

Les Healthy Living Neighbourhood Shops en Ecosse

Où ? Ecosse

Quelle échelle ? Nationale

Quand ? Depuis 2004

Constat :

En Ecosse, les pratiques alimentaires sont, après le tabac, l'une des principales causes du mauvais état de santé de la population. La mauvaise alimentation contribue à une série de maladies telles que le diabète, les maladies cardio-vasculaires, certains cancers, etc.

Contexte :

En 2004, un petit groupe de distributeurs a monté un projet pilote appelé « Healthy Living Neighbourhood shops ». L'objectif ? Améliorer l'accessibilité à une alimentation de qualité en Ecosse, plus particulièrement dans les zones où peu d'options étaient disponibles. Il s'agit plus particulièrement d'encourager la vente de fruits et légumes dans les commerces de proximité. Ces commerces locaux jouent un rôle clé dans l'approvisionnement des ménages en produits frais, plus particulièrement pour les ménages à faibles revenus ou les ménages non motorisés. Ce programme pilote a été mené en collaboration avec la « Scottish Grocers' Federation » (fédération de magasins de proximité). Le gouvernement écossais est engagé dans plusieurs programmes pour améliorer l'état de santé de sa population¹. Les produits mis en avant sont ciblés suivant les recommandations nutritionnelles nationales, publiées par le gouvernement².

Le programme :

Le programme est financé par la Direction gouvernementale écossaise de la Santé et l'Agence nationale de l'Éducation et de la Promotion de la Santé est en charge du suivi et de l'évaluation. L'objectif du programme est d'améliorer l'accessibilité à une alimentation saine en travaillant avec les magasins de proximité et plus particulièrement ceux situés dans des quartiers défavorisés, où les problématiques de précarité alimentaire sont particulièrement fortes. Les résultats attendus sont une augmentation des ventes de produits sains et frais, qui bénéficieraient à la fois à la santé du consommateur mais aussi aux commerces locaux.

En 2014, le rapport d'évaluation³ nous explique que le programme est mené par une équipe de 5 personnes : un directeur, 3 responsables du développement et un agent administratif. Les commerçants participants sont répartis dans 3 secteurs : Ouest, Est et Nord. Pour chaque secteur, un responsable du développement est en charge du recrutement et des relations avec les commerçants.

Les commerçants qui rejoignent le programme bénéficient des actions suivantes :

- Mise à disposition de matériels (stand de présentation des produits, étagères, panneaux....).
- Formations et conseils pour maximiser la vente de ces produits : brochure, DVD et formation individuelle (rarement demandée par les commerçants).

Aujourd'hui, ce sont plus de 2 000 commerces qui ont rejoint le programme dans tout le pays.

Exemples de d'actions mises en œuvre par les commerçants :

¹ www2.gov.scot/Topics/Health/Healthy-Living/Food-Health

² assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/215984/dh_120801.pdf

³ www.healthscotland.com/documents/23276.aspx

- proposer des fruits aux caisses plutôt que des confiseries (constat augmentation des ventes) ;
- placer les fruits et légumes à l'avant du magasin.

Éléments financiers présentés dans le rapport d'évaluation 2014 :

- Le budget total pour 2013/2014 était de £ 318.065 (39 % marketing, 24 % management)
- Coût moyen de l'équipement fourni aux commerçants : £ 343.71.
- Investissement dans les équipements pour les détaillants : £ 4.000.

Résultats (Étude évaluation 2014) :

Sur les commerçants :

- 78 % des commerçants participants étaient des indépendants, 22 % appartenaient à des chaînes.
- Près de la moitié des participants était située dans les deux quintiles les plus défavorisés (classement national) et 14 % dans les zones les plus défavorisées d'Écosse (10 %).

Impact sur la population :

- 23 % des consommateurs interrogés ont déclaré avoir mangé au moins 5 fruits et légumes la veille, 13 % aucun.
- 25 % déclarent avoir changé leurs pratiques alimentaires et consommer plus de fruits et légumes.

Éléments critiques :

Les freins au développement du programme :

- Craintes exprimées par les commerçants : manque d'espace, gaspillage et demande faible pour ce type de produits.
- Globalement intérêt limité des commerçants pour le programme.
- Peu de commerçants ont élargi la gamme des produits concernés par le programme et recommandés par le guide nutritionnel national.

Globalement, les conclusions du rapport d'évaluation de 2014 sont positives. Le processus de recrutement mis en place est efficace même si le fait de se focaliser sur le nombre de commerces participants s'est parfois fait au détriment de l'engagement qualité.

Il est cependant difficile de dégager des éléments concernant les conditions de réussite. En effet, la plupart des procédures du programme n'ont pas été formalisée, ce qui ne permet de mettre en place un système de suivi-évaluation capable de tirer des enseignements sur les facteurs de réussites et les écueils.

Et en France ?

Des programmes similaires ont vu le jour en Angleterre (programme Change4Life) et au Danemark. La Société danoise contre le cancer a lancé en 2005 un programme de 3 ans « Food in Motion » avec l'objectif d'améliorer l'accessibilité à une alimentation saine aux enfants et aux jeunes qui pratiquent des activités sportives en clubs. En France, les initiatives similaires sont plutôt des commerces spécialisés : les épiceries solidaires, l'Association Vrac, etc.