle qui se réunit 10 fois par an
- 18 comités décisionnels constitués d'une centaine de personnes
- Les rendez-vous annuels : assemblée générale et comité d'orientation (1 à 2 fois par an)

Communication

Stratégie actuelle

Aucune stratégie particulière n'a été mise en place. L'organisme bénéficie d'une bonne visibilité locale et fonctionne à plein régime.

Il n'existe pas de communication ciblée, elle est identique pour tous.

Moyens de communication

- Réseaux sociaux, site internet
- Bouche-à-oreille, articles dans la presse locale, référencement par d'autres organismes

Enjeu

L'organisme éprouve des difficultés pour communiquer sur les différents paliers tarifaires. Il craint d'induire un sentiment de culpabilité chez les personnes qui ne peuvent pas payer plus.

Analyse de l'initiative

Avantages du modèle

Avantages sociaux

- Équité sociale : tout le monde participe en fonction de ses moyens
- Pas de stigmatisation, car aucune information n'est demandée
- Création d'une communauté et d'un sentiment d'appartenance
- Implication forte dans la communauté locale

Défis rencontrés

- Il y a une concurrence entre certains services offerts par l'OBNL, notamment entre les groupes d'achat et les paniers.
- La tarification ciblée pour les paniers et les groupes d'achat n'est pas rentable à ce jour : elle coûte de l'argent à l'organisme.

Améliorations souhaitées, pistes envisagées

- Réflexion sur la mise en place d'une tarification solidaire qui permettrait d'élargir la clientèle des groupes d'achat et des paniers. L'organisme souhaite d'abord évaluer les coûts de gestion liés à l'augmentation de sa clientèle et de l'approvisionnement.

Évolution à venir

- La location prochaine d'un nouveau local devrait permettre de rassembler les activités autour de l'alimentation et d'ouvrir une épicerie communautaire.
- Grâce à une subvention récente accordée par Centraide, Le Filon espère mettre en place une plateforme de commande en ligne avec les marchés publics du Québec.

Sources

Entrevue avec Vincent Frenette. (9 juillet 2020).

[Le Filon](#). (22 juin 2020).



En savoir plus



Découvrez notre [guide sur la tarification sociale](#)

Explorez nos autres fiches points de repère

[La Cantine pour tous](#) | [Au Panier de Chomedey](#) | [Halte-ternative](#) | [Marché solidaire Frontenac](#) | [Santropol Roulant](#) | [Clinique Sera](#) | [Multi-Services](#)

Apprenez-en plus sur le projet

Le guide et les fiches points de repère sur la tarification sociale ont été réalisés par le [TIESS](#) dans le cadre du projet [Territoires nourriciers : économie sociale et alimentation](#).

Ce projet a pour but de proposer des éléments de modèles d'affaires viables aux entreprises d'économie sociale inscrites dans l'un des maillons du système agroalimentaire (production, transformation, distribution, consommation, gestion des matières résiduelles).

La réalisation de ce document a été rendue possible grâce au soutien financier du ministère de l'Économie et de l'Innovation et a également bénéficié d'un soutien financier de la Direction générale de la santé publique du ministère de la Santé et des Services sociaux dans le cadre d'une mesure du Plan d'action gouvernemental sur l'inclusion économique et la participation sociale.



Recherche et rédaction : Chloé Sahut

Révision : Stéphane J. Bureau | Graphisme : Mambo Mambo

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec.
ISBN 978-2-924879-41-2