



Rapport d'évaluation



2025

Vers une **alimentation durable** : Contribution de Cultivons ! et du Bar Radis pour le territoire

Enjeux économiques, sociaux, environnementaux et de santé



Le Bar Radis (vue de drone)

Contexte.....	2
Le Bar Radis et Cultivons !.....	2
Le contexte social, économique, agricole et environnemental du territoire.....	5
Le territoire face aux enjeux de santé environnementale.....	6
Le territoire face aux enjeux de précarité alimentaire.....	6
Le territoire face aux enjeux de lien social, d'isolement et de santé mentale.....	7
Le territoire face aux enjeux d'adaptation au changement climatique.....	8
La démarche d'évaluation.....	9
Engagements et premiers résultats en matière d'environnement, de santé et de solidarité..	11
Favoriser la convivialité et la mixité à l'échelle d'un lieu.....	11
Profil sociologique des usagers.....	11
Rapport à l'alimentation des usagers.....	14
La perception du Bar Radis.....	16
<i>En bref - Favoriser la convivialité et la mixité à l'échelle d'un lieu.....</i>	18
Faire commun et inventer des modes d'organisation coopératifs.....	19
En interne : bâtir une gouvernance partagée.....	19
En externe : coopérer à différentes échelles.....	21
<i>En Bref - Faire commun et inventer des modes d'organisation coopératifs.....</i>	23
Partager des connaissances et renforcer le pouvoir d'agir.....	24
Le Bar Radis identifié comme un lieu ressource.....	24
Mêler savoirs, pratiques et échanges pour un changement durable des pratiques alimentaires.....	25
<i>En bref - Partager des connaissances et renforcer le pouvoir d'agir.....</i>	28
Produire, expérimenter, transmettre : l'agroécologie à l'échelle d'une micro-ferme urbaine	29
Techniques de production et contraintes du milieu urbain.....	30
Micro-ferme urbaine et restaurant : un nouveau modèle productif.....	31
Végétalisation et espaces nourriciers en ville : des enjeux essentiels.....	32
<i>En bref - L'agroécologie à l'échelle de la ferme urbaine.....</i>	34
Soutenir et renforcer les filières locales.....	35
Garantir des débouchés commerciaux pour des producteurs locaux.....	35
Accompagner l'essor des métiers de la transition.....	40
<i>En bref - Soutenir et renforcer les filières locales.....</i>	41
Démocratiser le bien manger.....	42
Développer une offre de restauration commerciale durable et accessible.....	43
Le prix comme levier d'action pour lutter contre les inégalités d'accès.....	45
<i>En bref - Démocratiser le bien manger.....</i>	51
Et la suite ? Apprentissages et impacts visés à long terme.....	52
Annexes.....	56
Bibliographie.....	56
Questionnaires.....	57
Profil des participants au panel.....	57
Charte de la programmation culturelle.....	59

Contexte

Le Bar Radis et Cultivons !

Le Bar Radis est une maison de l'alimentation et de l'agriculture, qui met en œuvre des actions complémentaires qui répondent aux enjeux de durabilité de l'alimentation dans toutes ses dimensions : socioculturelle, économique, de santé et environnementale. Un tiers-lieu inclusif et solidaire porté par deux structures : l'association Cultivons ! et la SCOP Le Bar Radis. Ensemble, elles invitent chacun·e à découvrir, apprendre et agir en faveur de la transition alimentaire et écologique. Pensé comme un lieu ressource, un carrefour pour faciliter la rencontre des acteurs, la coopération sur le territoire et la convergence des forces et des actions en faveur d'un autre système alimentaire et plus largement d'une autre économie. Nous souhaitons partager une vision transformatrice de façon concrète et accessible.

Les missions que se donne le Bar Radis sont de :

- Renforcer le pouvoir d'agir et la connaissance de tout un chacun sur les enjeux de l'alimentation durable à travers des ateliers, accompagnements et formations pour une transformation du système avec les habitant-es ;
- Expérimenter de nouvelles solutions pour nourrir les villes, en faveur de l'agroécologie et de la démocratie alimentaire pour garantir une alimentation saine et de qualité à chacun-e
- Animer le vivre ensemble, renforcer le lien social et fédérer des acteurs d'horizon différents

En complément, 7 fonctions clés avaient été définies à l'origine du projet :

- Rapprocher les consommateurs et les producteurs ;
- Rendre accessible une alimentation saine et durable à tous·tes ;
- Réduire le gaspillage alimentaire ;
- Faire découvrir des savoirs alternatifs autour du bien manger et du bien boire ;
- Promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement ;
- Fédérer un réseau d'acteurs autour de l'agriculture urbaine ;
- Diffuser les valeurs de la transition alimentaire à plus grande échelle

Les différentes actions animées par la SCOP et l'association sont ainsi organisées dans une réflexion à 360° autour de l'alimentation : de la fourche à la fourchette et reliées aux enjeux sociaux, économiques, environnementaux et de santé.

Concrètement, la SCOP est locataire de l'espace en toiture d'un parking silo situé au 15 Rue Gustave Flaubert, dans le secteur 4 de Grenoble. Cet espace appartient à la Société d'Économie Mixte, la SAGES, la SCOP en est locataire via un bail commercial.

- une terrasse non couverte à R+9 de 469 m2 environ ;
- une terrasse non couverte à R+10 de 228 m2 environ ;
- une serre en verre de 70 m2 environ R+10 ;
- un espace de plantation à cultiver de 433 m2 environ R +10.

La SCOP anime le lieu :

- le midi, avec l'activité de restaurant ;
- le soir avec l'activité de bar-tapas et programmation culturelle

Sur ses activités au Bar Radis, l'association Cultivons, à travers une convention avec la SCOP :

- est gestionnaire de l'ensemble des espaces de culture maraîchère sur le site (1000 m²) et les animations associées : la micro-ferme urbaine du Bar Radis ;
- est gestionnaire de l'espace foodlab, pour animer des ateliers cuisine sous différent format : des ateliers gratuits en après-midi, des ateliers sur le lien alimentation/santé à prix libre, ou des prestations pour des acteurs du territoire. Elle met aussi cet espace à disposition de structures sociales ou de professionnels.
- peut utiliser le lieu les matin, après-midi du lundi au vendredi¹ et certains samedis, pour animer son café associatif : vente de boisson, gâteaux et animations, mise à disposition d'espaces dans le cadre de partenariats ;

En complément, l'association met en lien des acteurs pour l'organisation de soirées autour de la thématique de l'alimentation et de l'agriculture (1 à 2 fois par mois environ).

Cultivons agit aussi depuis 10 ans sur le territoire de de l'Isère :

- à travers des formations, ateliers et accompagnements autour :
 - du développement de l'agriculture urbaine et du lien à l'agriculture
 - de la conciliation entre une alimentation saine et un petit budget
 - des liens entre alimentation et santé
 - de la compréhension du système alimentaire et ses enjeux
 - du montage et l'animation d'un tiers-lieux
- en pilotant ou co-pilotant des actions de démocratie alimentaire sur le territoire qui incluent de l'animation et facilitation de collectifs d'habitants : marché à triple tarification, caisse commune alimentaire inspirée de la Sécurité Sociale de l'Alimentation, groupement d'achat

En résumé, le Bar Radis c'est... :

- un restaurant durable qui réinvente le repas en extérieur du midi ;
- un bar avec une programmation culturelle diversifiée en soirée ;
- une micro-ferme urbaine sur toit qui produit légumes, aromatiques et petits fruits ;
- un café associatif avec des petits prix et des activités variées en après-midi ;
- un laboratoire pour la démocratie alimentaire sur le territoire ;
- un centre de ressources et de formation mobile sur le territoire ;

La SCOP du Bar Radis emploie 11 personnes (8,7 Équivalent Temps Plein). L'association Cultivons emploie 8 personnes (7 ETP), accueille 2 promotions de 3 services civiques par an et accueille des bénévoles sur certaines de ses activités : brunch du samedi, service au café associatif, aide au jardin, confection des gâteaux du café associatif ; son Conseil d'Administration (CA) est composé de 10 personnes.

¹ Jusqu'à 22h les lundi de mars à octobre

Depuis Octobre 2022² le Bar Radis c'est...

Côté SCOP :

- 41 000 repas servis au restaurant
- 46 828 assiettes de tapas servies
- 65 965 boissons fraîches sans alcool vendues
- 21 524 cafés à 1,5 €
- 99 concerts
- 73 spectacles et scènes ouvertes : danse, théâtre, théâtre d'improvisation, stand up, scène ouverte queer, slam...
- 23 expositions accueillies
- 11 emplois créés
- Une quarantaine de stagiaires accueillis en cuisine et au service

Côté association :

- 2 emplois pérennisés et 6 créés
- 20 services civiques accueillis
- 10 stagiaires accueillis

Sur le territoire de l'Isère :

- 11 accompagnements jardin : MDH, bailleurs, MJC, structures de santé (101 ateliers)
- 28 classes accompagnées autour de l'éducation à l'environnement et la création de jardins potagers (127 ateliers)
- 250 ateliers ponctuels : cuisine, jardin, radio
- 3 promotions Opticourses accompagnées en QPV
- 10 comités citoyens animés dans le cadre de la DALLE : l'expérimentation de Sécurité Sociale de l'Alimentation Grenobloise

Au Bar Radis et sur le quartier Flaubert

- 30 cafés Flaubert et 7 recueils de paroles avant l'ouverture du Bar Radis
- 13 rencontres habitantes pour construire le marché Flaubert
- 75 marchés de producteurs sur le quartier Flaubert les Vendredi soirs
- 180 ateliers et permanences jardin
- 150 ateliers cuisine
- 44 ateliers "alimentation santé" animés par une médecin et chef-fes cuisiniers
- 39 projections et débats autour de l'alimentation et de l'agriculture
- 3 forums professionnels, à destination de porteurs de projet en alimentation et agriculture
- 145 visites du toit-terrasse pour présenter le modèle et les activités
- 3 916 kilos de légumes produits sur le toit terrasse
- 227 animations du café asso, animés par une vingtaine de partenaires chaque année
- 1 058 chocolats chauds, 671 chai latte, 563 cappuccino, 2 835 cafés à 1€, 9 201 boissons fraîches sans alcool et 2 653 parts de gâteau servis les après-midi
- 1 760 adhérents en moyenne chaque année depuis 2023
- 68 bénévoles en moyenne chaque année depuis 2024 pour 2 900 heures de bénévolat

² jusqu'à fin 2025

Le contexte social, économique, agricole et environnemental du territoire

Contrasté par ses reliefs, le territoire métropolitain grenoblois présente de nombreuses particularités ; la confluence du Drac et de l'Isère à Grenoble, une dualité entre ville et ruralité, les spécificités des territoires montagnards, un contraste élevé des températures, entre hivers froids et été chauds. Le territoire compte plus de 10 300 ha d'espaces agricoles, ce qui représente 19 % de sa surface totale. 70% des exploitations se consacrent totalement ou partiellement à l'élevage, et nous retrouvons principalement des zones maraîchères et cultures de plaine, des zones pastorales, et enfin de la production céréalière ainsi que du fourrage³. La part d'exploitations en agriculture biologique est plus importante qu'à l'échelle nationale (19% en 2017), on compte aujourd'hui 220 exploitations agricoles dont 202 exploitations professionnelles et 28% en agriculture biologique⁴.

Au sein des 49 communes de Grenoble-Alpes-Métropole, il y a 200 000 ménages. Parmi eux, 14,2 % sont considérés comme pauvres car leur niveau de revenus reste inférieur au seuil de pauvreté. Le niveau de vie médian en 2018 des hommes seuls s'élève à 1 730€, celui des femmes seules à 1 670€, celui des couples sans enfants à 2 250€, celui des couples avec enfant(s) à 1 960€ et celui des familles monoparentales à 1 450€, ce qui creuse l'écart entre les différents types de ménages⁵. Ce qui nous intéresse plus particulièrement, pour comprendre dans quel contexte socio-économique nous nous situons, ce sont les données à l'échelle du secteur 4, dans lequel sont implantés le Bar Radis et Cultivons!. Il est le 2e secteur le plus peuplé de Grenoble avec ses 31 632 habitants et se caractérise par un effectif de familles avec enfant(s) de moins de 25 ans, le plus important des six secteurs⁶.

D'un point de vue économique, le secteur 4 présente un revenu médian disponible légèrement contrasté entre le nord et le sud de son territoire. En effet, alors qu'il est inférieur à celui de la médiane grenobloise dans les quartiers Ferrié-Stalingrad, Alpains et Alliés Clos d'Or (19 600€), il atteint un niveau supérieur à Foch Est, Gustave Rivet et Reynies. Le taux de chômage est plus favorable par rapport à la moyenne grenobloise. Parmi les actifs, les employé-es/ouvrier-es sont légèrement surreprésenté-es (35 % contre 32 % pour Grenoble)⁷. On observe des poches de précarité dans certains quartiers du secteur 4.

- Sur Foch Ouest, Bajatière Ouest et Capuche : un taux de familles monoparentales important
- Sur Alliés Clos d'Or : une part importante de familles nombreuses et un taux de chômage plus important (16%) et des allocataires à bas revenus sur-représentés par rapport à la moyenne grenobloise

³ Diagnostic local de santé et santé-environnement, Grenoble Alpes Métropole, (2022, mai).

https://www.ors-auvergne-rhone-alpes.org/pdf/DSE_Grenoble_Alpes_Metropole.pdf

⁴ MARLIAC, L. (2024, juin 26). *Grenoble alpes métropole*. Territoires Bio

<https://territoiresbio.org/decouvrez-leurs-experiences/grenoble-alpes-metropole/>

⁵ Diagnostic local de santé et santé-environnement, Grenoble Alpes Métropole, (2022, mai).

https://www.ors-auvergne-rhone-alpes.org/pdf/DSE_Grenoble_Alpes_Metropole.pdf

⁶ Projet social 2023 – 2026 de la Maison des Habitant-es Capuche (2023)

⁷ *Ibid*

- Sur les quartiers Ferrié-Stalingrad, Alpins Clos d'Or : un revenu médian disponible inférieur à celui de la médiane grenobloise⁸

Le territoire face aux enjeux de santé environnementale

Afin de prendre en compte les enjeux environnementaux, sociaux et sanitaires, les concepts de santé environnementale et de "One Health" permettent de prendre en compte et apposer une vision globale de la santé ; ce n'est plus seulement la santé des individus, mais également de l'ensemble de leurs environnements qui va jouer et importer. Dans cette idée là, deux grandes lignes sont actuellement travaillées au sein du territoire métropolitain :

- Conserver des espaces agricoles de proximité, pour permettre le développement des circuits courts ;
- Conserver des espaces naturels de proximité, et conforter leur accessibilité de façon compatible avec la préservation de la biodiversité.

Bien que près de deux tiers des Grenoblois vivent dans une zone arborée, environ 10 % de la population réside dans des logements situés dans des zones où les concentrations de dioxyde d'azote (NO₂) sont élevées et 3,5 % est concernée par un environnement très ou hautement dégradé en matière de co-exposition air-bruit⁹. Par ailleurs, l'exposition à la pollution de l'air a notamment pour conséquence l'augmentation du nombre d'enfants avec certaines pathologies.¹⁰ L'exposition à des environnements pollués et à la pollution de l'eau et de l'air par les pesticides, nitrates ou à l'azote est notamment associée à certains cancers, malformations génitales ou maladies respiratoires aiguës.¹¹ On observe également une augmentation du nombre d'enfants atteints d'un trouble du spectre de l'autisme en France, en raison de l'augmentation des facteurs environnementaux (perturbateurs endocriniens, pollution atmosphérique, pesticides, médicaments).¹²

La nature (montagne, forêt, lac, rivière,...) représente le lieu de repli privilégié des grenoblois-es, notamment en cas de forte chaleur. Néanmoins la mobilisation de cette « stratégie » est socialement marquée et inégale.¹³ Hors, une tendance à l'augmentation des températures est observée, comme plus largement en Auvergne-Rhône-Alpes. En 2050, l'estimation des augmentations probables des températures maximales en été en Rhône-Alpes est de +3°C d'ici 2050, et 43 jours de canicule attendus en ville.

Le territoire face aux enjeux de précarité alimentaire

En 1960, l'alimentation représentait en moyenne 34,6 % des dépenses de consommation des ménages, puis 18% en 2000. Le Credoc montre que chaque nouvelle génération a tendance à consacrer une part plus faible de son budget à l'alimentation que la précédente. L'inflation en 2022 a aussi conduit de nombreux Français à faire des choix au détriment de la qualité et de la quantité de leur alimentation. Les changements d'habitudes de

⁸ *Ibid*

⁹ Analyse des besoins sociaux 2025 du Centre Communal d'Actions Sociales de la Ville de Grenoble (2025)

¹⁰ *Ibid*

¹¹ L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?; Programme ensemble bien vivre, bien manger du Secours Catholique - Caritas France; (2024, septembre)

¹² Analyse des besoins sociaux 2025 du Centre Communal d'Actions Sociales de la Ville de Grenoble (2025)

¹³ *Ibid*

consommation se traduisent notamment par un changement de gamme, une diminution de la consommation de fruits, légumes et viande et une hausse des dépenses pour les plats préparés.¹⁴ L'alimentation constitue l'une des principales marges de manœuvre car elle est la variable d'ajustement du budget par rapport aux dépenses contraintes et fixes. Les personnes en précarité sont donc contraintes dans leur consommation alimentaire dans leur quantité, leur qualité, et leur origine.¹⁵ En France, on compte 8 millions de personnes en insécurité alimentaire (Anses 2017).¹⁶

Actuellement, 15% du revenu disponible des ménages de la Métropole Grenoble-Alpes est consacré à l'alimentation, contre 19% pour la France entière et 11 000 personnes en Isère bénéficient de l'aide alimentaire. Ce sont les étudiants, les familles nombreuses et les retraités à petite pension qui sont particulièrement concernés par la précarité alimentaire¹⁷. Ainsi, sur le territoire, certaines personnes effectuent des privations, sur les dépenses d'énergie, alimentaires ou bien les vacances. D'une alimentation de plus en plus grasse, salée, sucrée découle aujourd'hui une progression des maladies telles que l'obésité, le diabète de type 2, les maladies cardiovasculaires ou les cancers. En France, un adulte sur deux et un enfant sur cinq sont en surpoids. Selon la Dress, entre 2016 et 2017, les 10 % les plus modestes de la population française développent plus souvent une maladie chronique que les 10 % les plus aisés, à âge et sexe comparables : 2,8 fois plus de diabète, 2,2 fois plus de maladies du foie ou du pancréas.¹⁸ L'accès aux connaissances et à une offre de qualité est inégal en fonction du territoire, et mérite un travail d'ampleur.

Le territoire face aux enjeux de lien social, d'isolement et de santé mentale

L'accès insuffisant ou précaire à une alimentation de qualité peut aussi avoir un impact sur la santé mentale des individus. En effet, l'incertitude en lien avec l'alimentation génère de l'anxiété. Lors d'une enquête menée en 2021, 82 % des personnes accompagnées par des chèques-services au Secours Catholique se disaient préoccupées par les effets de leur alimentation sur leur santé. De plus, l'isolement et la rupture de liens sociaux deviennent alors des facteurs et des conséquences de cette situation car l'alimentation est souvent source de partage et de convivialité. La solitude peut décourager de cuisiner et, inversement, l'impossibilité d'offrir ou de partager un repas peut renforcer l'exclusion sociale.¹⁹

De plus, la santé mentale des jeunes est particulièrement impactée par les problématiques environnementales. C'est le phénomène « d'éco-anxiété ». Cela concerne notamment les

¹⁴ L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?; Programme ensemble bien vivre, bien manger du Secours Catholique - Caritas France; (2024, septembre)

¹⁵ Analyse des besoins sociaux 2025 du Centre Communal d'Actions Sociales de la Ville de Grenoble (2025)

¹⁶ L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?; Programme ensemble bien vivre, bien manger du Secours Catholique - Caritas France; (2024, septembre)

¹⁷ Diagnostic local de santé et santé-environnement, Grenoble Alpes Métropole, (2022, mai).

https://www.ors-auvergne-rhone-alpes.org/pdf/DSE_Grenoble_Alpes_Metropole.pdf

¹⁸ L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?; Programme ensemble bien vivre, bien manger du Secours Catholique - Caritas France; (2024, septembre)

¹⁹ *Ibid*

plus jeunes, âgés de 15-24 ans et 25-34 ans, où respectivement 8 et 10% d'entre eux seraient « très fortement éco-anxieux », contre 5% tous âges confondus.²⁰

Le territoire face aux enjeux d'adaptation au changement climatique

En France, le changement climatique représente un défi majeur pour les collectivités car toutes les régions sont impactées. Les dernières années en ont fourni de nombreux exemples ; températures dépassant les 45 °C aux épisodes de sécheresse records, en passant par les méga-feux de forêt dans le sud-ouest, etc. Nos ressources sont directement menacées : ressources en eau, agriculture, sylviculture, mais également notre santé, notamment face aux vagues de chaleur. A l'échelle des villes, pour atténuer les effets des îlots de chaleur, favoriser la biodiversité, améliorer la qualité de vie et réduire les émissions de gaz à effet de serre, il est essentiel de réintroduire des éléments naturels dans les environnements urbains, renaturer les espaces et désimperméabiliser les sols, notamment pour améliorer la gestion des eaux pluviales et renforcer la résilience urbaine.²¹

Les acteurs de la Métropole Grenoble Alpes ont été fédérés pour agir autour d'un programme d'actions concrètes. Il s'agit notamment de renforcer la présence de la végétation et de l'eau dans les espaces publics, créer et valoriser des îlots de fraîcheurs au sein du territoire et limiter l'artificialisation des sols. La métropole s'engage également sur des questions de préservation des ressources : eau, forêts, terres agricoles et biodiversité²². Les engagements passent aussi par le renforcement du rôle de l'économie sociale et solidaire dans la transition écologique et énergétique, l'amélioration du tri des déchets, la proposition d'une offre touristique et de loisirs plus écologique, la diffusion d'une culture de la transition ou la mise en action des habitants.²³

²⁰ Analyse des besoins sociaux 2025 du Centre Communal d'Actions Sociales de la Ville de Grenoble (2025)

²¹ Adapter la Ville au Changement Climatique; Territoires en Transitions (2024, octobre)

<https://www.territoiresentransitions.fr/actus/153/adapter-la-ville-au-changement-climatique>

²² PLAN CLIMAT AIR ENERGIE MÉTROPOLITAIN 2020-2030 de la Métropole Grenoble-Alpes

²³ Le Plan Climat Air Energie de la Métropole Grenoble Alpes

<https://planclimat.grenoblealpesmetropole.fr/20-nouveau-plan-climat-air-energie.html>

La démarche d'évaluation

L'évaluation d'impact permet de définir, mesurer et attribuer une valeur sociale et environnementale à son action : elle interroge le projet à travers l'analyse de ses effets et du changement qu'il génère sur ses parties prenantes. C'est-à-dire la capacité à créer des évolutions, inflexions, changements, ruptures sur ces parties prenantes et sur la société de façon plus générale, en répondant à des besoins pas ou mal satisfaits. Elle permet ainsi d'analyser d'autres formes de création de valeur que la seule valeur financière, notamment la contribution à la transition écologique et sociale, ce que ne permettent pas les outils traditionnels de pilotage d'activité.

Le travail d'évaluation doit donc permettre :

- de mieux comprendre son environnement ;
- d'identifier les effets, positifs ou négatifs de ses actions sur les bénéficiaires ;
- de mesurer la valeur sociale et la valeur environnementale des structures ;
- de reconnaître et valoriser ses actions et le travail des parties prenantes ;
- d'améliorer ses pratiques au regard de l'impact environnemental et social souhaité ;
- d'alimenter le plaidoyer local et national en lien avec ses thématiques : Economie Sociale et Solidaire, tiers-lieux, alimentation durable ;²⁴

Dans notre vision de l'impact social, il s'agit de mesurer les changements tant au niveau individuel qu'au niveau systémique et territorial. Il s'agit donc d'une démarche pensée sur le long terme, qui doit guider les orientations et le fonctionnement, tout en permettant de mesurer les effets attendus à court terme.

Pour construire notre méthodologie d'évaluation, nous avons fait le choix de nous appuyer dans un premier temps sur la méthodologie SYALINNOV. Cette méthode conçue il y a maintenant 10 ans est pensée pour permettre l'auto-évaluation de son projet pour des initiatives qui contribuent à la durabilité du système alimentaire. Nous avons donc été accompagné, entre 2023 et 2025 par le cabinet Tero pour :

- définir et identifier la nature de notre projet, sa portée territoriale et son lien avec le système alimentaire ;
- caractériser l'environnement partenarial ;
- définir le chemin vers le changement, c'est à dire comment souhaite t-on améliorer la durabilité du système alimentaire ;
- les indicateurs à suivre et outils à mettre en place pour mesurer ces changements

Ainsi le chemin d'impact global défini a été « Les citoyen-ne-s vivent en 2030 dans une société plus écoresponsable et solidaire ». Pour arriver à cela, quatre impacts thématiques ont été précisés :

- L'environnement est préservé ;
- La santé physique et mentale des usagers est améliorée ;
- La précarité alimentaire a diminué (les personnes en situation de précarité ont davantage accès à une alimentation de qualité) ;
- Les filières agricoles locales sont renforcées.

²⁴ [Evaluer son impact social. Le guide pour construire une démarche d'évaluation adaptée à ses enjeux - AVISE](#)

C'est donc dans ce cadre là que nous avons en 2025 lancer de façon concrète les outils pour mener une évaluation continue, que nous poursuivrons d'année en année, pour répondre à ces questionnements :

- Dans quelle mesure sommes-nous alignés, dans nos actions et pratiques, avec nos valeurs et missions ? Quels sont les éventuelles limites et freins ?
- Que mettons-nous en place pour améliorer et ajuster nos actions par rapport aux missions et engagements que l'on se donne ?
- Comment contribuons-nous à la transition du système alimentaire et à une société plus juste ?

Sur la base de ce travail sur notre chemin d'impact, les fonctions clés et valeurs du projet présentés en introduction, nous définissons 5 grands axes que nous présenterons ici et qui guideront la démarche d'évaluation des prochaines années :

1. l'engagement du Bar Radis dans des pratiques vertueuses pour l'environnement, la santé et les enjeux sociaux à travers l'alimentation
2. la capacité du Bar Radis et Cultivons à former et transmettre des connaissances dans une logique d'autonomisation et encapacitation des publics autour de l'agriculture, l'alimentation, l'économie sociale et solidaire et la coopération
3. l'accessibilité et la convivialité du Bar Radis : public ayant accès à nos activités, diversité d'activités; toucher des publics à priori éloignés ou isolés
4. l'évolution et changement de pratiques et réflexes de consommation des usagers qui fréquentent nos actions (dans et hors les murs) : les usagers s'ils en ont la possibilité cultivent plus facilement en ville, adoptent une alimentation plus équilibrée, et font évoluer leurs pratiques culinaires ;
5. La contribution du Bar Radis sur son territoire pour :
 - a. la transformation du système agricole locale ;
 - b. la lutte contre les inégalités sociales et de santé en lien avec l'alimentation
 - c. le développement de structures de l'ESS et l'hybridation des modèles économiques ;

Pour mettre en oeuvre cette évaluation, nous avons mis en place plusieurs outils :

- Fichiers de suivi des activités : suivre le nombre d'activité, leur fréquentation et le type de public accueilli (depuis 2022) ;
- Fichiers de suivi du jardin : production, rendements, temps de travail ;
- Suivi des approvisionnements du restaurant : connaître le pourcentage d'approvisionnement en local, bio ;
- Questionnaire des usagers du Bar Radis : connaître les profils des usagers du Bar Radis, leur rapport à l'alimentation. Diffusé sur toute l'année 2025 (papier, en ligne) - 287 réponses
- Panel des usagers (entretien + questionnaires) : évaluer l'impact du Bar Radis et des activités proposées, par rapport au profil des personnes
- Questionnaire annuel : évaluer globalement la perception des activités du Bar Radis et leurs impacts sur les pratiques des usagers. Diffusé en juin/juillet 2025 - 42 réponses
- Questionnaire du marché Flaubert : connaître le profil des usagers du marché, leur rapport à l'alimentation. Diffusé à l'Automne 2025 - 31 réponses

Engagements et premiers résultats en matière d'environnement, de santé et de solidarité

Favoriser la convivialité et la mixité à l'échelle d'un lieu

Profil sociologique des usagers

Comme présenté en introduction nous avons fait passer 2 questionnaires au cours de l'année 2025 :

- un questionnaire court diffusé sur toute l'année : distribué ou envoyé à la suite d'ateliers et disponible au comptoir du bar en papier ;
- un questionnaire long diffusé en juin / juillet, essentiellement en ligne (réseaux sociaux, newsletter)

Au total nous avons eu respectivement 287 et 42 réponses. Nous le voyons dans les résultats, certaines données s'éloignent dans les questionnaires. Les modes de diffusion, la durée de la campagne de diffusion et la longueur des questionnaires ayant été différents, les résultats sont à interpréter au regard de ces éléments. Par ailleurs, le Bar Radis étant un espace aux usages multiples, le nombre total de personnes fréquentant le bar, le restaurant, le café associatif ou les ateliers sont disparates. Ainsi dans le questionnaire annuel (*plusieurs réponses possibles*) :

- 58 % des personnes interrogées étaient déjà venus pour consommer (bar, restaurant, café associatif)
- 23 % pour des soirées culturelles
- 20 % pour des ateliers cuisine / jardin
- 13% pour d'autres ateliers (café associatif de l'après-midi)
- 2,4% pour du bénévolat
- 12% pour des soirées projections/débat autour de l'alimentation
- 13% pour des temps professionnels

Dans le questionnaire annuel (*plusieurs réponses possibles*) :

- 12 personnes déclarent venir plutôt le midi
- 13 plutôt l'après-midi
- 28 en début de soirée (17h30-20h)
- 18 en soirée (20h-00h)

Un questionnaire unique pour interroger différents types d'activité permet d'avoir une vue globale, mais présente ses limites pour analyser finement par type d'activité.

Genre des répondants

Sur le panel des 287 répondants du questionnaire des usagers, 65% des répondants étaient des femmes, 31% d'hommes, 4% autres. Le pourcentage de femmes monte à 76% dans le questionnaire annuel. Nous pouvons apporter quelques éclairages à ces résultats :

Sur les temps de consommation (restaurant, bar, café associatif), nous ne faisons pas le constat d'un public majoritairement féminin. Les soirées culturelles sont également des moments avec une bonne mixité de genre. En revanche, sur nos temps d'ateliers, que cela

soit au Bar Radis ou ailleurs sur la métropole, le public est majoritairement féminin. Notamment, aux ateliers cuisine, ce qui semble se corrélérer à l'organisation et la répartition des tâches dans le foyer.

En effet, selon l'enquête sur le partage des tâches domestiques de l'Observatoire des Inégalités, en 2022, 68% des femmes font la cuisine ou le ménage chaque jour, contre 43% des hommes et 31% des femmes, contre 23% des hommes, déclarent s'occuper tous les jours d'un ou de plusieurs enfants ou d'un proche dépendant.²⁵ Les femmes sont davantage socialisées au travail du *care*, au "souci de l'autre" et ce, dès le plus jeune âge (Gilligan, 1981).

De plus, nous faisons aussi l'hypothèse que les femmes sont plus susceptibles de répondre favorablement à une sollicitation d'enquête. En effet, en général, les femmes sont plus susceptibles de participer que les hommes. De la même manière que les personnes plus instruites et plus aisées, les jeunes et les personnes blanches sont plus susceptibles de participer à des enquêtes que les personnes moins instruites et moins fortunées, les personnes plus âgées et les personnes non-blanches.²⁶

Proximité d'habitation / d'activité au Bar Radis

Dans le questionnaire des usagers, parmi les personnes fréquentant le Bar Radis, 55% déclarent habiter à Grenoble, dont 29% à moins de 15 minutes à pied (45% selon le questionnaire annuel). De plus, 24,39 % effectuent leur activité principale à moins de 15 min à pied du Bar Radis (19% selon le questionnaire annuel). Enfin, selon le questionnaire annuel, 31% déclarent habiter plus loin dans Grenoble et 17% dans une autre commune de la métropole.

Nous pouvons donc estimer que 30 à 40 % des usagers du Bar Radis habitent à proximité direct et environ ⅔ à Grenoble. 19 à 25% des usagers exercent leur activité principale à proximité du Bar Radis.

En s'intéressant aux activités auxquelles les répondants ont déjà participé (avant le remplissage du questionnaire), on observe que :

- Les habitants de proximité sont plutôt surreprésentés parmi ceux étant déjà venus pour des ateliers jardin / cuisine (42%), pour consommer et pour des soirées culturelles
- Les habitants de la métropole hors Grenoble sont surreprésentés parmi ceux pour qui c'était la première venue et parmi ceux qui étaient déjà venus pour un temps professionnel
- 86% des personnes déclarant être venues pour du bénévolat sont grenobloises.

Catégorie socioprofessionnelle

En termes de catégories socio-professionnelles, on observe que

- 23 à 29 % des répondants sont des cadres et professions intellectuelles supérieures
- 10 à 23 % des employé-es
- 7 à 19 % des professions intermédiaires

²⁵ Partage des tâches domestiques : les progrès sont lents; Observatoire des inégalités; (2025, mars)

²⁶ Does Gender Influence Online Survey Participation ? : A Record-linkage Analysis of University Faculty Online Survey Response Behavior; William G. Smith, PhD; (2008, Juin)

- 10 à 14 % d'étudiants
- 10-11 % de retraité-es
- 5-10% de personnes se déclarent "autre"
- 6-7% de personnes sans activité professionnelle
- 2-9% d'artisans/commerçants
- 1-2% d'ouvriers

Les cadres sont surreprésentés parmi les personnes qui sont déjà venus pour consommer, et celles venues pour un temps professionnel. Les employés sont surreprésentés parmi ceux pour qui c'était leur première venue au Bar Radis, venant pour des soirées culturelles ou des ateliers en après-midi. Les employés et cadres sont sous représentés parmi ceux faisant du bénévolat ou venant pour des soirées conférences / projections.

Les retraités sont surreprésentés parmi ceux étant déjà venus pour des ateliers en après-midi ou pour le bénévolat et sous représentés parmi ceux n'étant jamais venus ou fréquentant le lieu pour des soirées culturelles.

Les artisans, commerçants et agriculteurs sont surreprésentés parmi ceux fréquentant le lieu pour des soirées projections / débats.

Les personnes sans activité professionnelle sont surreprésentées parmi celles venant pour du bénévolat, ou pour des soirées projections / débats

Âge des usagers

En termes de tranches d'âges, nous observons :

	questionnaire usagers	questionnaire annuel
- de 18 ans	7%	0%
18-24 ans	8%	5%
25-34 ans	31%	52%
35-44 ans	19%	21%
45-54 ans	14%	10%
55-64 ans	11%	2%
65 ans et +	10%	10%

Il y a donc 46% à 57% de moins de 35 ans, 31 à 33% de 35-55 ans et 12 à 21% de plus de 55 ans.

Les moins de 24 ans sont plus nombreux à être venus pour la première fois au Bar Radis au moment de leur réponse.

La répartition des classes d'âge parmi les personnes venant pour consommer est globalement la même que celle ci-dessus, à l'exception des moins de 18 ans.

Les 25-34 ans sont surreprésentés parmi ceux étant déjà venus pour du bénévolat, les soirées culturelles ou un temps professionnel. Les 35-44 ans fréquentent moins les ateliers, le bénévolat.

Les 45-54 ans sont plus présents, aux ateliers cuisine et jardin, mais moins aux autres types d'atelier.

Les 55-64 ans sont surreprésentés parmi ceux venant pour un temps professionnel et les soirées projections/débats. Les plus de 65 ans sont, eux, plus représentés parmi les personnes fréquentant les ateliers et parmi les bénévoles.

Composition du foyer

En termes de composition du foyer, 30% des répondants déclarent appartenir à un foyer d'une personne, 26% de 2 personnes et 45% de foyers de 3 personnes ou plus.

Un foyer de 3 personnes ou plus ne signifie pas nécessairement un foyer d'adultes avec enfants. En effet, parmi les répondants étudiants (41 répondants), la majorité déclarent ne pas vivre seuls. Nous faisons donc l'hypothèse que nombre d'entre eux sont en colocation.

En France, les ménages d'une seule personne représentent 38,4% de la population (INSEE, 2012), les foyers de 2 personnes 32,4% et les foyers de 3 personnes ou plus 29,2 %.

Enfin, 53 % des personnes déclarent ne pas être propriétaires de leur logement et 45% sont propriétaires. En France, la tendance est plutôt inverse : 58 % des ménages sont propriétaires de leur logement. A l'échelle de la Métropole de Grenoble, il y a 50% de propriétaires, cette part augmentant à mesure que l'on s'éloigne de la ville-centre (Diagnostic territorial 2019).

Rapport à l'alimentation des usagers

Nous avons interrogé les usagers sur différentes questions en lien avec leur alimentation :

- leur satisfaction vis à vis de leur alimentation actuelle (2 questionnaires)
- leurs critères de choix pour leur approvisionnement (2 questionnaires)
- les éventuelles restrictions qu'ils adoptent (2 questionnaires)
- la fréquentation de lieux de ventes d'alimentation local, bio... (questionnaire annuel)
- s'ils considèrent avoir accès à une alimentation de qualité (questionnaire annuel)

Lors du questionnaire annuel :

- 40% des répondants ont déclaré ne pas fréquenter des points de vente alimentaires bios et/ou locaux et/ou vrac et/ou solidaires sur la métropole de Grenoble
- 14% ont déclaré ne pas avoir accès à une alimentation de qualité et 17% être satisfaits à 1 ou 2 de leur alimentation

Pour faciliter la compréhension, les analyses ci-dessous porteront uniquement sur le questionnaire des usagers (287 répondants)

En moyenne les répondants sont satisfaits à 3,2 de leur alimentation (sur une échelle de 1 à 4).

- 34,8 % ont répondu 4 sur 4
- 48,8 % des répondants ont répondu 3 sur 4.

- 12,6 % ont répondu 2 sur 4
- 2,4 % 1 sur 4
- 2,44 % de non répondants

En détaillant :

- par âge, nous constatons que la moyenne passe en dessous de 3 pour les publics de moins de 24 ans ;
- par catégorie socioprofessionnelle, la moyenne passe en dessous de 3 pour les personnes sans activité professionnelle et les professions intermédiaires
- par genre, la moyenne des personnes déclarant autre, est de 2,89 (vs 3,16 pour les hommes et 3,19 pour les femmes)
- à l'inverse du marché Flaubert, plus la taille du foyer diminue, moins les personnes sont satisfaites de leur alimentation

Sur les critères de choix de leur alimentation (choix de 5 critères sur une liste de 10, sans ordonnancement)

Sur 287 répondant-es :

- la provenance a été citée par 69% des répondants ;
- la saisonnalité a été citée par 68 % des répondants ;
- la qualité gustative vient ensuite, citée par 59% des répondants ;
- ensuite l'impact environnemental, cité par 53% des répondants ;
- et en dernier le prix, cité par 52% des répondants.

Les contraintes de santé sont citées comme critère de choix par 16% des répondants.

Le prix bascule en premier ou second critère le plus cité chez :

- les étudiants ;
- les personnes sans activité professionnelle ;
- les personnes déclarant une profession "autre" ;
- les employés ;
- les personnes non propriétaires de leur logement ;
- les personnes ayant noté la satisfaction de leur alimentation à 2 ;
- les moins de 24 ans ;

Enfin nous avons utilisé l'échelle de mesure de l'insécurité alimentaire vécue (échelle FIES). Selon le principe de l'auto-déclaration, les questions portent sur les comportements alimentaires de la personne interrogée et les difficultés croissantes d'accès à la nourriture à laquelle elle se heurte, en raison de ressources limitées. Sur 8 items, les personnes doivent déclarer si elles se sont déjà retrouvées confrontées à cette situation au cours des 12 derniers mois. Ainsi 59% des répondants déclarent ne s'être retrouvés face à aucune de ces situations. Pour ceux ayant répondu positivement à au moins un item, voici ce qu'il ressort (en pourcentage du total des répondants soit 287 personnes) :

Vous avez été inquiet de ne pas avoir assez à manger	6,6%
Vous ne pouviez pas manger des aliments nourrissants et bons pour la santé	7,7%

Vous mangiez presque toujours la même chose	15,3%
Vous avez dû sauter un repas	6,6%
Vous n'avez pas mangé autant qu'il aurait fallu	3,8%
Il n'y avait plus rien à manger à la maison	5,2%
Vous aviez faim mais vous n'avez pas mangé	3,1%
Vous n'avez rien mangé de toute la journée	3,1%

La perception du Bar Radis

Nous avons demandé aux interrogés du questionnaire annuel, de décrire le café associatif, le restaurant et le bar en 3 mots.

Pour décrire le café associatif, les personnes interrogées utilisent les mots suivants :



Le café associatif semble être perçu comme un lieu agréable et accueillant pour son aspect calme et reposant, son accessibilité et sa polyvalence. Nous les avons aussi interrogés sur ce qu'ils apprécient au café associatif :

- le calme et la tranquillité
- les petits prix
- la possibilité de faire des rencontres

Pour décrire le restaurant, les répondants utilisent les mots suivants. Nous constatons que le restaurant le midi est également reconnu comme un lieu convivial, accueillant et engagé, notamment pour son alimentation équilibrée, variée végétarienne, bio, locale et son aspect culturel.



Lorsqu'on demande aux répondants ce qu'ils apprécient au restaurant, ils répondent :

- l'originalité, créativité et inventivité
- la qualité et la localité des produits
- l'offre végétarienne
- la convivialité du lieu

Concernant le bar, ce qui ressort comme appréciés par les personnes interrogées :

- la terrasse et les espaces
- l'ambiance et la convivialité
- la qualité des produits

Le Bar Radis est donc reconnu pour sa convivialité, la qualité des produits. Le restaurant est aussi apprécié pour sa créativité, le café associatif pour le calme et les petits prix et le bar pour l'ambiance.

En ce sens, Liliane²⁷ témoigne :

“Pourquoi je viens au Bar Radis ? Parce que je trouve que c'est un endroit où je me sens à l'aise” ; “Je viens seule et en général, je retrouve des bénévoles que je connais ici, en fait.” ;

“J'ai rencontré plein de personnes sympathiques, en fait, en tant que bénévole ici. Bah, quand je viens cuisiner, c'est pareil... J'ai découvert des recettes, des gens. Enfin... Ça me permet de rencontrer d'autres personnes”.

“Je dirais que c'est un endroit multi... pas pluridisciplinaire, mais qui propose tout un éventail d'activités qui sont très éclectiques. Vu que j'ai participé à plusieurs activités, c'est que j'ai rencontré tout type de personnes, en fait. Les gens qui jardinent ne sont pas les mêmes qui participent aux ateliers de cuisine ou qui participent aussi aux ateliers avec des professionnels. C'est vraiment très varié. Et c'est ça que j'aime bien, en fait. C'est un lieu atypique, en fait, je trouve”

Yann²⁸, lui, explique que c'est motivant d'aller au Bar Radis et de trouver d'autres personnes qui participent au projet et évoque un aspect communautaire.

Cultivons, à travers ses partenariats, cherche à favoriser l'accessibilité du lieu et ses activités notamment en après-midi, à des publics en situation de précarité, d'isolement de handicap. Ainsi, plusieurs relations partenariales, dont certaines formalisées avec une convention sont faites avec des structures sociales pour mettre à disposition le lieu, faciliter l'inscription de participants : le Club House, la Ligue de l'Enseignement, l'Adate, Humacoop, PAOFIP38, le SARIL (APAJH 38), Cultures du Coeur, Ecole de la 2nde Chance.

Les salariés ou administrateurs de ces structures témoignent :

“Les freins des publics accompagnés par la Ligue sont multiples (barrière de la langue, isolement social, perte de repères et de mobilité, problématique de garde, grande précarité et vulnérabilités...). Le programme du Bar Radis est un médium qui selon moi encourage la convivialité et la mixité. Je suis convaincue que la collaboration avec d'autres associations est aussi un moyen. Je pense encore que certains collectifs nécessitent un accompagnement avant de pouvoir profiter du Bar Radis en autonomie.” Une salariée de la Ligue de l'Enseignement

“Plusieurs membres du CLUBHOUSE se retrouvent dans vos projets et les thématiques alimentaires proposées.” Un salarié du Club House de Grenoble

²⁷ Membre du panel

²⁸ Membre du panel

En bref - Favoriser la convivialité et la mixité à l'échelle d'un lieu

- 30 à 40 % des usagers qui vivent en proximité du Bar Radis, qui fréquentent notamment plus les ateliers cuisine et jardin et les soirées culturelles ;
- Une représentation de toutes les catégories socioprofessionnelles, avec une prépondérance de cadres et d'employés ;
- 46% à 57% d'usagers de moins de 35 ans, 31 à 33% de 35-55 ans et 12 à 21% de plus de 55 ans ;
- Les personnes âgées et retraitées fréquentent les ateliers en après-midi ;
- Du bénévolat mixte entre personnes jeunes, sans activité et personnes âgées retraitées ;
- Des soirées culturelles qui attirent les classes d'âge les plus jeunes ;
- Toutes les classes d'âge de 24 à 65 ans et plus fréquentent le restaurant
- Une surreprésentation des locataires de leur logement par rapport aux personnes propriétaires (en comparaison à la population française / métropolitaine)
- 15% des usagers sont plutôt insatisfaits de leur alimentation. Les personnes les moins satisfaites sont les moins de 24 ans, les personnes sans activité, les personnes de genre autre et les personnes locataires de leur logement.
- Le prix est un critère de choix primordial dans l'approvisionnement alimentaire pour les plus jeunes, les étudiants, les employés.
- 16% des usagers sont contraints par des problématiques de santé dans leurs critères de choix de leur alimentation.
- 41 % des usagers se sont déjà au cours des 12 derniers mois au moment de leur réponse retrouvé confrontés à une situation de contrainte alimentaire, notamment de presque toujours manger la même chose, de ne pas pouvoir manger des aliments nourrissants et bons pour la santé.
- Le Bar Radis est perçu par ses usagers comme un lieu convivial, accueillant. Il est apprécié pour sa diversité d'activités.
- Le Restaurant est apprécié pour sa créativité, la qualité des produits.
- Le café associatif est un lieu calme, que les personnes aiment pour ses petits prix, et le fait de pouvoir y faire des rencontres
- Le Bar est apprécié pour sa terrasse et les espaces, la qualité des produits et l'ambiance
- Des structures partenaires qui apprécient la diversité des activités, pour faciliter la participation de leurs publics

Faire commun et inventer des modes d'organisation coopératifs

En interne : bâtir une gouvernance partagée

L'association Cultivons nos toits a souhaité changer d'échelle en co-construisant le projet du Bar Radis en 2017. Initialement envisagé comme une SCIC, le projet du Bar Radis s'est structuré, pour des raisons politiques et économiques, en plusieurs entités distinctes : les associations Cultivons Nos Toits et les Ami.e.s du Bar Radis désormais réunies avec l'association Cultivons !, et la SCOP le Bar Radis, qui gère des activités de bar et de restaurant.

En 2024 l'association a mené un DLA, dans le cadre de la fusion des 2 associations citées ci-dessus effectué grâce à GAIA avec deux formatrices hébergées avec la CAE du territoire 3Bis. Celui-ci a été l'occasion de travailler sur une refonte de la gouvernance avec :

- la définition des rôles de chaque salarié, les responsabilités et redevabilités associées
- la clarification des rôles attachés au conseil d'administration et au bureau
- la formation des équipes aux outils d'intelligence collective
- la définition du parcours bénévoles
- la création de collègues afin de dynamiser l'engagement des bénévoles et des parties prenantes de l'association.

Par la suite un travail de clarification des rôles et des responsabilités, à l'échelle de l'association et de la SCOP a été mené. Cette volonté s'est inscrite dans plusieurs constats et besoins:

- Après 2 ans d'ouverture et plusieurs années de montage du projet : une forme d'épuisement et une évolution des envies et projets des fondateurs. Ce qui a débouché sur moins d'associé.e.s actifs, une concentration des postes décisionnaires entre quelques personnes en surcharge de travail ;
- Une volonté de personnes arrivées plus récemment dans le projet, d'y prendre part, de s'engager mais avec une réticence, car la position d'associé-es attire peu : ils y voient plus de contraintes que d'avantages ;
- Créer des outils et modèle de travail qui participent aussi à réinventer la qualité de vie au travail, la participation, le partage des responsabilités (le modèle SCOP, un modèle associatif plus collégial et participatif)

Les objectifs étaient donc :

- de valoriser l'engagement et l'investissement, que celui si soit bénéfique pour les personnes qui y participent au regard de l'épanouissement et la satisfaction au travail
- de partager les responsabilités, les prises de décisions dans une logique coopérative / collégiale
- de faciliter les transmissions, avec des parcours d'entrée/de sortie claires et des changements de poste et responsabilités possibles.
- de créer des espaces de travail, basés sur la coopération, la participation et de pérenniser des emplois salariés

Ainsi 3 niveaux de rôles ont été définis :

- rôle opérationnel : applique les objectifs de la mission selon un usage déjà défini et relatif à un pôle d'action. Mise en œuvre de procédures avec des tâches régulières et constantes.
- rôle transversal : référent.e d'un pôle d'action, participe à la définition des objectifs annuels et définie à partir des usages des procédures d'action collective
- rôle stratégique : assure la cohérence et la coordination des pôles entre eux, supervision des équipes, représentation externe, vision globale permettant d'agir sur le développement de la structure

L'année 2025 a permis d'affiner collectivement les choix de gouvernance, et de faire évoluer les instances :

- Départ de 6 fondateurs entre Janvier 2024 et Juillet 2025. Rentrée de 4 nouveaux associés dans la SCOP en mai 2026
- Fiches de poste et contrats de travail clarifiés et alignés avec les rôles définis :
 - 2 rôles stratégiques dans chacune des 2 structures
 - 3 rôles transversaux dans chacune des 2 structures
 - 3 rôles opérationnels côté association, 6 rôles opérationnels côté SCOP
- Augmentation de 9 salaires sur 19 au 01/01/2026

Afin d'impliquer aussi les parties prenantes qui participent à faire vivre le Bar Radis, nous cherchons aussi à impliquer plus largement les membres non salariés, via notre structure associative. Ainsi côté Association en 2025 :

- Organisation d'1 comité de pilotage financeurs
- Animation d'1 comité partenarial "Alimentation et santé"
- Organisation de 2 réunions du collège des bénévoles et plusieurs apéros bénévoles
- Augmentation significative du nombre de bénévoles : 10 en 2023, 56 en 2024, 79 en 2025
- Lancement de nouvelles activités sous l'impulsion des bénévoles : groupement d'achat des portes monnaies légers et ateliers de transformation anti-gaspi
- un Conseil d'administration renouvelé à 10 membres, avec un nouveau bureau et un tiers de bénévoles en plus. Des profils variés :
 - 5 hommes, 5 femmes (bureau : 1 Homme, 2 Femmes)
 - 2 employés, 2 étudiants, 2 cadres, 2 professions intermédiaires, 2 retraités
 - 4 personnes de 25-34 ans, 2 personnes de 35-44 ans, 1 personne de 45-54 ans, 1 personne de 55-64 ans, 2 personnes de 65 ans et plus

L'ensemble des réunions, des différents rôles et instances sont animés selon des principes d'intelligence collective, d'écoute et de faire ensemble : météo, réunion de triage, outils d'éducation populaire (interviews appréciatives, ma place dans le monde, world café...).

2 séminaires annuels permettent de réunir salariés des 2 structures, associés anciens salariés de la SCOP et membres du CA de l'association pour faire des points d'actualité sur les structures, le lieu et travailler collectivement sur les thématiques communes :

- d'organisation interne, santé et bien-être au travail, inclusion, lutte contre les Violences et Harcèlement Sexistes et Sexuelles (VHSS) ;
- de développement de nos activités ;
- de communication, plaidoyer et vision commune

Il s'agit pour nous de :

- défendre une vision collective, partagée et participative du travail. Que chacun-e trouve sa place, ait un périmètre de responsabilité clair dans lequel il peut exercer ses missions en autonomie et en confiance vis-à-vis du reste du groupe. Nous souhaitons aussi que l'organisation soit pensée comme mouvante, pour qu'elle puisse s'adapter au fil du temps, à la réalité des personnes présentes, et des besoins qui évoluent du collectif.
- créer des espaces de débat clairs et sains pour faire place à l'intelligence collective, voir les désaccords comme des opportunités d'apprendre à mieux les gérer et mieux se comprendre. Et permettre l'émancipation de chacun-e à travers le collectif : là on sa voix compte, où chacun-e est responsable de ses paroles et de ses actes.
- tester et démontrer que des gouvernances partagées sont le socle d'organisations du travail, qui mettent l'humain au centre, afin de repenser nos outils de travail et de consolider des modèles de structures de l'Économie Sociale et Solidaire.
- Permettre que le projet sur Bar Radis soit porté collectivement, alimenté par les salariés et parties prenantes qui le font vivre au quotidien et ainsi co-construire la stratégie moyen long terme.

Dans la continuité du travail d'évaluation, une évaluation interne de la satisfaction des bénévoles, salariés, services civiques, stagiaires actuels et anciens pourrait être mise en place pour mesurer les effets de la mise en œuvre de ces principes de gouvernance partagée.

En externe : coopérer à différentes échelles

Les actions que nous menons au Bar Radis et sur le territoire s'appuient sur des partenariats et un travail en coopération avec des acteurs variés : institutions, associations, entreprises privées, fédérations, universités...

Coopérer c'est se donner les moyens d'être et de faire ensemble, d'œuvrer collectivement pour atteindre une intention commune. Ainsi, nous construisons nos actions avec les partenaires, dans une logique de co-construction et de méthode guidée par la qualité :

- réunions préalables pour définir les besoins, les attentes avec des méthodologies favorisant la coopération (intelligence collective, facilitation) ;
- réflexions collectives sur la méthode, les outils, formats les plus adaptés ;
- en cas d'imprévus, de difficultés : consulter les parties prenantes et ajuster ;
- évaluer les actions auprès des participants et des structures partenaires en fin d'action et améliorer les prochaines actions similaires (avec les mêmes partenaires ou d'autres), identifier et mettre en place des indicateurs

Ainsi, nous avons une carte partenariale large et diversifiée. A fin 2025 nous comptabilisons, 243 partenaires dont :

- dans l'intensité de la relation : 29 proactifs, 86 réactifs et 128 plus neutres
- dans le niveau de contribution : 53 avec un niveau élevé, 60 un niveau moyen et 130 un niveau plus faible
- sur le type d'acteurs : 93 associations, 7 fondations ou fonds de dotation, 39 structures institutionnelles, 99 structures privées, 5 du monde académique / de la recherche

Sur les types d'activités (plusieurs thématiques possibles par partenaires), nos liens sont :

- autour de la formation et l'accompagnement des publics : 34 partenaires
- pour la programmation du Bar Radis (soir et après-midi) : 40 partenaires
- comme fournisseurs du bar-restaurant, des activités de l'association et du marché Flaubert : 39 partenaires
- comme partenaires financiers : 13 partenaires
- la valorisation et la communication de nos actions : 15 partenaires

Sur les sujets traités, des liens sont tissés :

- autour de l'agriculture urbaine : 34 partenaires
- sur l'accessibilité et l'ancrage territorial de nos actions : 40 partenaires
- autour du droit à l'alimentation et la lutte contre les inégalités : 29 partenaires
- autour des tiers-lieux et modèle d'entreprise coopérative : 8 partenaires

Nous sommes notamment impliqués dans différents réseaux, du local au national.

En local :

- le réseau des acteurs de l'alimentation solidaire en Isère (CALISOLI) qui rassemblent une vingtaine d'acteurs du Département engagés autour des questions de l'accès à une alimentation de qualité pour toutes et tous - *membre*
- le réseau des acteurs de l'agriculture urbaine - *animation via notamment le festival annuel des 48H de l'Agriculture Urbaine*

En régional

- le réseau RELIEF²⁹, réseau régional des Tiers-Lieux - *membre*

Au national

- l'Agence Française d'Agriculture Urbaine Professionnelle³⁰ (AFAUP) de laquelle nous sommes membres et impliquées dans les rencontres, remontées d'expérience du terrain etc - *membre et tête de réseau local*
- le réseau des Cols Verts, qui incubent et fédèrent des projets autour de l'alimentation durable et de l'agriculture urbaine - *incubation en 2024, mutualisation et échanges de pratiques depuis*
- le mouvement Carav'Alim³¹, mouvement d'éducation populaire pour le droit à l'alimentation, via l'accueil, la fédération et le soutien à des projets, initiatives et collectifs qui œuvrent pour l'accès de tou-tes à une alimentation digne et durable et agissent avec les personnes concernées par les injustices du système alimentaire. - *membre et pilotage (au comité de pilotage depuis Janvier 2026).*

Dans la logique de faire du Bar Radis un lieu ressource au carrefour d'un certain nombre de thématiques, nous mettons à disposition le lieu gratuitement à plusieurs types d'acteurs :

- les soirs, pour la programmation culturelle, avec des événements plusieurs fois par semaine. Sur lesquels nous nous engageons à une diversité d'offre via une charte³² - 106 événements dont 38 avec des partenaires récurrents en 2025
- les après-midi, plusieurs fois par semaine, pour la programmation lieu de vie : des activités créatives, expressives, bien-être variées pour permettre aux intervenants un

²⁹ <https://www.relief-aura.fr/>

³⁰ <https://www.afaup.org/>

³¹ <https://caravalim.org/>

³² Voir la charte en Annexe

lieu accessible pour proposer leur pratique, et pour des participants de découvrir une diversité d'activité à petits prix - 85 ateliers avec 23 partenaires en 2025

- les matin ou après-midi, plusieurs fois par an pour la mise à disposition à nos structures sociales partenaires : ateliers cuisine, tournoi d'échecs, Conseil de la Vie Sociale (CVS) de l'Adate, etc.

En Bref - Faire commun et inventer des modes d'organisation coopératifs

- Un travail continu sur la gouvernance du projet depuis 2022 : croissance du nombre de bénévoles côté association et implication via un renouvellement du CA, clarification des rôles et responsabilités salariées
- Des temps collectifs thématiques réguliers sur l'année : collège des bénévoles, comités partenariaux et financiers, séminaires d'équipes dans une logique de co-construction
- Méthodologie d'animation des temps collectifs internes et externes, basés sur l'intelligence collective et l'éducation populaire
- Une cartographie partenariale large et diversifiée :
 - 243 partenaires dont 115 actifs ou proactifs et 53 avec un niveau élevé de contribution à nos actions
 - 34 partenaires sur l'agriculture urbaine, 40 sur l'accessibilité et l'ancrage territorial, 29 autour du droit à l'alimentation et la lutte contre les inégalités, 8 autour des tiers-lieux et des modèles d'entreprises coopératifs
- Membre et/ou pilotage de 6 réseaux local, régional ou national autour de l'alimentation, l'agriculture urbaine et les tiers-lieux
- Une logique de mise à disposition du lieu du Bar Radis pour faciliter un panel varié d'activités, les rencontres et la coopération entre acteurs : 106 événements culturels, 85 ateliers en après-midi, des structures sociales partenaires

Partager des connaissances et renforcer le pouvoir d’agir

Le Bar Radis identifié comme un lieu ressource

Le Bar Radis est identifié par ses usagers comme un lieu ressource sur les questions d’alimentation, en effet selon le questionnaire annuel :

79% connaissent les ateliers et permanences jardin.

- 21% ont déjà participé et déclarent avoir appris des choses : compostage, contraintes de l’agriculture urbaine, plantes sauvages
- Parmi ceux ayant participé 43 % ont modifié leurs pratiques de jardinage par la suite

61% connaissent les 48h de l’agriculture urbaine et 36% y ont déjà participé.

Concernant le volet alimentation / santé / cuisine, 86% des répondants savent que le Bar Radis propose des ateliers cuisine.

- 19% y ont déjà participé.
- 75% des participants déclarent avoir modifié leurs habitudes : reproduction de recettes, moins de gras, moins de sucre.

Enfin 73% savent que le Bar Radis organisent des soirées autour du système alimentaire (conférences, projections...).

En ce sens, Quentin³³ raconte :

“Ouais [conférences] alimentation santé, enfin j’en ai fait pas tant que ça en fait j’en ai fait 3 je crois, j’ai fait aussi un atelier avec.. deux ateliers d’alimentation avec, enfin, des ateliers des présentations avec une naturopathe, Mireille Lehmann et puis j’avais fait des ateliers aussi de cuisine crue aussi, je voulais découvrir. [...] et puis peut-être aussi un atelier de lacto-fermentation.”

Yann³⁴ s’y est également formé et regarde régulièrement la programmation

“moi j’ai fait quelques formations, j’en ai fait deux au Bar Radis”

“Mais par contre, je regarde régulièrement, voilà, plus l’agenda, en me disant, « Tiens, quelles activités je peux... Euh... Je peux y aller, moi, pour me former, ou... Ou avec les enfants pour les... Voilà, les sensibiliser.”

et Yasmine³⁵ est régulièrement venue pour des ateliers cuisine :

“Jusqu’à maintenant, je suis venue pour des ateliers cuisine d’ailleurs”

Par ailleurs, pour la majorité des enquêtés, participer à ces ateliers autour du jardin ou de l’alimentation leur a permis d’acquérir des connaissances, ce qui a eu une influence sur certaines pratiques. Liliane³⁶ raconte donc :

³³ Membre du panel

³⁴ Membre du panel

³⁵ Membre du panel

³⁶ Membre du panel

“Et en fait, en participant à des ateliers alimentation, je me suis rendue compte que, bah, il fallait peut-être revoir certaines choses, donc... Oui, mon alimentation a changé, et s'est améliorée en qualité, en fait.”

Ce que Quentin confirme :

“Oui, ça a un impact sur ma pratique alimentaire. Enfin, disons que ça complète des connaissances que j'ai eues... Enfin, oui, non, si, j'apprends plein de choses. Enfin... avec les ateliers de cuisine, j'ai appris plein de choses.”

Le Bar Radis représente donc un lieu ressource, d'éducation populaire, qui permet notamment d'aiguiser notre sensibilité sur certains sujets. En ce sens, Yasmine caractérise le Bar Radis comme un :

“Lieu de culture, d'éducation autour de l'alimentation durable”.

“J'adore le fait que ce soit un tiers lieu. J'adore le fait que ce soit une asso. L'orientation vers l'alimentation et l'agriculture locale. J'adore ça. Et puis, le fait que ce soit éducatif, en fait. Ça rend accessible des choses...”

Des structures partenaires, témoignent également en ce sens, que le Bar Radis représente pour eux un lieu ressource, de référence sur les thématiques de l'alimentation :

“Lieu ressource pour les personnes du CLUBHOUSE. Riche en diversité et un programme qui correspond à certains de nos membres orientés vers une alimentation saine et équilibrée.” Un salarié du Club House de Grenoble

“Sur la question de l'alimentation, je considère le Bar Radis comme une référence.” Une salariée de la Ligue de l'Enseignement

“Un partenaire ressource sur les questions d'alimentation saine et durable. Un lien pérenne qui s'est construit sur plusieurs années” - Une salariée Cultures du Coeur

Mêler savoirs, pratiques et échanges pour un changement durable des pratiques alimentaires

A travers ses actions d'accompagnement et de formation, Cultivons cherche à transmettre à un public large et diversifié, du savoir - pratique et théorique - au jardin et en cuisine, en favorisant également le partage d'expériences et connaissances entre participants. Ainsi en 2025, Cultivons a proposé, dans et hors les murs du Bar Radis :

- 16% d'ateliers à destination de publics en situation d'isolement, précarité, nouvellement arrivées sur le territoire ;
- 6,5% d'ateliers pour des personnes en situation de handicap ;
- 21% d'ateliers dans le cadre de temps scolaires, étude, programme d'insertion

A cela s'ajoute d'autres actions qui cherchent la mixité des publics, pour favoriser cet échange de savoirs et de pratiques. Les ateliers cuisine du café associatif, qui ont lieu 2 fois par mois par exemple. Des structures partenaires comme Humacoop ou Cultures du Coeur participent respectivement à un atelier par mois, avec 5 à 6 personnes soit la moitié des participants de l'atelier. Pour garantir un cadre sécurisant et sûr pour les participants, nous utilisons des outils d'éducation populaire et d'intelligence collective. Nous nous adaptons aussi aux éventuels freins : maîtrise de la langue française, motricité, etc.

Lors des ateliers nous faisons attention à ce qu'il n'y ait pas d'injonction à avoir une certaine alimentation, pour ne pas culpabiliser. Nous avons plutôt une démarche de proposer d'autres façons de faire, en apportant du savoir et des clés de compréhension et inciter les personnes à réfléchir à leurs pratiques. Le savoir est selon nous la base d'un meilleur pouvoir de décision, de choix et d'action, adapté à ses contraintes et besoins. Il est important pour nous aussi de valoriser chaque petit changement, qui constitue une évolution positive et qui sont le socle pour un changement durable, conscient et choisi.

Zoom sur les ateliers scolaires

Cultivons ! accompagne à tous les âges pour transmettre des savoirs, de la connaissance, la capacité à observer et respecter le vivant et à prendre soin de sa santé.

Nous le savons, agir dès le plus jeune âge est une des clés pour favoriser des changements de pratiques. Depuis 2024, Cultivons ! intervient dans des écoles de la Métropole à travers le dispositif d'Éducation à l'Environnement de Grenoble Alpes Métropole. En parallèle nous sommes souvent sollicités par des MJC, centres de loisirs, etc. pour animer des ateliers auprès des enfants ou adolescents. Enfin nous pouvons accompagner des établissements scolaires à la mise en place de jardin au sein de leurs infrastructures ou à proximité. Ainsi sur l'année scolaire 2023-2024 nous avons accompagné l'école Malherbe (Grenoble, secteur 5) et sur l'année scolaire 2025-2026 nous accompagnons l'école Anne Sylvestre (Grenoble, secteur 4).

A travers ces programmes d'accompagnement, il s'agit donc de garantir dès le plus jeune âge, l'acquisition des apprentissages pour comprendre :

- l'environnement, la nature, comment en prendre soin
- les bases de la santé, et comment notre alimentation l'influence
- comment allier plaisir gustatif et santé

Ainsi en 2025 :

- 28% de nos actions étaient adressées à des enfants de moins de 11 ans
- 9% d'ateliers étaient destinés à la tranche d'âge 15-24 ans

Des enseignants des classes dans lesquelles nous sommes intervenus, témoignent ainsi sur les points forts des formats proposés par l'association :

“Les activités variées avec les élèves, la manipulation, la sortie cuisine au Bar Radis, la grande liberté dans le choix des activités, la découverte en lien avec le vécu des enfants”.
Une enseignante de CP, Saint Martin d'Hères

“L'animatrice savait intercaler les moments d'écoute, de manipulation, d'observation et d'échange avec des jeunes enfants où il faut varier ces temps d'apprentissage. Elle est revenue à chaque fois sur ce qui avait été fait la séance précédente et elle les a amenés à se remémorer le contenu en fin de séance également.” Une enseignante de CP, Fontanil Cornillon

Les enseignants témoignent aussi des apprentissages acquis par les enfants, et de la continuité qu'ils font par la suite en classe :

“Ils sont très investis dans la vie du potager et ils ont expliqué à tous (toutes les classes) les conseils reçus.” Une enseignante de CE1, Fontaine

“Retour un peu théorique sur le cycle de vie de la plante, sur l'alimentation. Les enfants sont partis avec les plants à la maison et les ont planté chez eux. Certains m'envoient des photos régulièrement pour me montrer l'évolution.” Une enseignante de CP, Saint Martin d'Hères

“Traces écrites sur le cahier pour garder traces des connaissances, réutilisation en classe verte, jeu "quel arbre, quel fruit, quelle fleur ?" à coller dans le cahier.” Une enseignante de CE1, Fontaine

Zoom sur OPTICOURSES®

Cultivons ! déploie depuis 2025, le programme de promotion de la santé OPTICOURSES® marque collective propriété d'INRAE, qui vise à renforcer le pouvoir d'agir des populations en situation de précarité socio-économique pour qu'elles puissent acquérir une alimentation plus saine et plus durable sans dépenser plus. Le programme s'appuie sur des ateliers collectifs et un accompagnement individuel sur l'analyse des achats réels du foyer, basé sur une récolte des tickets de caisse des participants. Le programme est reconnu comme action probante par Santé Publique France. Opticourses est basée sur une recherche interventionnelle ayant eu lieu de 2012 à 2014. L'analyse qualitative de cette recherche a notamment permis de mettre en avant :

- une amélioration des connaissances sur la qualité nutritionnelle des aliments (par exemple, différence entre pommes de terre et légumes ou entre yaourts et desserts lactés) et une prise de conscience de la part du budget alimentaire alloué à certains groupes d'aliments (notamment la viande et les produits gras et sucrés).
- une modification des comportements d'achats alimentaires à 3 niveaux :
 - type d'achat : moins de boissons sucrées, hausse des fruits et légumes, remplacement du pain blanc par du pain complet
 - stratégie d'achat : attention portée aux étiquettes, diversification des lieux d'approvisionnement, meilleur contrôle du budget, opinion plus favorable sur les produits d'entrée de gamme
 - pratiques culinaires : cuisiner soi-même, cuisinier différemment³⁷

En 2025, Cultivons a accompagné 3 premiers groupes sur la Métropole, à Saint Martin d'Hères, Pont de Claix et Echirolles. Ainsi 31 personnes ont participé à au moins une séance d'atelier. 2 profils de participants se dégagent :

- 1) des participants portant déjà attention à l'équilibre nutritionnelle de leur alimentation, malgré la contrainte budgétaire
- 2) des participants venus par curiosité et déclarant ne pas être en capacité et/ou ne pas avoir l'envie de modifier leurs habitudes

Pendant les bilans individuels pour restituer l'analyse des tickets de caisses, les participant-e-s ont partagé des changements alimentaires depuis le début d'Opticourses :

- Prise de conscience et diminution de la consommation de certains produits gras et sucrés ;
- Introduction de certains groupes alimentaires dans l'alimentation: poisson, oléagineux

³⁷ <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007996018300555?via%3Dihub>

Une des participantes, plutôt du profil 2, déclare avoir commencé à mettre en place des choses qu'elle disait au début étaient impossible :

“J’ai fait les courses cette semaine et je n’ai pas pris de chips ! Je vais commencer à manger les chips et boire du coca seulement les weekends. Le fromage j’en mange uniquement le matin maintenant”

Un bilan collectif a été réalisé avec chaque groupe après les séances. La majorité des participant-e-s affirment avoir :

- acquis de nouvelles connaissances sur la nutrition, les associations d'aliments, l'équilibre alimentaire ;
- acquis une meilleure compréhension des étiquettes alimentaires et comment construire un menu optimisé en terme de budget et d'apport nutritionnel ;
- déconstruit certaines idées reçues qui peuvent influencer grandement les choix alimentaires (par exemple la qualité nutritionnelle des produits de marques).

En complément, plusieurs participant-e-s nous ont rapporté avoir :

- augmenté la part de légumes dans leur alimentation ;
- diminué la viande et augmenté les légumineuses et observé une diminution du budget ;
- diminué l'achat de produits de marque pour acheter des produits d'entrée de gamme et ainsi observé une diminution du budget ;
- diminué les produits transformés ;
- reproduit la dégustation à l'aveugle en famille

Aussi, ce qui est très apprécié dans les ateliers sont les temps d'échanges et de partages des façons de faire de chacun-e et les temps pratiques pour mettre en application de façon immédiate et simple ce qui a été transmis en amont et de nouvelles façon de cuisiner ou associer des ingrédients. Ainsi les constats que nous faisons sur ces 3 premiers groupes, rejoignent les résultats de la recherche interventionnelle Opticourses.

Les habitudes alimentaires restent dures à modifier et prennent du temps. Un des freins identifiés a été la taille du foyer, plusieurs participantes ont partagé la difficulté à mettre en place des modifications dans leur famille nombreuse.

En bref - Partager des connaissances et renforcer le pouvoir d'agir

- Le Bar Radis est connu et reconnu pour ses formats de sensibilisation, formation et d'apprentissage mêlant théorie et pratique
- Une méthodologie de construction des ateliers qui vise la valorisation, l'autonomie et le renforcement des connaissances qui fait ses preuves : les participants à des ateliers au Bar Radis déclarent apprendre des choses autour du jardin, de la cuisine et une majorité avoir fait évoluer leurs pratiques
- Des ateliers qui s'adressent à des publics spécifiques (16% des ateliers à destination de publics en situation d'isolement ou de précarité) et/ou qui permettent de la mixité dans les publics

- Une attention à ancrer des pratiques durables dès le plus jeune âge :
 - 28% d'ateliers de Cultivons à destination des enfants de moins de 11 ans
 - 21% d'ateliers dans le cadre de temps scolaire, d'étude ou programme d'insertion
 - Une satisfaction élevée des enseignants sur les formats et l'apport des ateliers Cultivons sur l'éducation à l'environnement
- Un programme OPTICOURSES à destination des publics en situation de précarité prometteur sur les effets de changement de pratiques alimentaires en année 1 du déploiement : acquisition de compétences, modification des types d'achats : moins de viande, de produits sucrés, plus de légumineuses

Produire, expérimenter, transmettre : l'agroécologie à l'échelle d'une micro-ferme urbaine

La micro-ferme urbaine gérée par Cultivons! est au cœur du projet, et permet d'agir concrètement pour la transition alimentaire, sociale et agricole. Les espaces de cultures sont composés ainsi :

- Jardin Trièves : 424 m2 (dont 269 cultivables en 2025), situés au R+10 (niveau de la salle restaurant)
- 3 jardins sur le "toit du toit", c'est à dire sur le toit de l'espace intérieur du Bar Radis, non accessibles au public
 - le Jardin Belledonne : 80 m2 (dont 75 m2 cultivables en 2025)
 - le Jardin Vercors : 100 m2 (dont 92 m2 cultivables en 2025)
 - le Jardin Chartreuse : 100 m2 (dont 95 m2 cultivables en 2025)
- Les jardinières situées sur la terrasse : celles en béton intégrées au bâtiment, et des jardinières en bois additionnelles. Ce sont principalement des fruits et aromatiques, la production comestible des jardinières est anecdotique dans la production totale du Bar Radis.

La profondeur de terre est d'environ 50 à 60 centimètres.

Les conditions de culture sont originales et contraintes : culture hors sol avec 60 cm de profondeur de terre, situés au 6ème étage de parking silo et un accès peu favorable pour 1 tiers de l'espace de culture. L'association inscrit cette activité dans une démarche d'agroécologie. Développé entre les années 1920 et 1980, le concept d'agroécologie a pour objectif de nourrir une population croissante dans le respect des écosystèmes face au changement climatique. Pour la FAO, il s'agit d' *"une approche holistique et intégrée qui applique simultanément des concepts et des principes écologiques et sociaux à la conception et à la gestion de systèmes agricoles et alimentaires durables. Elle cherche à optimiser les interactions entre les plantes, les animaux, les hommes et l'environnement tout en répondant à la nécessité de systèmes alimentaires socialement équitables au sein desquels les gens peuvent choisir ce qu'ils mangent et comment et où il est produit."* ³⁸

³⁸ Plateforme des connaissances sur l'agroécologie | Plateforme des connaissances sur l'agroécologie | Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
<http://www.fao.org/agroecology/home/fr/>

Techniques de production et contraintes du milieu urbain

A l'échelle de la micro-ferme urbaine, l'association souhaite donc expérimenter ces principes agroécologiques. A savoir la capacité à produire une alimentation qualitative et en quantité tout en protégeant la santé, humaine et environnementale, et les ressources et en prévenant et amortissant les effets du changement climatique. La quantité est définie ici par l'objectif de production pour un bar-restaurant : 10 000 couverts midi et 15 000 assiettes de tapas soir annuels en visant un maximum l'autosuffisance en légumes et aromatiques. Une partie de la production peut aussi être valorisée via des actions non lucratives de l'association afin d'y associer une dimension sociale d'accessibilité à des légumes frais de qualité.

D'un point de vue des pratiques agricoles, Cultivons ! s'engage à :

- Mettre en oeuvre des techniques de préservation du sol et de la biodiversité
- Ne pas utiliser d'intrants chimiques
- Veiller à appliquer des principes de régulation biologique à l'échelle de l'exploitation

La culture hors sol n'est pas éligible au label d'agriculture biologique, mais nous en appliquons les principes, et ce tout au long du cycle de production. La moitié des plants est produite ici même, et l'autre provient de producteurs locaux, proposant des semences biologiques et paysannes. Lieu d'expérimentation de techniques de culture dans un environnement spécifique, urbanisé, la micro-ferme urbaine du toit permet d'apporter un soutien à la biodiversité. Ces bénéfices, bien que peu étudiés pour le moment, commencent à être démontrés, et suggèrent l'influence essentielle de l'agriculture urbaine sur la biodiversité et l'abondance des espèces, grâce à la végétalisation des espaces, créant ainsi des habitats et des ressources pour ces dernières³⁹. Dans cette optique de soutien et de protection de la biodiversité, aucun produit chimique de synthèse n'est utilisé. Concernant la vie du sol, l'utilisation des techniques de maraîchage sur sol vivant permet de travailler à soutenir la micro et macro faune du sol. Cela correspond à un travail du sol faible pour ne pas la perturber, conserver un couvert végétal tout au long de l'année, ainsi que d'apporter un taux élevé d'éléments organiques dans le sol via de la matière organique, et non des intrants de synthèse.

Le choix d'utiliser la méthode de culture dite biointensive, mise au point par Coleman aux Etats-Unis et qui améliore les techniques utilisées par les premiers maraîchers du VIIIème siècle à Paris. Elle permet d'obtenir des rendements plus importants sur une surface faible, en organisant l'espace en planche, sur lesquelles les plants seront plus resserrés, avec une rotation des cultures dans la saison et entre les années. Les méthodes bio intensives et de maraîchage sur sol vivant sont complémentaires et bien adaptées aux espaces du Bar Radis. Ces techniques permettent un rééquilibrage du sol, en milieu urbain hors sol (profondeur de 60 cm), les effets sur la qualité et l'équilibre du sol devront se mesurer sur un cycle de plusieurs années.

L'ensemble des tâches sont réalisées de manière manuelle, sans ressources pétrolières, ce qui permet également une préservation de la biodiversité et s'implémente dans une logique de transition écologique de nos pratiques et utilisation des ressources.

³⁹ Charlotte Liborio-Cornet, Hugo de Verges. Biodiversity and Urban agriculture: Insights and future directions. Innovations Agronomiques, 2025, 108, pp.1-18. ff10.17180/ciag-2025-vol108-art01ff. ffhal05429105f

La réflexion autour du compostage au Bar Radis est un enjeu continu, car nous n'avons actuellement pas trouvé un système optimisé et adapté aux différentes contraintes. Des composteurs en bacs avaient été testés, convenant aux déchets végétaux de la cuisine, mais étaient insuffisants par rapport à la quantité de déchets verts du jardin. Actuellement, des planches de culture sont dédiées au compost. Un principe de rotation sera ensuite mis en place : les planches utilisées pour le compost seront mises en production, et d'anciennes utilisées pour la production seront utilisées pour le compost. Le manque d'espace est la contrainte principale, et l'utilisation du système de compostage métropolitain reste notre choix principal actuellement. Par la suite, nous allons tester la mise en place d'un lombricomposteur, pouvant prendre en charge l'ensemble des déchets alimentaires de la cuisine.

Une des principales limites du projet est la consommation d'eau pour l'arrosage. En effet, dans la conception du bâtiment, seul le toit de la serre est équipé d'un système de récupération d'eau, et le volume est largement insuffisant pour arroser l'ensemble de l'exploitation. D'autres gouttières pourraient être installées pour récupérer les pluies à d'autres endroits du toit, mais l'installation n'a pas été faite dans la construction du bâtiment, et les coûts sont pour l'instant trop importants pour être envisagés. De plus, la portance du toit ne permettra pas de supporter des cuves trop importantes. Pour les besoins en arrosage, le système d'arrosage au goutte-à-goutte est relié au réseau d'eau potable de la ville. Les contraintes architecturales du bâtiment imposent cette utilisation de la ressource, d'une manière non optimale, mais pour laquelle il n'y a pas de solution à posteriori de la réflexion architecturale du bâtiment. Nous essayons donc d'avoir un impact positif sur la gestion de cette ressource au niveau du maraîchage ; heures et type d'irrigation, conservation d'un couvert végétal dense pour conserver l'humidité au sol, mais encore avoir une structure de sol qui retient l'eau et qui ne sèche pas trop rapidement.

Micro-ferme urbaine et restaurant : un nouveau modèle productif

Trois ans après la mise en exploitation de la micro-ferme, la compréhension des spécificités du lieu ainsi que le travail de lien avec la cuisine du Bar Radis, le modèle économique est affiné et permet de continuer à tendre vers la pérennisation des activités.

Actuellement, cette exploitation permet de subvenir aux besoins d'une partie des légumes du restaurant, et ce de manière croissante. Pour la saison de 2025, la production maraîchère s'élève à 4,96 kg pour un mètre carré cultivable. Elle a permis d'affiner le plan de culture pour les saisons suivantes, en testant de nombreuses techniques, espèces et rendements par rapport aux besoins de la cuisine. Le modèle économique repose directement sur ce circuit ultra-court. En moyenne, pour cette année, nous avons un prix moyen du kilo de légumes à 4,48€. Le taux moyen d'utilisation des planches est de 1,54, ce qui signifie qu'environ la moitié des planches ont accueilli une culture la saison 2025, tandis que l'autre moitié en a accueilli deux. Ce taux reste relativement faible en comparaison avec d'autres systèmes de micro-maraîchage. Cela s'explique par l'absence de matériel permettant d'allonger la saison lors des périodes froides, mais aussi par les conditions estivales extrêmes sur le toit. La production en 2025 a permis de couvrir les besoins du restaurant pendant environ 4,5 mois pour certaines familles de légumes (feuilles, fruits, aromatiques, quelques racines et choux), 1,5 mois supplémentaires pour d'autres cultures

(poireaux et choux), et jusqu'à 3 mois pour les oignons (dû au problème de champignons pour la manque de place pour un bon stockage).

D'un point de vue de la rentabilité économique de la micro-ferme urbaine, 2 éléments pèsent sur le coût de production :

- Une facture d'eau élevée qui ne correspond pas à des structures agricoles (utilisation d'eau de la ville pour irrigation).
- Un coût de location élevé pour un projet agricole, celui-ci n'a pas été pris en compte dans les calculs de rentabilité.

Le chiffre d'affaires total est de 11812€, avec des coûts totaux de 8669,69€, soit une rentabilité pour la saison de 3142,31€. Cela correspond à 17€ par m² cultivés. Cette rentabilité ne prend pas en compte les coûts fixes, les amortissements, et les coûts du salaire du maraîcher non dédiés à la production. En ajoutant ces éléments, elle devient négative. Ces chiffres sont également à différencier selon les différents espaces cultivés du Bar Radis. Le jardin principal (jardin Trièves) est l'espace le plus productif et rentable du jardin, tandis que les jardins Vercors, Belledonne, Chartreuse (toit du toit) ont été plutôt utilisés pour cette saison comme espace d'expérimentation (cultures, irrigation...). En 2026, l'objectif sera d'améliorer la rentabilité de cet espace. A moyen terme, un chiffre d'affaires de 25€ par m² cultivé est visé.

Dans le monde agricole beaucoup des projets ont un exploitant (ou porteur de projet). Ce porteur de projet n'a pas vraiment un salaire, le coût de ce dernier n'existe pas comme coût de production ou variable, sauf s'il embauche des salariés. En effet, la rentabilité de chaque culture lui permettra de faire des prélèvements dits privés, par mois ou par année. De cette rentabilité, il devra laisser assez d'argent pour les amortissements, les coûts fixes, mais aussi les investissements et les coûts de production pour l'année suivante.

Ici, le coût du salaire est fixe, et ne dépend pas des variations de production. Cette dépense a donc un impact sur la rentabilité du projet mené par l'association Cultivons. De plus, le maraîcher ne dédie pas 100 % de son temps à la production. 30% de son temps est consacré à l'animation de permanences bénévoles, d'atelier, d'observations et récolte de données, et la participation à la vie de l'association... Il faut donc combiner le fonctionnement de la production agricole et d'une association.

Végétalisation et espaces nourriciers en ville : des enjeux essentiels

Cet espace continue d'être lieu d'expérimentations en techniques maraîchères, le tout dans un climat contraint, plus fortement exposé aux aléas du changement climatique qu'une exploitation plein sol et hors d'une ville pourrait l'être. En effet, soumise à l'effet d'îlot de chaleur urbain, l'exploitation fait face à des températures plus élevées en période estivale, renforcée par le fait qu'elle est entourée du béton de la terrasse. Son élévation ajoute à cela une exposition aux vents plus accrue.

Ces conditions sont représentatives des prévisions d'évolution climatiques globales, et nous permettent d'expérimenter et mettre en place des solutions pour continuer à produire dans un climat plus chaud, qui sera bientôt celui d'exploitations hors des villes.

En parallèle, la végétation du toit terrasse apporte également de la fraîcheur, et s'insère directement dans une optique d'amélioration de l'habitabilité des villes face aux conséquences du dérèglement climatique.

En effet, l'accès à des espaces végétalisés est une pratique socialement inégale sur le territoire grenoblois : les personnes en situation de précarité ainsi que les familles avec enfant(s) recourent moins à ces lieux (moins de 25 %) que le reste de la population (près de 35 %), et préfèrent aller dans d'autres lieux, comme les centres commerciaux (32 % des personnes en situation de précarité ont identifié ce lieu de repli, contre 19 % pour l'ensemble de la population métropolitaine enquêtée).⁴⁰

Si Quentin⁴¹, lui, raconte qu'il participe à un jardin partagé, à quelques mètres de son domicile, dans lequel il sème notamment des fleurs pour contribuer à la biodiversité et qu'à proximité de ce jardin partagé, il a également accès à un parc, d'autres n'ont pas forcément ces opportunités. Liliane⁴² explique notamment :

“Ça m'arrive d'aller en montagne. Alors là, en ce moment, enfin, depuis l'année dernière, un peu moins, parce que comme j'ai plus de voiture, on va dire que c'est un peu limité.”

Jardiner est aussi bon pour la santé mentale, comme le souligne Yasmine⁴³ :

“Je trouve ça beau, ça m'apaise. J'adore avoir les mains dans la terre. J'adore voir... Bah quand j'ai une nouvelle pousse, ou quand j'ai une fleur. Je ne sais pas, je suis contente. Ça me rend heureuse, en fait. Ça m'apaise et ça me rend heureuse.”

Cet espace est donc utilisé comme vecteur et lieu de sensibilisation, de lien social et d'expérimentations, dans un but de diminuer la fracture entre le monde agricole et urbain. Plus largement, il s'agit aussi de favoriser la végétalisation des villes. Donner accès à toutes et tous à des espaces de culture et aux savoirs qui leurs sont propres participe concrètement à créer un milieu urbain plus durable, et présente de nombreux bénéfices sociaux et relatifs à la santé⁴⁴.

Ainsi Cultivons ! s'engage aussi à la transmission des connaissances, et ce de manière accessible, grâce aux moyens suivants :

- Permanences bi-hebdomadaire pour les bénévoles, afin de participer à la vie de la microferme et être formé aux pratiques agroécologiques ;
- Visite hebdomadaire du lieu avec focus sur la ferme urbaine ;
- Libre circulation des clients et visiteurs du lieu sur l'espace du jardin Trièves ;
- Panneaux informatifs sur le fonctionnement de la microferme ;
- Publication d'articles de blog sur les méthodes de travail et résultats de la ferme urbaine (*en cours*) ;
- Accompagnements à la mise en place de jardins et ateliers sur le territoire de l'Isère basé sur les mêmes principes et engagements

⁴⁰ Analyse des besoins sociaux 2025 du Centre Communal d'Actions Sociales de la Ville de Grenoble (2025)

⁴¹ Participant du Panel

⁴² Participante au panel

⁴³ Participante au panel

⁴⁴ Alaimo K, Beavers AW, Crawford C, Snyder EH, Litt JS. “Amplifying Health Through Community Gardens: A Framework for Advancing Multicomponent, Behaviorally Based Neighborhood Interventions”. *Curr Environ Health Rep.* 2016 Sep;3(3):302-12. doi: 10.1007/s40572-016-0105-0. PMID: 27379424.

En bref - L'agroécologie à l'échelle de la ferme urbaine

- En 2025, production de 4,96 kg de légumes par m² cultivables produits
- 50 % de plants produits sur place, 50 % achetés à proximité, en bio
- Application des principes de l'agriculture biologique
- Culture suivant les méthodes bio intensive et de maraîchage sur sol vivant
- Travail 100% manuel sans ressources pétrolières
- Travail en milieu contraint : système d'arrosage et compostage inadaptés
- En 2025, chiffre d'affaire de 17€ / m², soit 11 812€
- Le jardin, un espace test soumis à des contraintes importantes du réchauffement climatique
- Lieu d'apprentissage, de transmission et de lien social
- Cultivons participe à la montée en compétence des habitants sur la capacité à cultiver soi-même et accompagne des projets pour favoriser la végétalisation nourricière des villes

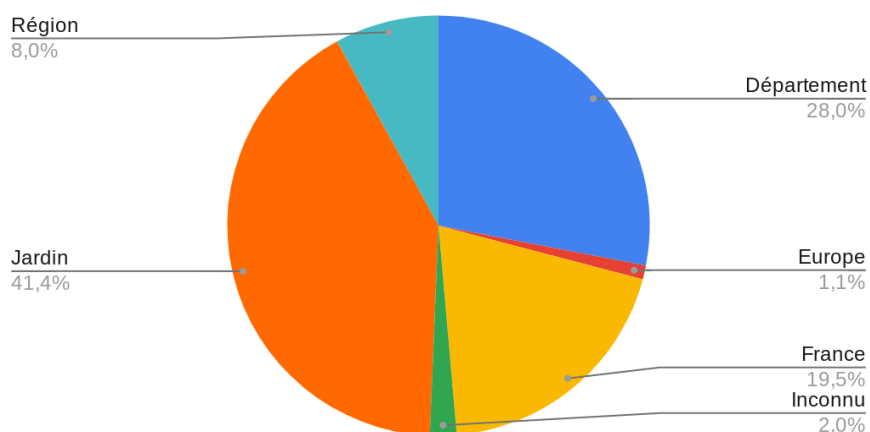
Soutenir et renforcer les filières locales

Garantir des débouchés commerciaux pour des producteurs locaux

Les approvisionnements du Bar Radis

Le Bar Radis s'approvisionne de diverses manières. La micro ferme permet actuellement de couvrir en moyenne 40% des besoins en légumes de la cuisine du restaurant de la SCOP.

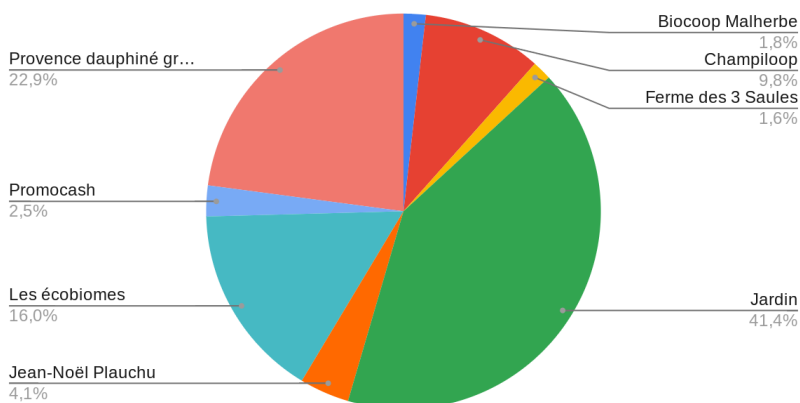
Part de provenance des légumes en % des quantités de juin à octobre



Pour les années suivantes, l'objectif est d'augmenter au plus cette part, notamment grâce à un travail du plan de culture plus adapté aux besoins de la cuisine. La limite à cet approvisionnement reste le manque d'espace de stockage pour la production au sein du Bar Radis.

Le reste des légumes proviennent, en grande partie, du département et de la région, pour garantir un approvisionnement le plus local possible, et nous travaillons à relocaliser au mieux les produits restants. Concernant nos fournisseurs extérieurs, la majorité sont des exploitations locales et bio. Seul *Provence Dauphiné* ne nous fournit pas des légumes issus de l'agriculture biologique. Depuis fin 2025 :

Part des fournisseurs de légumes (% de kg) du restaurant de juin à octobre 2025



cette source d'approvisionnement a quasiment été supprimée. En effet, nous passons par Provence Dauphiné notamment pour les pommes de terre. C'est maintenant la ferme Ecobiome qui nous fournit, via une ferme voisine productrice de pommes de terre bio.

C'est donc sur la période pour les légumes :

- 41% d'approvisionnement ultra local (jardin)
- 34% d'approvisionnement Département ou Région
- 20% d'approvisionnement France

- 3,1% hors France ou provenance inconnue (non affichée dans les factures)
Soit 75% d'approvisionnement au plus loin régional.

Il y a, en plus des 41% d'approvisionnement jardin : 32% d'approvisionnement direct producteur.

Concernant les approvisionnements au global, une étude détaillée des approvisionnements détaillée (analyse des factures) a été réalisée de Janvier à Mai, faisant ressortir les chiffres suivant :

- toute catégorie d'aliment confondu : 50 à 75% des volumes d'achat (€) en bio
- environ 15% des achats (en €) d'origine Isère

D'importants changements dans la cuisine : renouvellement des équipes, modification du fonctionnement pour la carte, hausse de la production du jardin et un premier travail de restructuration des fournisseurs, ont modifié les sources d'approvisionnement du restaurant. Un manque de ressources (humaines, temps), ne nous ont pas permis de faire une analyse détaillée des factures, hors légumes, pour le 2ème semestre 2026. Sur la base des commandes passées, nous pouvons cependant faire la synthèse suivant pour les approvisionnement actuels :

Produits	Quantité par semaine	Origine / fournisseur	Caractéristiques	Précisions
<u>Oeufs</u>	10 unités (beaucoup de semaines sans oeufs)	Promocash	Bio	Étude d'un approvisionnement local (Département) par le Box Fermier ou du direct producteur
<u>Produits laitiers</u>	4 kg de beaufort Fromage de chèvre (ponctuel) 5 L de lait Beurre (faible)	Coopérative de la Haute-Tarentaise La Chamoisée du Néron Biocoop Promocash	Région Métropole, en cours de labellisation bio Bio, France Bio, Europe	
<u>Tofu</u>	5 à 8 kg	Tofu des Alpes	Bio, Grenoble (transformation)	Le soja utilisé est celui de Terre Ferme (Département)
<u>Autres produits de soja</u>	5 L lait de soja 5 kg yaourt	Depuis peu : Terre Ferme	Bio, Département	L'approvisionnement se faisait au Biocoop jusqu'il y a peu. Terre Ferme : contenant plus adaptés à la restauration et local
<u>Légumineuses</u>	10 kg	Biocoop	Bio, Français	Étude d'un approvisionnement mutualisé avec la

				Bonne Pioche : plus local (Département/Région)
<u>Viande</u>	5 kg	Boucherie Malherbe	Bio	Étude d'un approvisionnement local (Département) via le Box Fermier
<u>Poisson</u>	Rare	Pisciculture Charles Murgat	Département	Continuer de travailler avec cette Pisciculture, via le Box Fermier
<u>Fruits</u>	10 kg	Agrumes : Coopérative de Sicile, via la Ferme des 3 saules Pommes / Poires : ferme d'Isère via la Ferme des 3 Saules Autres : Biocoop	Bio, Europe Bio, Département Bio, France	Étude d'un approvisionnement en direct avec la Ferme du May : Bio, Département
Fruits à coque	1,5 kg	Biocoop	Bio, Département (noix) ou Europe	Etude d'un approvisionnement des noix via du direct producteur de l'Isère
Huiles	15 à 20 L d'huile de tournesol 10 L d'huile d'olive	Promocash		Pas d'autres perspectives pour le moment : Grands contenants nécessaires pour la quantité utilisée. Se fournir en bio quadruplerait le prix

Les modifications d'approvisionnement devraient se faire au cours de l'année 2026.

Des retours faits par plusieurs des fournisseurs du Bar Radis, il semblerait que le lien avec le Bar Radis, leur apporte une certaine notoriété pour la qualité de leur produits. Cet approvisionnement représente, pour la majorité, moins de 10% de leur chiffre d'affaires annuel.

Le café associatif, coordonné par Cultivons!, s'approvisionne à 100% en bio, pour le café associatif lui-même et les ateliers cuisine. Ces approvisionnements s'effectuent exclusivement en Biocoop.

Marché Flaubert : un espace de vente directe en ville pour des producteurs et transformateurs locaux

Cultivons est également co-créatrice avec la Bifurk d'un marché de producteurs avec un paiement possible selon 3 tarifs et une caisse de péréquation à l'échelle du marché. La localisation de ce dernier a été choisie face au constat du manque d'offre alimentaire de qualité et accessible dans ce quartier. Le client à chaque stand peut payer le tarif fixé par le producteur ou un tarif diminué ou augmenté de 20%. Le producteur touche, dans chacun des cas, le prix qu'il a fixé : il est souverain de ce qui le rémunère. A l'échelle du marché, la caisse permet de compenser le tarif le plus bas ou le tarif le plus élevé. En cas de déficit, des subventions viennent combler ce dernier. C'est donc un principe de solidarité entre habitant-es et entre producteurs qui s'applique, pour que les premiers aient tous accès à la même qualité et les seconds se rémunèrent au juste prix.

Le marché existe depuis 2025 de façon hebdomadaire, les vendredi de 16h30 à 19h30, et a lieu sur le parvis de la Bifurk, à côté du Bar Radis. En 2025 le marché a réuni 17 producteurs et transformateurs (7 stands en moyenne par marché). Cultivons avec la Bifurk a donc développé un point d'approvisionnement local qui permet à des producteurs et artisans locaux de vendre leur production.

Liste des producteurs, transformateurs et leurs produits (2025) :

10 présents régulièrement :

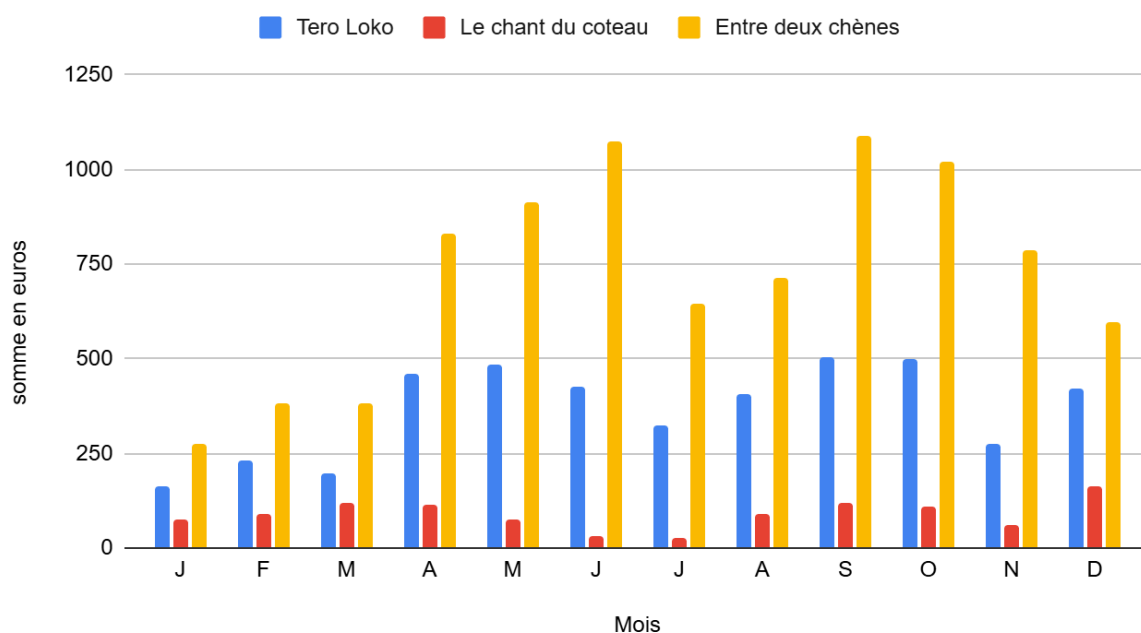
- La ferme de Sainte Luce à Sainte Luce : produits laitiers de vache, viande de porc, bières, biscuits secs, pain
- La ferme de Rosière à Ruy-Montceau : légumes, pain, légumineuses, produits végétaux transformés
- Le GAEC de l'Entre-deux chênes à Meylan : légumes, oeufs
- Le chant du Coteau au Gua : oeufs, noix
- La chamoisée du Néron à Saint Martin Le Vinoux : fromages de chèvre
- Les ruchers du Verderet à Grenoble : miel
- La ferme des deux soeurs à Saint Martin de la Cluze : fromages et produits laitiers de chèvre, viande et charcuterie de chevreaux
- HibisJuice : boissons artisanales sans alcool
- Miamosaurus : pâtisseries salées et sucrées
- La cuisine de Vierise : confitures, jus et fruits secs

7 présences ponctuelles

- Tero Loko à Notre Dame de L'Osier : pain, légumes
- Plants sur la Comète : plants de légumes
- Les houblons du Vilain : bières
- Manuel Pineau : Vin
- Lisa Saillandise : liqueur aux plantes sauvages
- La Belle et la Brouette : fleurs coupées
- Les pâtes du vercors : pâtes fraîches

La grande majorité de ces fournisseurs déclarent avoir une méthode de production bio et/ou locale, en circuit court et les fournisseurs ayant des animaux déclarent effectuer leur élevages en pâturages.

Evolution du CA moyen par marché et par mois en 2025



Grâce aux chiffres récoltés chaque mois auprès de 3 agriculteur-ice-s, nous constatons une augmentation globale du chiffre d'affaires moyen par marché et par mois. En complément du graphique, le GAEC de l'Entre deux Chênes avait en moyenne 52 clients par marché au premier trimestre, 90 au deuxième, 71 au troisième (notamment du au mois de septembre) et 72 au dernier. La fréquentation et le chiffre d'affaires du marché ont donc eu une tendance à la hausse sur toute l'année 2025. La fréquentation du site de la bifurk (marché, bifurk café, animations) est estimée entre 98 (mai) à 190 (septembre) par marché, pour une moyenne de 144 (période d'avril à octobre).

De plus, les fournisseurs du Marché Flaubert relatent, en grande majorité, une bonne relation entre commerçants et des échanges agréables avec les habitants. Ainsi, il semble être un lieu d'échanges apprécié par les fournisseurs. Il permet également d'avoir un lieu de vente à l'extérieur des fermes, en ville. Enfin, le système de tarification du marché apporte une certaine satisfaction en termes de valeurs et d'échanges solidaires entre les fournisseurs et les habitants. Pour la majorité des fournisseurs du Marché Flaubert, la part du chiffre d'affaires annuel que représente le marché est inférieure ou égale à 10%, sauf pour deux, pour qui cela représente plus de 20%.

Ainsi, dans la majorité des cas, le Bar Radis et le Marché Flaubert représentent un espace de distribution supplémentaire pour mailler le territoire et un point de vente supplémentaire en ville, avec des clients fidélisés. Mais pour certains, ils peuvent également créer un soutien dans le développement de leur activité. Pour d'autres, ce partenariat représente davantage un engagement social et solidaire, des valeurs déjà portées au sein des modes de productions:

- *“Il est plus important dans notre modèle social car il permet de toucher une mixité de public difficile à toucher dans d'autres canaux de commercialisation bio”*

- “Logique pas qu'économique mais solidaire surtout, et ainsi mettre une valeur forte de la ferme.”

Le Marché Flaubert et le Bar Radis semblent aussi être perçus, par les fournisseurs, comme un lieu de convivialité, de lien social, solidaire et bienveillant permettant de valoriser une alimentation bio et locale. Pour décrire le Marché Flaubert, et le Bar Radis, les fournisseurs utilisent les mots suivants :

Chaleureux
Bonne entente *Social* *Bio* *Jeune*
Bonne ambiance *Solidaire*
Bel environnement
Bienveillance *Convivial*
Local *Agréable* *Souple* *Festif*

Marché Flaubert

Sympa *Accessible*
Bonne ambiance
Bel environnement
Bienveillance *Bienvenu*
Proche

Bar Radis

En complément nous pouvons citer que

- le Bar Radis est aussi un lieu de dépôt des paniers de Tero Loko, lieu d'accueil et d'insertion pour des personnes réfugiées et habitants du territoire, qui produit des légumes et fabrique du pain à Notre Dame de l'Osier.
- des bénévoles ont récemment lancé une initiative de groupement d'achat “Les Portes Monnaies Légers”, pour permettre d'acheter des produits de producteurs locaux à des tarifs intéressants. C'est aussi l'occasion de renforcer une communauté d'adhérents et d'usagers du lieu, qui partage des bons plans, recettes et produits alimentaires.

Accompagner l'essor des métiers de la transition

Afin de porter et d'agir pour la transition agricole et alimentaire à une échelle plus large, l'association organise chaque année depuis 3 ans un forum de la transition agricole et alimentaire. L'objectif est de rassembler diverses structures acteurs-rices de ces sujets sur le territoire grenoblois ou à une échelle plus large, avec des personnes porteurs-euses de projet, ayant des besoins en formation, d'accompagnement, de financement ou encore d'un terrain. A travers ce format, divers profils de personnes ayant participé se rencontrent, et de nombreux retours sur l'utilité de ce temps ont été faits, mettant en lumière l'importance sur le territoire de cette dynamique. Pour cette année 2026, les participants ont déclaré connaître quelques-uns des partenaires présents mais pas tous, et que ces rencontres leur avaient été utiles. Ils ont apprécié le format, qui mêlé une présentation du projet du Bar Radis (modèle économique et gouvernance, présentation de la micro-ferme urbaine)

Chaque année depuis 3 ans, Cultivons a réuni environ 10 à 15 structures accompagnatrices : GAIA, la NEF, ville de Grenoble, Grenoble Alpes Métropole, la NEF, l'AFRAT, CIMME, Terres de Lien, Fermes Partagées, le Grenade, le Grap, Tous Paysans, Les Cigales, La Chambre d'Agriculture de l'Isère, ADDEAR 38, etc. En 3 ans, ce sont environ 80 porteurs de projets qui ont pu participer à ces événements.

Cultivons! fait aussi du lien avec différentes formations, notamment le CFPPA de Saint-Ismier, l'association CIMME (Centre d'Insertion pour les Métiers de la Montagne et de l'Environnement), pour visibiliser la transition agricole et alimentaire, les actions concrètes, ainsi que les débouchés professionnels. Un travail est également en cours avec différents acteurs de l'Université Grenoble Alpes, pour un lien avec la recherche et le monde universitaire. Ainsi en 2025, nous avons touché 90 jeunes (16-25 ans) avec :

- 4 ateliers avec le CIMME : antigaspi, lactofermentation, découverte du système alimentaire, chantier au jardin ;
- 2 ateliers avec le CFPPA : Découverte de l'agriculture urbaine et de son rôle en ville
- une ½ journée de formation avec le master RESET de l'UGA : décryptage du système alimentaire et présentation du modèle du Bar Radis
- 7 chantiers jardin / cuisine au Bar Radis avec les chantiers jeunes de la ville et la Mission locale, pour comprendre les différents métiers de notre tiers-lieu

En bref - Soutenir et renforcer les filières locales

- 41,4% des légumes utilisés au restaurant issus du jardin en 2025
- 77,4% des légumes venant au plus loin de la région AURA
- 80% de légumes issu de l'agriculture biologique pour la cuisine
- 100% des produits alimentaires utilisés par Cultivons! sont bio
- Création d'un marché producteurs : 18 producteurs et transformateurs locaux qui ont vendu leurs produits au marché en 2025
- 80 porteurs de projets accueillis sur nos forums professionnels en présence de 15 partenaires variés (institutions, associations, financeurs)
- 90 jeunes (16-25 ans) sensibilisés aux métiers de la transition alimentaire et agricoles avec 5 partenaires en 2025

Démocratiser le bien manger

L'accès à une alimentation saine et durable n'est aujourd'hui toujours pas à la portée de tous. L'accès physique et économique sont notamment des freins et donc des enjeux politiques importants.

En France, on compte notamment 8 millions de personnes en insécurité alimentaire et 2 millions de personnes sont obligées de recourir à l'aide alimentaire pour se nourrir.⁴⁵ Par ailleurs, certains événements de vie compliquent l'accès à une alimentation saine et de qualité. Pour Thomas⁴⁶, sortir de sa condition d'étudiant lui a permis, en termes de moyens financiers et de temps, d'accéder à une meilleure alimentation :

“Quand j'étais étudiant, il y avait vraiment une nécessité de... Il faut finir le mois avec tant de budget et pas plus. Et vu qu'il y avait une part fixe de loyer, je me retrouvais avec pas trop le choix sur le reste des dépenses du mois. Donc là, j'avais vraiment des limitations [...] On va faire aussi ce qui est relativement rapide, parce qu'on sait pas trop quand est-ce qu'on aura le temps de manger. Et là, c'était beaucoup de produits transformés, parce qu'on était loin des restaurants universitaires, machin. Donc, c'était beaucoup sandwich le midi et pâtes le soir. [...] Depuis, globalement, que j'ai d'autres ressources un peu plus fixes, là, je me permets plus de choisir et de ne plus être contraint par le budget.”

Pour Liliane⁴⁷, il a été plus difficile de se nourrir de façon saine lorsqu'elle était en arrêt et que son salaire était moins important :

“J'ai fait un burn-out, donc j'ai été en arrêt pendant un certain nombre de temps, et du coup, j'ai... on va dire que mon salaire avait été amputé de... bah, la moitié, hein, et... quand j'ai repris, j'ai pas été payée tout de suite à temps plein, ce qui fait que ça a occasionné quelques petites difficultés, j'avoue que j'ai eu quelques mois, là, où... j'ai dû vraiment faire très très attention, là, pour le coup, et calculer quasiment presque au centime près ce que je dépensais, ce qui fait que j'ai continué à manger, mais on va dire que j'achetais peut-être plus de pâtes [...] Mais c'est vrai que, oui, quand on se retrouve à demi-salaire, alors qu'on a un salaire, on va dire, largement confortable, bah, oui, forcément, j'achetais moins... j'achetais des légumes en début de mois, et en fin de mois, bah, moins, en fait, c'était en fonction du budget”.

En tant que structure de l'ESS, la recherche de l'équilibre économique pour pérenniser son activité, sans perdre de vue les engagements sociaux et environnementaux, à savoir notamment la transformation du système alimentaire, est aussi un défi quotidien. La recherche de l'équilibre tout en soulevant ces questions de durabilité d'un point de vue économique font donc partie intégrante des engagements que le Bar Radis et Cultivons souhaitent prendre : *Qu'est-ce qu'un prix accessible ? Comment soutenir l'économie locale ? Qu'est-ce qu'un prix rémunérateur pour les travailleurs agricoles, de la transformation alimentaire ?*

La SCOP et l'association Cultivons cherchent donc à concilier l'équilibre économique tout en inventant des mécanismes économiques permettant l'accès au plus grand nombre à une

⁴⁵ L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?; Programme ensemble bien vivre, bien manger du Secours Catholique - Caritas France; (2024, septembre)

⁴⁶ Membre du panel

⁴⁷ Membre du panel

alimentation bonne pour la santé, respectueuse de l'environnement, qui soutient les filières de production et transformation locale.

Développer une offre de restauration commerciale durable et accessible

Côté SCOP il s'agit de proposer une offre de restauration alliant santé et équilibre nutritionnel, soutien à une agriculture et transformation alimentaire locales et protection de l'environnement tout en s'assurant que cette offre reste accessible. En France, la culture du manger à l'extérieur est assez développée, notamment sur les temps du midi et la pause des travailleurs, ou des temps de retrouvaille. En effet, selon une enquête sur les représentations et pratiques du repas hors domicile, réalisée en juin 2016. Pour 6 personnes sur 10, manger dehors évoque « aller au restaurant » et seuls 7% des enquêtés évoquent la restauration rapide pour définir « manger dehors ». Par ailleurs, ce sont plutôt les répondants plus jeunes et les résidents des grandes villes qui s'y réfèrent.⁴⁸ Pour une majorité d'individus, le restaurant est décrit comme « un moment agréable » ou « une bonne occasion de se retrouver avec la famille, les amis, les collègues ».

Ces pratiques sont marquées par des différenciations sociales. La variable âge, le niveau de diplôme structurent notamment les choix. Toutes choses égales par ailleurs, les restaurants gastronomiques et traditionnels sont fréquentés par une population plus âgée ; les cafétérias, libre-service et fast-food par une population jeune, habitant une ville moyenne ou grande. Pour les jeunes, en emploi ou étudiants, les personnes les plus diplômées, résidant dans de grandes communes et vivant seuls, avec des parents ou en colocation, il est plus fréquent de déjeuner au travail, dans une cantine, une cafétéria ou un fast-food (qu'ils citent plus souvent dans leur définition de « manger dehors »). Lors d'un déjeuner à l'extérieur, les moins diplômés, tels que les employés, ouvriers, inactifs ou chômeurs et pères ou mères de famille, vont plus souvent prendre des frites et/ou une pièce de viande. En revanche, lors de l'enquête, c'est la tranche la plus âgée de l'échantillon qui déclarait avoir consommé plus de fruits et légumes frais, de même que les femmes. Le dessert est prisé par les 30-50 ans et par les personnes vivant en couple. Quant à l'alcool, les inactifs (et notamment les retraités) et les personnes vivant avec enfants en ont bu davantage. Le soda en revanche se retrouve chez les chômeurs et les jeunes.⁴⁹

En raison de l'inflation, on observe une réduction des budgets alloués à la fréquentation des restaurants. Ainsi, ce sont plus de 9 Français sur 10 (94 %) qui anticipent une réduction de leurs dépenses dans les restaurants et en France, 89 % des salariés interrogés déclarent qu'ils perdraient du pouvoir d'achat sans des solutions pour leur déjeuner comme le titre-restaurant. 70% des Français affirment qu'ils iraient moins souvent au restaurant s'ils n'avaient plus cette solution.⁵⁰

Plusieurs enjeux se croisent donc pour la restauration du midi :

- pouvoir s'adresser à des travailleurs, pouvant financer leur repas via des mécanismes de financement des entreprises et garantir des prix qui permettent à différentes classes de travailleurs d'y venir ;

⁴⁸ Manger dehors : représentations et pratiques, Ghita Zaoui et al. (2016, juin)

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Média edenred; Communiqué de presse Bien être au travail "94 % des salariés français envisagent de réduire leurs dépenses dans les restaurants en 2024" (2024, avril)

- proposer une offre qui puisse séduire et attirer toutes les classes d'âge ;
- être en capacité de proposer une offre diversifiée, goûteuse et équilibrée avec un service rapide dans une logique de "fast good" pour éviter les pauses repas sautées ou de mauvaise qualité nutritionnelle

Aujourd'hui les prix pratiqués au restaurant sont :

- Entrée / Plat / Dessert : 20 euros pour les options végétariennes ou vegan, 24 euros offre carnée
- Entrée / Plat ou Plat / Dessert : 17 euros (végétarien / vegan), 21 euros carné
- Plat seul : 14 euros (végétarien / vegan), 18 euros carné

Nous avons trouvé peu d'études sur les prix de la restauration commerciale, afin de comparer les prix pratiqués au Bar Radis avec des offres similaires. Notre approche expérientielle, via la fréquentation d'autres lieux grenoblois, nous donne plutôt des signaux que notre offre est généralement moins cher, en comparaison de lieux présentant une ou plusieurs des caractéristiques :

- qualité équivalente de produits : bio, local, direct producteur
- offre équivalente : formule entrée/plat/dessert, carte restreinte, choix végétariens, possibilité de manger en 1h / 1h30
- environnement équivalent : lieu spacieux, végétalisé, possibilité de déjeuner en extérieur au calme, vue sur les montagnes

En France, l'inflation des prix à la consommation a bondi de 5,2% en 2022, s'est maintenue à 4,9% en 2023 et est redescendue à 2% en 2024 et à 0,9 en 2025 (INSEE). L'alimentation a été concernée par cette inflation :

- +6% et +14% d'inflation respectivement en 2022 et 2023 sur les produits alimentaires
- Triplement du prix des huiles végétales entre 2019 et 2022
- + 8% d'évolution annuel depuis 2022 pour la boucherie (UFC Que Choisir)
- L'inflation a ralenti en 2024/2025 mais les prix alimentaires restent aujourd'hui 20% plus élevés qu'en 2021
- C'est notamment le prix des matières premières agroalimentaires qui expliquent ces hausses, mais aussi une boucle prix-profit : les entreprises agroalimentaires ont profité de la période pour majorer leur prix (taux de marge passé de 35 à 44%)⁵¹

Dans ce contexte la SCOP du Bar Radis a tenté de limiter la répercussion de l'inflation et du prix des denrées alimentaires sur le prix payé par le consommateur :

- le prix des boissons a été augmenté 2 fois depuis l'ouverture (passage des softs de 3,5 à 4 ou 5€), mais nous maintenons un soft (limonade) et un jus de fruit à 3,5 € (sans hausse depuis l'ouverture)
- le menu entrée/plat/dessert est passé de 18 à 20 euros depuis l'ouverture (+11%), avec le choix d'augmenter le prix du menu carné (+ 4 euros) en lien avec la forte hausse du prix de la viande, mais également pour inciter à la découverte des plats végétariens / vegan
- hausse du plat carné de 16 à 18 €
- maintien des plats végétariens/vegans seuls à 14 €

⁵¹ <https://elucid.media/analyse-graphique/prix-produits-alimentaires-france>

- maintien du café à 1,5 €, malgré l'inflation de cette denrée

Comme évoqué plus haut, le restaurant du midi est plutôt fréquenté par l'ensemble des classes d'âges venant au Bar Radis. Une analyse et évaluation plus approfondie autour de la restauration commerciale, permettant de comparer le Bar Radis, à d'autres espaces et d'analyser plus finement le profil des publics fréquentant le restaurant, sera nécessaire pour analyser la contribution du restaurant au renouvellement de l'offre de restauration du midi, en lien avec les enjeux économiques, environnementaux et de santé.

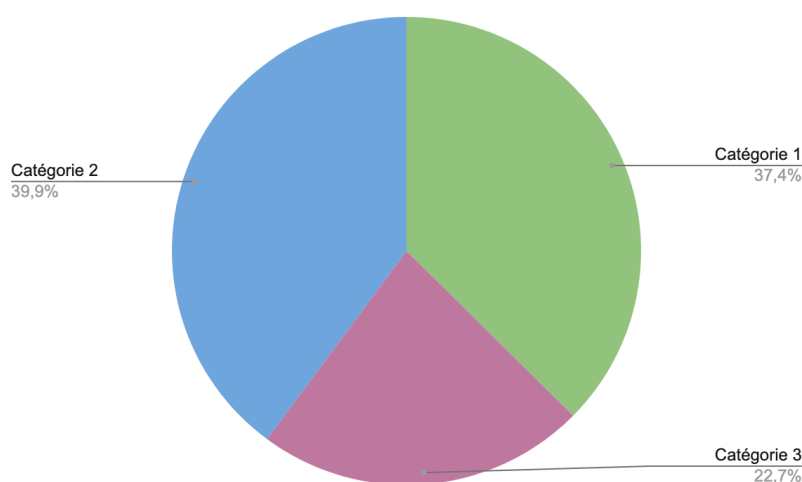
Le prix comme levier d'action pour lutter contre les inégalités d'accès

Le café associatif, prix et ateliers

L'association Cultivons ! anime un café associatif avec le souhait d'être un lieu accessible, accueillant et convivial. Dans cette optique, plusieurs moyens sont déployés :

- Une adhésion à prix libre, la contribution pouvant être d'un montant de 0€
- Des "prix bas garantis" et sans augmentation depuis 3 ans et demi. Ainsi, le café est proposé à 1 €, les boissons froides, sans alcool et locales sont plafonnées à 3€ (contrairement au midi/soir), les boissons chaudes à 3,5 € et la part de gâteau est proposée au prix de 1,5 €.
- Un engagement sur les tarifs des activités l'après-midi proposées par l'association ou des partenaires : gratuites, à prix libre ou avec triple tarification avec le tarif d'entrée à maximum 5 euros.
- Deux ateliers cuisines par mois, gratuits les après-midi et des ateliers alimentation santé de 2 à 3 heures à prix libre (minimum 5€) 1 à 2 mois par mois (coût de l'atelier de 3 heures : 45€, les personnes donnent en moyenne 10€).
- Un principe de modulation des tarifs (2 ou 3 prix) sur les activités de vente d'ateliers et mise à disposition de l'espace foodlab basé sur une différenciation entre les types de structures :
 - Les associations qui agissent auprès de publics vulnérables (situation de précarité, de handicap, d'isolement...) bénéficient du tarif le plus bas (*catégorie 1*)
 - Les associations d'ampleur régionale ou collectivités qui souhaitent organiser des ateliers pour leurs salariés ou leur public, avec de la mixité sociale, bénéficient du tarif intermédiaire (*catégorie 2*)
 - Les structures lucratives qui organisent des ateliers pour leurs salariés (séminaire, team building...) bénéficient du tarif le plus haut (*catégorie 3*)

En 2025 la répartition des ateliers par type de tarif a été la suivante (nombre d'ateliers) :



Ainsi l'association Cultivons se rémunère à un prix moyen permettant de couvrir ses frais de structure, tout en permettant à des structures aux moyens différents de bénéficier des mêmes ateliers.

Comme l'explique Liliane⁵², le Bar Radis représente donc un lieu où il est possible de découvrir de nombreuses activités, de participer à divers ateliers :

“J'aime découvrir de nouvelles activités. C'est pour ça que j'aime bien aussi le Bar Radis. C'est que ça m'a permis aussi de faire pas mal d'activités que je n'aurais pas fait forcément si je n'étais pas venue. [...] Et puis, ce que j'aime bien, en fait, c'est que c'est abordable, en fait, c'est surtout ça aussi, c'est que... le Bar Radis, ça m'a permis de... je trouve que ça permet aux gens qui seraient intéressés de découvrir des activités sans forcément avoir besoin de dépenser énormément”

De plus, d'ici 2027, 25% de la production de légumes sera réservée à des actions à destination des adhérents, ou publics accompagnés en situation de précarité, sous forme de don ou matières premières d'atelier. Il s'agit donc d'un quart de la production que l'association ne compte pas vendre, compensée par d'autres activités et/ou soutenue par des subventions.

Zoom sur des expérimentations d'accès à une alimentation de qualité

A l'échelle d'expérimentations à plus grande échelle, favorisant l'accès à une alimentation de qualité pour toutes et tous, Cultivons participe à 2 initiatives.

La Dalle, caisse commune alimentaire

L'expérimentation d'une caisse commune alimentaire, La Dalle, inspirée de la Sécurité Sociale de l'Alimentation (SSA)⁵³. Le dispositif, construit de façon partenariale depuis 2022, et lancé en 2025, permet à des grenoblois et grenobloises, de contribuer à hauteur de leurs moyens financier et de recevoir en échange allocation mensuelle de 100 à 200 € selon la taille du foyer, pour faire des achats alimentaires dans des lieux conventionnés. Une partie des adhérents constitue le comité citoyen qui se réunit tous les mois, pour :

- se former et partager autour du système alimentaire afin de construire une vision commune et partagée d'un système juste et durable
- décider de façon démocratique des critères de conventionnement
- faire évoluer le système de contribution pour qu'il soit socialement juste, tout en réfléchissant à un modèle économique pérenne pour la caisse

Cultivons fait partie des associations impliquées depuis le lancement et est aujourd'hui membre du comité de pilotage⁵⁴. Elle anime, avec Aequitaz et l'UMF73 les comités citoyens et contribue au suivi et à l'évaluation de la caisse.

Un travail d'étudiantes de Master de Science Po, ont permis d'identifier qu'il y a au sein des adhérents de la Dalle, par rapport à la population grenobloise :

- une surreprésentation de personnes sans activité ;

⁵² Membre du panel

⁵³ Pour les détails sur la SSA voir : <https://securite-sociale-alimentation.org/>

⁵⁴ Au côté des Mutuelles de France 73 (UMF73), Biocoop Malherbe/Champollion, Aequitaz, Episol, La Confédération Paysanne 38

- une surreprésentation de personnes habitant seules et une sous représentation de familles avec enfants. Les adultes seuls représentent à la fois une catégorie disponible, libre d'une charge familiale, mais reste également un groupe identifié comme premier bénéficiaire de l'aide alimentaire, lorsque touché par la précarité.
- une surreprésentation des classes d'âge moyen (30 à 60 ans) et une sous représentation des personnes âgées
- une surreprésentation des femmes, qui peut s'expliquer par la charge domestique et familiale reposant sur les femmes : 68% déclarent faire le ménage tous les jours en 2022.

Les participants au comité citoyen, évoquent différents facteurs de motivation :

- un enrichissement cognitif ;
- un intérêt personnel et matériel : manger des produits de bonne qualité
- faire partie d'un collectif ;
- répondre à un devoir civique : contribuer au bien commun, soutenir des valeurs sociales, écologiques

Il y avait à la fin de l'année 2025 :

- 148 foyers cotisants, pour plus de 350 personnes protégées (foyers de plus de 1 personne)
- une contribution moyenne de 33 € pour une allocation moyenne de 126 €
- 33 676 € d'achats alimentaires dans 8 lieux pré-conventionnés

Le marché Flaubert, local et solidaire

Le marché Flaubert, évoqué plus haut avec sa triple tarification permet de toucher un public diversifié. En effet, grâce à l'étude menée sur le marché Flaubert nous constatons :

1. Une représentation de toutes les classes d'âges :

18-24 ans	3%	45-54 ans	13%
25-34 ans	32%	55-64 ans	10%
35-44 ans	23%	64 ans et plus	19%

2. Une diversité de classe socio-professionnelle, avec une bonne présence d'employés (29%), de cadres (23%) et de retraités (19%). Également un peu moins d'1/4 de personnes sans activité (13%) et 10% de professions intermédiaires. A noter la faible présence d'étudiants (3%), l'absence d'ouvriers et 3% d'agriculteurs exploitants.
3. Sur la composition des foyers :
- 23% des répondants vivent seuls, 35% vivent à 2 et 43% font partie d'un foyer de 3 personnes ou plus.
 - 61% des foyers sont sans enfants, 16% des foyers avec 1 enfant, 19% avec 2 enfants et 3% avec 3 enfants ou plus

Il a été demandé aux répondants de noter la satisfaction de leur alimentation de 1 (peu satisfait) à 4 (très satisfait). En moyenne, la note de 3,2 a été notée. En nous intéressant aux différentes caractéristiques des personnes, nous pouvons voir une différenciation se créer

selon :

1. la catégorie d'âge :
 - 2,7 pour les 55-64 ans et 2,9 pour les 35-44 ans
 - 3,7 pour les plus de 64 ans et 3,5 pour les 45-54 ans
2. l'activité professionnelle :
 - 2 pour les étudiants (1 personne)
 - 2,9 de moyenne pour les employés
 - 3 pour les personnes sans activité professionnelle et les professions intermédiaires
 - 3,6 pour les cadres et retraités
3. le nombre d'enfants dans le foyer : plus il y a d'enfants dans le foyer plus la moyenne diminue
 - 3,4 pour les foyers sans enfant
 - 3,2 avec un enfant et 3 avec 2 enfants
 - 2 de moyenne pour les foyers avec 3 enfants ou plus

Ces indicateurs nous donnent des signaux favorables quant à la mixité des publics, que ce soit en termes d'âge, d'activité ou de composition du foyer; qui sont nécessaires pour que la dimension solidaire du marché fonctionne, et que des personnes aient accès à des produits de qualité à un moindre coût.

Les répondants sont globalement enthousiastes quant à la présence du marché, beaucoup soulignent

- son côté convivial : ils viennent pour y retrouver des proches, boire un verre (Bifurk Café), profiter des animations (marchés festifs et animation de la Bifurk) ;
- la qualité des produits et leur provenance (local)

42% des répondants déclarent venir au marché toutes les semaines et 29% 1 à 2 fois par mois soit 71% des personnes pour qui le marché est une source d'approvisionnement régulière. 13% des personnes déclarent venir ponctuellement, 6,5% quand cela est possible financièrement. 1 personne a déclaré sa présence comme exceptionnelle (3%) et 2 sont sans réponse (6,5%).

De façon plus globale, les modes d'approvisionnement habituels que les personnes ont déclarés sont les suivants (plusieurs réponses possibles) :

	Pourcentage
<i>Supermarchés, hypermarchés (Carrefour, Leclerc, Casino, Super U, Auchan...)</i>	65,5%
<i>Hard-discount (Lidl, Aldi)*</i>	6,9 %
<i>Marchés (Flaubert et/ou autres)</i>	89,7%
<i>Epicerie locale / bio</i>	27,6%
<i>Magasins bio (satoriz, Biocoop)</i>	27,6%
<i>Direct producteur (hors marché)</i>	20,7%

Aide alimentaire	6,9%
------------------	------

* Il s'agit des personnes ayant directement répondu un nom de magasin. Certains ont déclaré "supermarché", "grande surface" sans précision de l'enseigne et ont été classés dans Supermarchés, hypermarchés.

Après une année de fonctionnement hebdomadaire, le marché semble donc devenir un lieu d'approvisionnement régulier pour un certain nombre d'habitants. Par ailleurs, le marché tend à s'inscrire comme un mode d'approvisionnement complémentaire aux grandes et moyennes surfaces. Cette hypothèse sera à creuser et analyser dans le suivi du marché sur l'année 2026.

Enfin nous pouvons nous intéresser à la répartition de l'utilisation des tarifs

Mois	CA réel total par mois	CA corrigé total par mois	CA réel solidaire / CA réel totale	CA corrigé solidaire / CA corrigé totale	CA soutien réel / CA total	CA soutien corrigé / CA corrigé total
janvier	830 €	823 €	0,5 %	0,6 %	13,1 %	12,3 %
février	1 528 €	1 544 €	8,8 %	10,8 %	14,2 %	12,9 %
mars	1 531 €	1 562 €	11,3 %	13,8 %	9,0 %	8 %
avril	3 315 €	3 382 €	11,4 %	13,1 %	10,4 %	9,4 %
mai	4 565 €	4 649 €	10,6 %	14,8 %	10,5 %	9,5 %
juin	4 300 €	4 385 €	12,1 %	18 %	15,6 %	14,3 %
juillet	2 575 €	2 644 €	14,8 %	12,4 %	14,3 %	12,9 %
août	1 430 €	1 438 €	10 %	8,3 %	21,2 %	19,1 %
septembre	4 350 €	4 387 €	6,7 %	12,7 %	11,5 %	10,6 %
octobre	5 110 €	5 164 €	10,3 %	18,2 %	11,7 %	10,1 %
novembre	3 140 €	3 206 €	14,9 %	17,8 %	16,1 %	14,2 %
décembre	2 390 €	2 436 €	14,5 %	13,9 %	16,5 %	14,5 %

Détail des chiffres d'affaire par type de tarif, année 2025, Ferme de l'Entre 2 Chênes

Lecture du tableau : Dans ce tableau, nous avons distingué d'une part le Chiffre d'Affaires (CA) réel, c'est-à-dire, que l'agriculteur a réellement perçu lors du paiement par le client. et d'autre part le Chiffre d'Affaires Corrigé qui correspond à ce qui est finalement touché par l'agriculteur suite à la régulation des tarifs soutien et solidaire (soit 100% de prix producteur). De la même façon, les chiffres d'affaires solidaire et soutien, ont été "corrigés" pour différencier, ce qui a été touché par l'agriculteur au moment de la vente et ce qui est finalement réellement perçu. Par exemple, le CA solidaire corrigé correspond à 80% du prix auquel on ajoute les 20% manquants. Pour le CA soutien corrigé, de la même façon, on retire les 20% de dons de sorte à obtenir des prix 100%. A partir de ces données, on regarde les pourcentages de ce que représentent les CA soutien et solidaire par rapport au CA totaux. Nous pouvons voir qu'en mai, le CA réel touché, est égale à 4 565€, le CA corrigé, réellement perçu en fin de trimestre, à 4 649 €. Ce mois-ci, les tarifs solidaires représentaient 10,6 % du CA total, et les tarifs soutien 10,5%. Ils semblent être équivalents. Mais lorsque l'on regarde les mêmes chiffres "corrigés", on obtient, la part du CA solidaire qui est égale à 14,80% du CA total corrigé et la part du CA soutien à 9,54% du CA totale corrigé.

A travers le suivi des marchés, nous pouvons affirmer que les marchés où le chiffre d'affaires total est le plus important, sont les marchés où il y a le plus de fréquentations/ventes. On voit

donc dans ce tableau que les mois de janvier, février, mars, juillet et août sont des mois avec moins d'affluence et moins de ventes. On remarque que les 7 autres mois sont les mois où le CA solidaire est supérieur au CA soutien.

Pourcentage moyen du CA sur la période	Solidaire	Soutien
sur les 5 mois CA Solidaire < CA soutien	9,18%	13,05%
sur 7 mois CA Solidaire > CA soutien	14,34%	11,78%

Sur les mois où il y a le plus de ventes, on constate que le CA solidaire corrigé représente plus que le CA soutien corrigé. Pour les mois où le CA total est à plus de 3 000€, le CA solidaire corrigé est toujours supérieur à 10% du CA corrigé, alors que le CA soutien corrigé reste fluctuant. On retrouve le constat fait précédemment : les ventes solidaires sont plus nombreuses et importantes que les ventes soutien. Lors de mois avec très peu de fréquentations, le CA solidaire est faible. Sur les trois derniers mois, la part du CA solidaire par rapport au CA total corrigé est en moyenne égale à 16,5%, alors que le CA soutien corrigé est en moyenne égale à 12,9%.

Pour la ferme de l'Entre 2 Chênes, un gros quart des ventes se fait en tarifs soutien ou solidaire, tandis que $\frac{3}{4}$ des ventes sont au tarif normal. Cette analyse a été faite sur un stand de ventes de légumes. Il serait intéressant de la réaliser pour d'autres types de produits, et de comparer si l'utilisation des tarifs est différente selon l'offre du stand. L'équilibrage de la caisse peut potentiellement passer par la diversification du type de produits. L'état de la caisse est un indicateur supplémentaire sur le type de public fréquentant le marché.

Or, l'étude Mont'Panier⁵⁵ révèle des associations fortes entre la présence de primeurs autour du domicile des ménages et une meilleure qualité nutritionnelle des paniers, indépendamment des caractéristiques sociales des ménages (Recchia et al., 2022a). Cette association positive est observée quand le commerce est proche soit du domicile soit des lieux d'activités, et n'existe pour aucun autre type de points de vente alimentaire. Cela pourrait indiquer que la présence de primeurs dans les lieux de vie favorise en particulier l'achat de fruits et légumes. L'enquête montre que cet effet est significatif pour les ménages à faibles revenus, quand les primeurs sont proches de leurs lieux d'activités. Les ménages qui effectuent plus des trois quarts de leurs courses alimentaires mensuelles en supermarché résident souvent plus loin des commerces de proximité (Recchia et al., 2023). Ils sont en revanche susceptibles de disposer de supermarchés en drive dans leurs espaces d'activités. Des résultats additionnels indiquent que ces ménages ont tendance à faire des courses conséquentes en peu de fois, tandis que les ménages exposés à un paysage alimentaire plus diversifié font des courses en plus petites quantités et plus régulièrement (Vonthron et al., 2022). Les ménages qui dépensent une grande partie de leurs achats en supermarché ont aussi des paniers de plus faible qualité nutritionnelle, comparés à ceux qui ont des pratiques d'approvisionnement plus diversifiées (Recchia et al., 2022b). Il apparaît donc comme essentiel de créer des espaces d'approvisionnement de proximité, notamment

⁵⁵ Étude menée par Cirad, de l'Inra et de l'Institut Agro Montpellier sur les relations entre le paysage alimentaire des habitants du Grand Montpellier et leurs pratiques alimentaires.

pour favoriser la consommation d'achats de fruits et légumes.

Ces actions et engagements autour de la tarification permettent ainsi à court terme de pallier aux freins économiques et pourraient être à plus long terme, de vrais leviers de changement :

- Sécurité alimentaire, nutrition, évolution des pratiques alimentaires au regard des enjeux collectifs de durabilité
- Transformation du paysage alimentaire dans les quartiers
- Lutte contre l'isolement, développement des liens de proximité et d'entraide, du sentiment d'appartenance
- Développement de nouveaux savoirs et savoirs faire (utiles pour soi, pour son insertion, pour le changement à l'échelle locale...), de l'esprit critique pour participer à une transformation sociale.

En bref - Démocratiser le bien manger

- Proposer le midi, une offre de restauration avec service à table en 1h à 1h30, équilibrée, goûteuse et adaptée à toutes les envies (végétarien, vegan, carné)
- Une recherche à la limitation de la hausse des prix, pour ne pas répercuter l'inflation des matières premières sur les consommateurs
- Au Café associatif, les prix sont volontairement bas, et maintenus de la sorte depuis l'ouverture : Café à 1€, gâteau à 1,5€, boissons froides à 3€, boissons chaudes à 3,5€
- Des principes de triple tarification ou prix libre appliqués aux ateliers de Cultivons ou des partenaires
- 37% des ateliers prestations de l'association à destination de publics vulnérables
- Participation à l'essor de la caisse commune alimentaire La Dalle, qui permet à 350 grenobloises d'avoir un budget alimentaire sécurisé
- Création d'un marché de producteurs sur le quartier Flaubert,
 - avec une triple tarification utilisée, notamment le tarif solidaire (prix à -20%)
 - devenu un lieu d'approvisionnement complémentaire aux supermarchés, pour des habitants du quartier

Et la suite ? Apprentissages et impacts visés à long terme

Ce travail d'évaluation, nous a permis après 3 ans et demi d'ouverture de faire l'état des lieux de nos actions, nos engagements et des premiers impacts identifiés. Pour mesurer l'évolution durable des pratiques, l'intégration du Bar Radis sur le territoire ou encore la contribution au renforcement des filières locales, à la transformation des paysages alimentaires ou à la réduction des inégalités, ce travail devra se poursuivre sur plusieurs années. Il sera aussi nécessaire de s'appuyer sur des méthodologies et partenaires issus du monde de la recherche, de l'évaluation, afin de garantir des résultats robustes. En effet les projets, comme le Bar Radis, qui souhaitent faire bouger les lignes, sur le rapport entre économie, environnement, santé et société, s'inscrivent dans un temps long. Au-delà de "l'effet waouh" ou de la "nouveau" à l'ouverture, d'un nouveau concept, d'une innovation sociale, il s'agit de travailler à ce que des projets s'ancrent durablement : pérenniser des emplois, ancrer des pratiques participatives et coopératives au travail, accompagner des changements de pratique justes et pérennes, renforcer l'écosystème local, désiloter des actions. Ce rapport est donc une première pierre, pour évaluer et mesurer nos actions.

Au regard de la fréquentation du lieu et des types de public, nous constatons de la mixité sociale, de la mixité d'âge. Une partie des usagers du Bar Radis sont confrontés à des difficultés en lien avec leur alimentation : 15% notent leur satisfaction alimentaire à 1 ou 2 sur 4, 16% font leurs achats avec en critère des contraintes de santé. Le prix est un critère de choix primordial dans l'approvisionnement alimentaire pour les plus jeunes, les étudiants, les employés. 41 % des usagers se sont déjà au cours des 12 derniers mois au moment de leur réponse retrouvés confrontés à une situation de contrainte alimentaire, notamment de presque toujours manger la même chose, de ne pas pouvoir manger des aliments nourrissants et bons pour la santé. Le Bar Radis est perçu par ses usagers comme un lieu convivial, accueillant. Il est apprécié pour sa diversité d'activités. C'est aussi le retour que nous font des structures partenaires. En effet, nous portons une attention particulière à pouvoir accueillir, notamment sur les temps associatifs, des publics en situation de précarité, de handicap, d'isolement, grâce à ces partenariats et aux dispositifs de petits prix, gratuité ou triple tarification. Le café associatif est apprécié par ses usagers pour son calme, ses petits prix, et le fait de pouvoir y faire des rencontres. Il a donc toutes les clés pour être un espace d'accueil pour toutes et tous. Nous avons un enjeu à développer l'identification et la fréquentation du café associatif. L'espace et son fonctionnement sont globalement bien reconnus par les personnes fréquentant le lieu, 70% environ mais 29% des usagers ne savent pas que les tarifs du café associatif sont plus bas, ce qui laisse supposer que des non usagers du Bar Radis n'en auront pas non plus connaissance facilement. Il y a un enjeu à le faire connaître à des publics qui pourraient en bénéficier particulièrement, notamment à l'échelle du quartier afin de créer un lieu de sociabilité et de rencontre pour les habitants. Le témoignage de Cultures du Coeur, va dans ce sens :

"C'est un lieu favorable à la mixité : nous trouvons qu'il y a un réel effort en ce sens et la possibilité de s'adapter aux spécificités de nos publics, mais qui reste avec des codes sociaux et culturels qui deviennent facilement un frein pour les personnes inscrites via Cultures du Coeur pour y retourner seul.e. (L'accompagnement bénévole aide beaucoup à franchir le pas)" - Une salariée de Cultures du Coeur

Du côté du Restaurant, bien évidemment l'accès est de fait biaisé, par le coût à l'entrée d'un repas au restaurant. Cependant nous pouvons voir qu'il est fréquenté par une diversité de catégories socioprofessionnelles et d'âge fréquentant le Bar Radis. Les efforts déployés pour maintenir des prix raisonnables au regard de l'inflation, des charges du lieu et de la qualité des produits proposés semblent donc porter leurs fruits. Une étude plus approfondie sur la restauration commerciale afin d'évaluer la fréquentation du lieu mais aussi de pouvoir le comparer à d'autres espaces serait nécessaire. Le restaurant est apprécié pour sa créativité, la qualité des produits. Le bar est apprécié pour sa terrasse et les espaces, la qualité des produits et l'ambiance. Nous allons aussi poursuivre le travail autour des approvisionnements, pour continuer d'augmenter la part de local, de bio le soutien à des producteurs, afin de proposer une restauration en extérieur de qualité, originale, conviviale mais accessible. Nous aurons aussi un enjeu à faire connaître ces démarches de qualité et de démarche sur nos prix, en effet en 2025, 62% de nos usagers ne savaient pas dire qui étaient les fournisseurs du restaurant et 55% ceux des boissons. Nous avons aussi pour souhait d'entamer un travail d'évaluation de la capacité nutritionnelle des assiettes. Ces éléments sont aussi dépendants de facteurs d'organisation et de pérennisation des équipes en cuisine, qui sont des enjeux tout aussi importants afin de garantir un cadre et des conditions de travail agréables dans un secteur où les horaires de travail hachés, le surmenage ou l'épuisement sont trop fréquents.

Concernant la micro-ferme et le développement de l'agriculture urbaine, l'objectif est de continuer à développer le plan de culture et son optimisation concernant l'approvisionnement de la cuisine, afin d'avoir une production constante et diversifiée. Concernant les pratiques de culture, nous souhaitons pousser les réflexions autour de la biodiversité et du sol. Actuellement, concernant ce dernier, des problématiques liées à sa structure et au drainage nous limitent dans le non travail du sol, mais l'objectif est de pouvoir pleinement suivre le principe de maraîchage sur sol vivant. Nous souhaitons aussi mesurer sur plusieurs années, l'évolution de la structure du sol, sa composition et sa biodiversité. Nous souhaitons aussi analyser la présence de la biodiversité, et la continuité créée entre l'espace du Bar Radis et le Parc Flaubert, en cours d'agrandissement. Ainsi nous souhaitons :

- garantir l'autosuffisance du bar/restaurant en légumes ;
- créer un véritable espace nourricier favorable à la biodiversité en toiture
- produire de la donnée pour documenter la production maraîchère en milieu contraint dans un contexte de réchauffement climatique pour favoriser l'essaimage d'espaces urbains nourriciers similaires, sur notre territoire et sur d'autres.
- travailler conjointement avec les collectivités du territoire pour augmenter les espaces végétalisés nourriciers en ville, dans la logique de la recommandation n°3 du manifeste de l'AFAUP "Un quartier, une ferme" : Donner la possibilité à chaque habitant d'avoir accès à un espace nourricier à moins de 15 minutes de chez lui.⁵⁶

En effet ceux-ci participent au lien social, à la création d'îlot de fraîcheur en ville, peuvent être des supports pédagogiques, favorisent la biodiversité, permettent la promotion de l'agroécologie, etc. Or dans notre questionnaire annuel, nous avons pu voir que :

- 41 % des répondants n'ont pas accès à un espace pour cultiver en ville

⁵⁶

<https://www.afaup.org/wp-content/uploads/2025/05/2505-Manifeste-un-Quartier-une-Ferme-version-elctronique.pdf>

- Sur les raisons qui poussent les gens à ne pas cultiver : essentiellement le manque de temps, d'espace et de savoir faire.

Il y a donc un enjeu à pouvoir démocratiser l'accès à ces espaces et les conditions qui permettent à toutes et tous de cultiver : connaissances, temps, freins sociaux etc.

En complément les actions de Cultivons ! auprès des enfants, adolescents et jeunes adultes (65 sur 177 actions hors programmation du Bar Radis) permettent d'une part d'intégrer dès le plus jeune âge des connaissances qui allient santé et environnement, compréhension du monde qui les entoure, compréhension de leur corps. Ce sont des clés indispensables pour qu'ils soient demain acteurs de cette transition. D'autre part, il s'agit de favoriser l'essor de nouveaux métiers, en lien à l'alimentation durable l'ESS. Les dizaines de stagiaires, services civiques accueillis chaque année, mais aussi les événements annuels à destination des porteurs de projet, les actions de formation de jeunes en parcours de formation, insertion et les visites hebdomadaires gratuites du Bar Radis qui sont proposées, sont autant d'actions que nous voyons comme contribuer à l'évolution du métabolisme du territoire. Nous avons la volonté de poursuivre et d'amplifier ces actions, en lien avec les actions de partenaires pour avoir au fil des années des parcours, formations, temps de rencontres qui favorisent ces nouveaux métiers. La mesure des effets pourra se faire sur un temps moyen à long terme : évolution du nombre d'agriculteurs, d'espace de transformation alimentaire artisanaux et locaux, création et pérennisation de tiers-lieux sur le territoire, etc.

Dans et hors les murs du Bar Radis, Cultivons ! mène aussi un certain nombre d'action auprès de publics spécifiques :

- 37% d'ateliers avec des structures qui agissent auprès de publics vulnérables (situation de précarité, de handicap, d'isolement...)
- 40% d'ateliers avec des associations d'ampleur régionale ou collectivités qui souhaitent organiser des ateliers pour leurs salariés ou leur public, avec de la mixité sociale

A travers ces ateliers ou accompagnements, nous observons des signaux positifs sur la capacité à faire évoluer les pratiques alimentaires des participants, et ce avec leurs contraintes spécifiques : santé, budget. En effet, à travers notamment le programme OPTICOURSES qui s'adresse directement à des personnes en situation de précarité économique, nous observons des premiers effets de changement similaires à ceux obtenus dans la recherche interventionnelle qui a abouti à la création du programme. Nous souhaitons sur les années à venir pousser l'étude de l'impact de ces ateliers sur les participants : comprendre plus précisément la manière dont ces ateliers sont venus transformer leurs pratiques alimentaires, leurs visions, leur santé, et cela en fonction du type d'atelier afin d'avoir une analyse plus fine.

Pour créer des effets de leviers plus systémiques pour réduire les inégalités sociales, de santé liées à l'alimentation, Cultivons ! déploie aussi, en partenariat avec des acteurs, des actions de démocratie alimentaire. La caisse commune alimentaire de la Dalle et le marché Flaubert, permettent d'expérimenter des dispositifs qui questionnent l'articulation entre prix pour le consommateur, rémunération des producteurs et qualité de l'alimentation. Ainsi à l'échelle d'un quartier, ou d'un groupe d'habitants de Grenoble, nous testons ce que pourrait être demain un droit à l'alimentation garantie pour toutes et tous. Nous avons pour souhait que le marché Flaubert devienne un lieu d'approvisionnement fixe et stable pour les

habitants.es du quartier, renforce sa place et sa reconnaissance, pour qu'il perdure et se développe. Actuellement, la rentabilité de la caisse de péréquation, et les retours des producteurs.ices nous permettent de constater un bon fonctionnement de ce dernier, tant dans son modèle que dans la proposition de l'offre aux habitants, inexistante auparavant sur le secteur.

Les premiers signaux sur les effets des expérimentations pour les participants sont plutôt positifs. Le suivi de ces dispositifs devra se poursuivre pour mesurer d'une part :

- Comment participent-ils au renforcement des filières locales et à la juste rémunération des producteurs ?
- Comment participent-ils à redessiner les paysages alimentaires des quartiers, l'approvisionnement des ménages, l'amélioration de la santé via l'assiette et la lutte contre la précarité alimentaire ?

Cette logique d'action partenariale et coopérative nous semble indispensable pour que le système alimentaire et plus largement l'économie se transforment. Ainsi à l'échelle du lieu une gouvernance partagée a été réfléchi(e) par et avec les personnes impliquées : 3 niveaux de rôles entre les salariés, une direction ou coordination des structures partagées, un CA de l'association représentatif, des réunions / rencontres avec les parties prenantes : bénévoles, salariés, partenaires, financeurs... En parallèle, ce ne sont pas moins de 240 partenaires avec qui la SCOP et l'association tissent des liens pour construire des actions, faire vivre le lieu avec une programmation variée, faire venir un public le plus large possible au Bar Radis, accompagner des collectifs d'habitants sur le territoire ou créer des synergies du local au national. Nous souhaitons renforcer nos liens avec les réseaux de l'Economie Sociale et Solidaire, des Tiers-Lieux pour inscrire le Bar Radis et son impact en réseau avec d'autres afin de comprendre et visibiliser la contribution de ces structures à la transition concrète des territoires. Nous voulons aussi renforcer la connaissance du grand public autour des enjeux alimentaires du territoire : 94% des répondants au questionnaire annuel ne connaissent pas le réseau CALISOLI, 18% des répondants seulement connaissent le PAiT (Plan Alimentaire inter Territorial).

De manière générale, nous souhaitons donc continuer de porter à l'échelle du territoire les dynamiques de transitions agricole et alimentaire, tant sur les pratiques individuelles que sur des changements structurels, et donc de fédérer acteurs et habitants autour de ces enjeux. Le projet, son fonctionnement, ses spécificités et ses impacts peuvent être des ressources physiques et méthodologiques, et il nous paraît primordial de poursuivre ce travail de diffusions de connaissances, d'actions et d'accompagnement.

Annexes

Bibliographie

Articles en ligne

- MARLIAC, L. (2024, juin 26). *Grenoble Alpes métropole*. Territoires Bio <https://territoiresbio.org/decouvrez-leurs-experiences/grenoble-alpes-metropole/>
- S.N. (2024, octobre). *Adapter la Ville au Changement Climatique*. Territoires en Transitions <https://www.territoiresentransitions.fr/actus/153/adapter-la-ville-au-changement-climatique>
- S.N. (s.d). *Le plan Climat Air Energie*. Grenoble Alpes Métropole. <https://planclimat.grenoblealpesmetropole.fr/20-nouveau-plan-climat-air-energie.html>
- S.N. (2026). *Qu'est-ce que l'agroécologie ?* Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Plateforme des connaissances sur l'agroécologie. <http://www.fao.org/agroecology/home/fr/>
- S.N. (2025, mars). *Partage des tâches domestiques : les progrès sont lents*. Observatoire des inégalités. <https://www.inegalites.fr/inegalites-taches-domestiques-femmes-hommes>

Articles et enquêtes scientifiques

- Alaimo K, Beavers AW, Crawford C, Snyder EH, Litt JS. (2016 Sep). "Amplifying Health Through Community Gardens: A Framework for Advancing Multicomponent, Behaviorally Based Neighborhood Interventions". *Curr Environ Health Rep*. 3(3):302-12. doi: 10.1007/s40572-016-0105-0. PMID: 27379424.
- Dubois.C et all. (2018). Co-construction et évaluation d'un programme de promotion de la santé pour conjuguer nutrition et budget au quotidien : les ateliers Opticourses. *Cahiers de Nutrition et de Diététique*. Volume 53. pages 161-170. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007996018300555?via%3Dihub>
- Liborio-Cornet.C, De Verges.H. (2025). Biodiversity and Urban agriculture: Insights and future directions. *Innovations Agronomiques*, 108, pp.1-18. [ff10.17180/ciag-2025-vol108-art01ff.fhal05429105f](https://doi.org/10.17180/ciag-2025-vol108-art01ff.fhal05429105f)
- William G. Smith. (2008, Juin). Does Gender Influence Online Survey Participation ? : A Record-linkage Analysis of University Faculty Online Survey Response Behavior; PhD;
- Zaoui.G et al. (2016, juin). *Manger dehors : représentations et pratiques*. (hal-03735839)

Communiqué de presse

- S.N. (2024, avril). *Bien être au travail "94 % des salariés français envisagent de réduire leurs dépenses dans les restaurants en 2024"*. Média edenred. <https://media.edenred.com/94-des-salaries-francais-envisagent-de-reduire-leurs-dépenses-dans-les-restaurants-en-2024/>

Diagnostics et rapports

- AFAUP, Manifeste Un Quartier Une Ferme, 2025. <https://www.afaup.org/wp-content/uploads/2025/05/2505-Manifeste-un-Quartier-une-Ferme-version-electronique.pdf>
- ANZIVINO.L et all. (2022, mai). Diagnostic local de santé et santé-environnement. Grenoble Alpes Métropole https://www.ors-auvergne-rhone-alpes.org/pdf/DSE_Grenoble_Alpes_Metropole.pdf
- Maison des Habitant-es Capuche.(2023). Projet social 2023-2026
- Centre Communal d'Actions Sociales de la Ville de Grenoble. (2025). Analyse des besoins sociaux 2025
- Programme bien vivre ensemble, bien manger du Secours Catholique - Caritas France. (2024, septembre). L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?
- Grenoble Alpes Métropole. (s.d). Plan Climat Air Energie Métropolitain 2020-2030 Stratégie et Plan d'Action
- Saddier.J. (s.d). Évaluer son impact social Le guide pour construire une démarche d'évaluation adaptée à ses enjeux. *Avise*. [Evaluer son impact social. Le guide pour construire une démarche d'évaluation adaptée à ses enjeux - AVISE](#)

Questionnaires

Profil des participants au panel

Fiche profil *Thomas*

Genre : Masculin

Tranche d'âge : 26-35 ans

Profession / Activités : Est actuellement en thèse et entretient également un certain nombre d'engagements associatifs

Lieu et type de résidence : Quartier Capuche Alliée (Grenoble, Secteur 4) - Appartement

Structure du foyer : Colocation

Habitudes alimentaires :

- Fait ses courses au marché pour les produits frais et au supermarché pour les denrées sèches.
- Consomme bio, local et de saison
- Consomme peu de viande

Fréquentation et usages du Bar Radis :

- A découvert le Bar Radis lors d'un événement sur l'agriculture urbaine.
- Fréquente le Bar Radis principalement l'après-midi pour travailler et lors d'ateliers en lien avec l'agriculture et l'alimentation
- Fréquente le Bar Radis environ 3 fois par semaine
- Reconnait le Bar Radis comme un espace vert
- Reconnait que les ateliers du Bar Radis ont eu un impact sur ses connaissances

Fiche profil *Liliane*

Genre : Féminin

Tranche d'âge : 36-50 ans

Profession / Activités : Policière

Lieu et type de résidence : Sassenage - Maison avec jardin

Structure du foyer : Vit seule la semaine et avec son fils le week-end et pendant les vacances scolaires

Habitudes alimentaires :

- Fréquente environ 4 lieux d'approvisionnements : 2 marchés, un Biocoop et un Carrefour Market
- Consomme Bio ou Nouvelle Agriculture et local
- A réduit sa consommation de viande et augmenté sa consommation de protéines végétales.
- Cuisine tous les jours

Fréquentation et usages du Bar Radis :

- A découvert le Bar Radis grâce aux réseaux sociaux
- Fréquente le Bar Radis environ 3 fois par semaine, grâce à son engagement bénévole et en participant à divers ateliers l'après-midi (cuisine, jardin, créatifs...)
- Aime venir seule et y rencontrer du monde
- Reconnait que les ateliers du Bar Radis ont eu un impact sur ses pratiques alimentaires et ses connaissances

Fiche profil *Quentin*

Genre : Masculin

Tranche d'âge : 36-50 ans

Profession / Activités : Informaticien

Lieu et type de résidence : Eybens - Appartement

Structure du foyer : Vit seul

Habitudes alimentaires :

- Fréquente environ 3 à 4 lieux d'approvisionnement : La Bonne Pioche, Biocoop, Satoriz, la Vie Claire
- Pratique le jeûne intermittent
- Consomme Bio et local
- Fréquente un jardin partagé
- Cuisine tous les jours

Fréquentation et usages du Bar Radis :

- A découvert le Bar Radis au travers d'un atelier jardin
- Fréquente principalement le Bar Radis pour des ateliers autour de l'alimentation et de la santé
- Reconnait que les ateliers du Bar Radis ont eu un impact sur ses connaissances et pratiques alimentaires

Fiche profil *Yasmine*

Genre : Féminin

Tranche d'âge : 36-50 ans

Profession / Activités : Directrice de programme

Lieu et type de résidence : Rue Abbé Grégoire (Grenoble) - Appartement avec balcons

Structure du foyer : Vit seule

Habitudes alimentaires :

- S'approvisionne dans divers espaces : Picard, Marchés, Magasins Bio, boucherie
- Cuisine presque tous les jours
- Consomme peu de viande
- Consomme Bio, de saison et sans gluten
- Adore les plantes et jardiner

Fréquentation et usages du Bar Radis :

- A découvert le Bar Radis récemment (quelques mois)
- Jusqu'à présent, fréquente le Bar Radis principalement pour les ateliers cuisine
- Reconnait que le Bar Radis a eu un impact sur ses connaissances et ses pratiques alimentaires

Fiche profil

Yann

Genre : Masculin

Tranche d'âge : 36-50 ans

Profession / Activités : Cadre

Lieu et type de résidence : Quartier Bajatière
(Grenoble, Secteur 4) - Maison avec petit jardin

Structure du foyer : Vit en alternance avec ses enfants
et accueille régulièrement des filles au pair

Habitudes et pratiques alimentaires :

-S'approvisionne dans environ 4 à 5 lieux : Marché
Hoche, Carrefour Market, Boulangerie, Boutiques
Bio.

-Consomme bio, locale et de saison

-Cuisine tous les jours

-Sensibilise ses enfants aux sujets de l'alimentation et
de l'environnement

Fréquentation et usages du Bar Radis :

-Fréquente le Bar Radis plutôt le soir, en semaine en
moyenne une fois par mois

-Vient parfois au Bar Radis avec ses enfants ou sa
compagne

-Participe principalement à des ateliers sur
l'alimentation, la santé et l'environnement

-Reconnait le Bar Radis comme un lieu
d'approfondissement des connaissances

Charte de la programmation culturelle

