

# Fiche de conventionnement

sept 25



Nom du point de vente :

\_\_\_\_\_

Adresse :

\_\_\_\_\_

Jours et horaires d'ouverture :

\_\_\_\_\_

Type :

- Point de vente alimentaire
- Producteur-ice et artisan-e-s
- Restaurant

Personne contact :

\_\_\_\_\_

Mail :

\_\_\_\_\_

N° de tel :

\_\_\_\_\_

Points à discuter :

**Capacité à accueillir de nouveaux clients ? Combien ?**

0 25 50 75 100

**Stock disponible si nouveaux clients ?** oui / en partie / non

**Ok pour utiliser Moneko ?** oui / encore des questions / non

*Si le lieu a une politique de tarifs différenciés (notamment les assos), indiquer que les autres assos appliquent le tarif non subventionné (donc à prix coutant ou le plus élevé) pour ne pas superposer les subventions.*

**Commentaires**





# QUALITÉ DES PRODUITS

## Les aliments sont-ils produits en saison et localement ? (1 au choix)

100 % local et de saison	
Majorité (> 50%) de produits locaux et de saison	
Minorité (<50%) de produits locaux et de saison, parfois des produits hors saison, quelques infos vagues sur la provenance	
Très peu ou pas de produits locaux et de saison. Pas d'information sur la provenance, pas d'attention à la saisonnalité	

**Local** : moins de 100 km de Nantes

**De saison** : respecte la saisonnalité (pas de tomate en hiver)

**Produits non cultivés localement** : Café, chocolat, fruits exotiques, olive, épices...

## Les produits sont-ils labellisés agriculture biologique, Demeter ou Nature et Progrès ? Avez-vous d'autres labels ? (1 au choix)

Majorité (>80%) des produits en bio (AB), demeter ou Nature et Progrès ou « Sous le pommier (0 traitement)	
Quelques produits (<50%) en bio (AB), demeter ou Nature et Progrès ou en conversion + autres labels et réflexion sur les pratiques agricoles ou labels	
Pas de produits en bio (AB), demeter ou Nature et Progrès ou en conversion	

## Les aliments sont-ils brut ou transformés ? (1 au choix)

100% de produits bruts (frais ou sec), de produits peu transformés de consommation courante (par exemple pain, pâte, fromage, farine), ou fait maison (=partir de produits frais et crus) ET aucun produit ultra transformé	
Majorité (>50%) de produits bruts ou de produits peu transformés de consommation courante, ET une offre limitée de produits ultra transformés (sélection des moins nocifs pour la santé)	
Propose quelques produits bruts (<50%) et une majorité de produits transformés	
Ne propose que des produits ultra-transformés	

**Produits ultra transformés** = « ce qui est impossible de cuisiner à la maison » (ajout d'additifs, de conservateurs). Par exemple : boissons sucrées, chips, repas surgelés, céréales industrielles

**Commentaires**





# PRATICITÉ, ACCESSIBILITÉ

## Le lieu est-il accessible en mobilité douces et pour les personnes à mobilité réduite ?

Transport en commun : se trouve à moins de 300m d'un arrêt de bus ou de tram ? Si le lieu a plusieurs points de vente, il suffit qu'un point de vente soit accessible	Oui/non
Possède un parking vélo ?	Oui/non
Le lieu de vente se trouve à proximité du périmètre d'habitation des expérimentateurs Cf. carte « buffer » (Fabien) 500m	Oui/non
Parking PMR à proximité	Oui/non
Livraison à domicile possible	Oui/non



Un-e bénévole de l'association APF France Handicap prendra rdv pour venir évaluer (gratuitement) l'accessibilité du lieu

## A quelle fréquence le lieu est-il ouvert ? (1 au choix)

Ouvert 5-6 jours / semaine	
Ouvert 2-4 jours / semaine	
Ouvert 1-2 jours / semaine	
Ouvert moins d'un jour	
Bonus : ouvert en soirée (au moins jusqu'à 20h) ou le samedi Ouverture en soirée : au moins 1 jour	Oui/non

## Est-ce possible de faire des courses alimentaires de base dans le lieu de vente ou dans un ensemble de commerces (ex : marché, rue commerçante) conventionnés par la CCA ?

Majorité de ses courses alimentaires peuvent être faites sur le lieu de vente ou dans l'ensemble de commerce (> 50%)	
Minorité de ses courses alimentaires peuvent être faites sur le lieu de vente (entre 10 et 50%)	

## Y a-t-il d'autres commerces (vendant les mêmes produits) déjà conventionnés dans le quartier (marché, rue) ?

Oui/non

## Le lieu propose-t-il des services supplémentaires ? par exemple réseau le carillon, café suspendu, animations, ateliers...

Oui/non

## Commentaires





# ENGAGEMENTS DU POINT DE VENTE

## Le lieu évite-il la surconsommation de ressources naturelles et alimentaires ? ( 1 au choix)

Vrac ; choix de la quantité possible; Emballage consigné / réutilisable	
Etiquette collée sur fruits / légumes ; Offres promotionnelles sur produits DLC raisonnable ; Recyclage des déchets et compost	
Pas de démarche particulière sur la réduction des déchets/invendus - Economie circulaire (don SAUF si grandes surfaces => 0).	
Aucune des réponses ci-dessus	

## Le lieu de vente favorise-t-il la participation de ses membres dans la prise de décision ?

Structure avec un fonctionnement qui implique :	
- les producteur-ice-s	Oui/non
- les salarié-e-s	Oui/non

## Quel est le mode de commercialisation ? (1 au choix)

Vente directe (boutique paysanne, AMAP...) OU 1 intermédiaire connu et de confiance (circuit court) sur l'ensemble des produits (100%)	
1 ou 2 intermédiaire(s) connu(s) et de confiance sur une majorité de produits (> 50%)	
Circuit long sur une majorité de produits (>50%): plus de 2 intermédiaires	

## Avez-vous un travail de sélection des producteurs et/ou fournisseurs ? ( 1 au choix)

Une démarche de sélection des producteurs et fournisseurs est en place sur la base de critères environnementaux et sociaux. Pas de négociation de prix, engagement sur la durée	
Une démarche partielle de sélection des producteurs et fournisseurs est en place sur la base de critères environnementaux et sociaux	
Démarche basée sur le prix mais avec une attention portée sur la provenance et/ou qualité , peu de connaissance des producteurs	
Aucune des réponses ci-dessus	

## Quelle est la politique de redistribution des bénéfices ?

On a l'info que les bénéfices sont ré-investis ou redistribués et transparence totale des résultats économiques (dont associations)	
On n'a pas l'info ou Les bénéfices ne sont pas ré-investis ou re-distribués aux travailleurs.euses	

## Quelle est la politique sur les marges pratiquées ?

Pas de marge ou marges et lucrativité limitée : une partie du prix des produits revient au point de vente pour le fonctionnement de la structure	Oui/non
--	---------

Il existe une politique de prix adapté pour certains publics

Oui/non

## Commentaires



# BILAN

**Date**

\_\_\_\_\_

**Personnes ayant réalisé la visite**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Points d'attention lors de la visite

*On ne peut pas l'évaluer dans la grille, mais n'hésitez pas à noter vos observations*

- Convivialité : - comment est-on accueilli ?
- Conditions de travail (contrats des salariés stables ou précaires ; ergonomie, ambiance ?)

## Avis général

# Points de la grille



## QUALITÉ DES PRODUITS (29 POINTS)

critères	local / saison	labels	brut/ transformé
points	9	9	9
	6	3	6
	3	0	3
	0		0
total			



## PRATICITÉ, ACCESSIBILITÉ ( 15 POINTS)

critères	mobilités douces et PMR	horaires	courses de base	services supp	autre commerces CCA
points	si oui 1	3	4	si oui 1	si non 1
	si oui 1	2	2		
	si oui 1	1			
	1 bonus	0			
	1 bonus	1 bonus			
total					



## ENGAGEMENTS DU POINT DE VENTE (16 points)

critères	vrac/ sur-emballage	prise de décision	mode commercialisation	selection producteurs / fournisseurs	bénéfices	marges	tarifs adaptés
points	3	si oui 1	3	3	2	si oui, 2	si oui 1
	2	si oui 1	2	2	0		
	1		1	1			
total							

**TOTAL : / 60 POINTS**