



Rapport sur les programmes pilotes de coupons au Nouveau-Brunswick

Préparé par Jessica Wall

Décembre 2017

Introduction

Programmes pilotes de coupons d'accès aux marchés fermiers du Nouveau-Brunswick

Les programmes de coupons d'accès aux marchés fermiers visent à rendre les aliments locaux sains et frais plus accessibles pour les personnes qui ne pourraient peut-être pas se les procurer autrement. Le concept existe depuis des années dans beaucoup d'États américains et dans d'autres provinces canadiennes. Il ne manque pas de recherche concernant les pratiques exemplaires, les avantages et les défis des programmes de cette nature. Les mises à l'essai et les études du genre sont toutefois très limitées au Nouveau-Brunswick.

À l'été 2017, deux projets pilotes de coupons d'accès aux marchés fermiers ont été lancés pour mettre à l'essai deux modèles différents et déterminer celui qui convenait le mieux au Nouveau-Brunswick. Le présent rapport de recherche explique les procédures qui ont été suivies relativement à chaque projet et fait ressortir les leçons apprises. Dans l'ensemble, les résultats présentés dans ce rapport cherchent à orienter et à stimuler l'établissement de programmes de coupons d'accès aux marchés fermiers à travers la province dans l'avenir.



Sommaire : première partie

Aperçu – programme des coupons de mode de vie sain (PCMVS) Fredericton (Nouveau-Brunswick)

Le projet pilote du programme des coupons de mode de vie sain s'est déroulé pendant 12 semaines, soit de juillet à octobre 2017, à Fredericton, au Nouveau-Brunswick. Il a été mis sur pied dans le cadre d'un partenariat entre le réseau d'inclusion communautaire et le bureau régional du Nouveau-Brunswick de Diabète Canada. Le projet pilote a été financé par la Société d'inclusion économique et sociale du Nouveau-Brunswick et la Direction du mieux-être du ministère du Développement social du gouvernement du Nouveau-Brunswick.

Le programme a offert, à 25 personnes célibataires, couples et familles aiguillés par sept organismes communautaires, des consultations individuelles gratuites sur la santé par l'intermédiaire du programme Live Well | Bien Vivre et des cartes-cadeaux à utiliser chaque semaine aux marchés fermiers. Les cartes-cadeaux ont constitué une belle occasion pour les personnes qui voulaient consommer plus d'aliments sains. Le programme permettait aux participants d'obtenir leurs aliments aux deux marchés fermiers locaux : le marché public Boyce et le marché de Fredericton-Nord.

On a obtenu, pendant et à la fin du projet, la rétroaction des participants, des gestionnaires des marchés et des organismes partenaires à l'aide de questionnaires et d'entrevues. Cette rétroaction est présentée dans les pages qui suivent.

Sommaire : deuxième partie

Aperçu – programme de dollars du Farmers’ Truck (PDFT) Moncton (Nouveau-Brunswick)

Le projet pilote du programme de dollars du Farmers’ Truck s’est déroulé pendant 12 semaines, soit de juillet à octobre 2017, à Moncton, au Nouveau-Brunswick. Il a été mis sur pied dans le cadre d’un partenariat entre le Farmers’ Truck et le Centre d’alimentation communautaire Peter McKee. Il a été financé par le Farmers’ Truck et la Direction du mieux-être du ministère du Développement social du gouvernement du Nouveau-Brunswick.

Le programme a offert à 20 mères monoparentales et personnes âgées faisant appel aux services du Centre d’alimentation communautaire Peter McKee des cours gratuits de cuisine d’aliments locaux sur une base mensuelle et des cartes-cadeaux hebdomadaires du Farmers’ Truck, un marché fermier mobile. Le Farmers’ Truck se garait à deux coins de rue du Centre chaque vendredi et à d’autres endroits dans la ville les autres jours de la semaine. À la fin de l’été, un marché en ligne offrant un service de livraison à domicile a été lancé et offert aux participants. Les cartes-cadeaux ont permis aux participants de magasiner sans se démarquer des autres clients et de se procurer des aliments locaux frais avec dignité.

La rétroaction a été demandée à l’aide de questionnaires à la fin de chaque cours de cuisine ainsi que pendant des entrevues avec les participants et le responsable du projet au Centre d’alimentation communautaire Peter McKee. Cette rétroaction est présentée dans les pages qui suivent. Il est espéré que les leçons tirées du projet pilote aideront à orienter les programmes de coupons d’accès aux marchés fermiers au Nouveau-Brunswick dans l’avenir.

Jessica Wall

Coordonnatrice du projet

OBJECTIFS



ALIMENTS SAINS

Accroître l'accès et la consommation d'aliments frais, de haute valeur nutritionnelle et peu transformés

PRODUCTEURS LOCAUX

Accroître la sensibilisation et la connaissance, ainsi que la familiarité avec les marchés fermiers et soutenir les producteurs locaux

HABILETÉS ALIMENTAIRES

Accroître la connaissance en nutrition ainsi que les compétences en matière de choix et préparation d'aliments économique.

OBJECTIF 1

ALIMENTS NUTRITIFS



TÉMOIGNAGES

« J'ai acheté beaucoup de légumes frais. J'adore les choux de Bruxelles frais. J'ai aussi acheté du fromage et de la viande. Je ne mange pas beaucoup de viande, mais celle du marché a meilleur goût. »

- **Participant A, PCMVS**

« Je compte continuer à manger plus de légumes frais. Quand mon fils a fait mon épicerie la semaine dernière, je lui ai demandé de me procurer des brocolis frais. Puisqu'il n'en restait plus au magasin, il m'a acheté la version surgelée. Ces brocolis n'étaient pas aussi bons que les brocolis frais que j'ai achetés au marché. Je veux continuer à acheter plus de légumes frais. »

- **Participant B, PCMVS**

« Le programme a été une excellente occasion pour nos membres de faire l'expérience de magasiner dans ces marchés. Ces personnes ont pu ajouter des aliments frais et sains à leur repas. Elles ont pu s'alimenter plus sainement et en avoir plus pour leur argent. »

- **Organisme partenaire, PCMVS**

STATISTIQUES

89 % des participants ont signalé un certain changement de leurs habitudes alimentaires

78 % d'entre eux ont dit qu'ils conserveront leurs nouvelles habitudes

67 % des participants ont essayé un nouvel aliment

OBJECTIF 2

PRODUCTEURS LOCAUX

TÉMOIGNAGES

« Les aliments sont tellement frais et délicieux. La viande est de loin supérieure à celle de l'épicerie. »

- Participant A, PCMVS

« Je n'aime pas les foules, mais je me suis senti plus à l'aise au fil du temps. J'ai fait l'expérience du marché et, si je pouvais me le permettre, j'aimerais beaucoup continuer à y magasiner. Je savais que le marché existait, mais je n'ai jamais pris la peine de m'y rendre auparavant. »

- Participant B, PCMVS

« Je crois que les gens ont vraiment aimé le programme. Il leur a permis d'avoir accès à des aliments locaux sains, mais ses retombées ne s'arrêtent pas là. Grâce au programme, ces personnes font une sortie et socialisent avec nos vendeurs, qui sont leurs voisins, et non de grands producteurs. Ils soutiennent donc l'économie locale du même coup. »

- Gestionnaire de marché fermier, PCMVS

« Les participants font l'éloge des excellents aliments qu'ils consomment! Une participante a été émerveillée par le fromage marbré qu'elle a acheté. Selon elle, le goût était très différent de celui de tous les autres fromages de l'épicerie et de loin supérieur. »

Organisme communautaire, PCMVS

STATISTIQUES

89 % des participants ont fait la connaissance d'un nouveau vendeur au marché

77 % des participants continueront de magasiner au marché lorsque possible

4 515 \$: valeur des cartes-cadeaux dépensées auprès des vendeurs dans le cadre du PCMVS

4 000 \$: valeur des cartes-cadeaux dépensées au marché mobile Farmers' Truck

1 000 \$ ont été dépensés dans le magasin en ligne Farmers' Truck

OBJECTIF 3

CONNAISSANCES

ALIMENTAIRES

TÉMOIGNAGES

« Je n'ai pas beaucoup de talent pour la cuisine et j'ai de la difficulté à préparer des repas pour une personne. »

Participant A, PCMVS

« J'ai pu me procurer des fraises, des framboises et des bleuets sauvages, que je conserve dans mon congélateur pour faire des confitures et des pâtisseries. »

Participant B, PCMVS

« Le programme m'a aidé à améliorer grandement ma planification de repas. »

Participant C, PCMVS

« Ma fille et moi allions au marché ensemble chaque samedi et choissions ce que nous voulions cuisiner pendant la semaine à venir. Le programme m'a offert beaucoup d'aide en tant que mère monoparentale et j'ai adoré cuisiner de nouveaux aliments avec ma fille. »

Participant D, PCMVS

« J'adore apprendre à cuisiner de nouveaux aliments. Il est merveilleux d'avoir de nouvelles idées de repas pour les enfants. Je ne suis pas difficile, mais les enfants se lassent à force de toujours manger la même chose. »

Participant A, PCMVS

STATISTIQUES

100 % des participants aux cours de cuisine du PDFT ont appris quelque chose

78 % des participants au PCMVS ont cuisiné un nouvel aliment

44 % des vendeurs ont offert des conseils sur la préparation des aliments

11 personnes ont assisté au dernier cours de cuisine du PCMVS

8 personnes, en moyenne, ont assisté à chaque cours de cuisine du PDFT

POSSIBILITÉS SOCIALES

TÉMOIGNAGES

« L'occasion de voir les gens rompre l'isolement social qui découle de la pauvreté a été la meilleure partie du programme selon moi. Il est merveilleux de voir tant de personnes qui prévoient aller au marché et profiter de la compagnie des autres. Je constate que cette expérience est positive non seulement pour la santé physique des gens en raison des aliments nutritifs, mais aussi pour leur santé mentale! L'inclusion sociale est bonne pour le moral! »

- **Organisation communautaire, PCMVS**

« Je rencontre des amis à Place-Kings à 6 h 30 pour aller au marché; c'est amusant. J'aime y aller tôt, car il y a moins de personnes. Je tombe parfois sur des amis ou des gens de ma ville natale que je vois rarement, c'est super. »

- **Participant A, PCMVS**

« Ce que j'ai le plus aimé, c'est la sortie et l'aspect social du marché : la possibilité de voir et de rencontrer de nouvelles personnes et les vendeurs. »

- **Participant B, PCMVS**

« La visite du marché est devenue une sortie hebdomadaire plaisante pour notre famille. »

- **Participant C, PCMVS**

« C'était vraiment bien. Mes enfants ont tous quitté le foyer et je suis seule. La visite au marché me donnait quelque chose à faire. »

- **Participant A, PDFT**

STATISTIQUES

89 % des participants ont fait une nouvelle connaissance

78 % des participants ont amené quelqu'un avec eux au marché

CONSULTATIONS SUR LA SANTÉ DU PCMVS

TÉMOIGNAGES

« Grâce aux coupons, il est plus facile pour moi d'acheter des aliments sains et de maintenir ma perte de poids. »

- **Participant A, PCMVS**

« Une expérience très positive. Il a été très enrichissant d'avoir accès à une personne bienveillante qui comprenait notre enthousiasme de recevoir les coupons. »

- **Participant B**

« Elle m'a aidé à comprendre quels aliments manger et en quelle quantité. »

- **Participant C, PCMVS**

DÉFIS

« J'ai recommencé à manger plus d'aliments en conserve, car je ne peux pas me permettre de les acheter frais. »

- **Participant D, PCMVS**

« Je m'étais fixé l'objectif de cesser de fumer; j'ai arrêté pendant 21 jours, mais je manquais de soutien des autres personnes dans ma vie. »

- **Participant E, PCMVS**

STATISTIQUES

100 % des participants ont signalé avoir vécu une expérience positive

96 % des participants ont assisté à une consultation sur la santé

78 % d'entre eux disent avoir atteint leur objectif de santé

TENDANCES DES DÉPENSES DES COUPONS DU PCMVS

FRUITS, LÉGUMES, ŒUFS ET PRODUITS LAITIERS

2 885 \$

VIANDE, VOLAILLE ET POISSON

825 \$

ALIMENTS PRÊTS À MANGER

430 \$

PAINS ET PÂTISSERIES

300 \$

AUTRES

95 \$

STATISTIQUES

80 % des coupons ont été utilisés

22 % des participants ont conservé des cartes-cadeaux pour plus tard

67 % des participants ont fait l'épicerie chaque semaine, tandis que 33 % d'entre eux ont magasiné à la quinzaine

SURMONTER LES OBSTACLES

PROGRAMME DES COUPONS DE MODE DE VIE SAIN

TRANSPORT

Le transport a été le plus important obstacle ayant empêché les gens de se rendre au marché chaque semaine. Des billets d'autobus pour un trajet aller-retour au marché ont été remis aux participants chaque semaine afin de surmonter cet obstacle. Certains organismes ont toutefois signalé que les gens se rendaient au marché à la quinzaine et conservaient les billets d'autobus additionnels en vue de se rendre chez le médecin ou ailleurs dans la ville. Une solution possible serait d'établir un réseau de conducteurs bénévoles qui comptent déjà se rendre au marché.

ENGAGEMENT À L'ÉGARD DU PROCESSUS

Un processus de sélection des organismes devrait être mis en œuvre dans les programmes futurs. Les marchés fermiers ne pouvaient pas vendre toutes les cartes-cadeaux à l'avance; de nouvelles cartes ne pouvaient donc être distribuées qu'une fois les cartes précédentes utilisées. Selon un organisme, cette situation a créé « beaucoup d'anxiété » chez les participants concernant la réception en temps opportun de leurs cartes-cadeaux et billets d'autobus. Le gestionnaire du marché fermier a signalé que le nombre de coupons utilisés était élevé certaines semaines, puis très faible pour d'autres. Il est possible que les organismes qui ne voient pas leur clientèle régulièrement aient distribué les coupons de façon sporadique. Un programme de financement conjoint selon lequel les organismes financeraient les cartes-cadeaux à raison de 50 % pourrait améliorer leur participation et encourager la remise régulière des coupons dans l'avenir.

VIABILITÉ

Le programme ne doit pas dépendre d'une seule source de financement, et il faudrait explorer les stratégies novatrices, par exemple un modèle de répartition des coûts entre les marchés fermiers, les organismes partenaires et les bailleurs de fonds.

SURMONTER LES OBSTACLES

PROGRAMME DES COUPONS DE MODE DE VIE SAIN

VALEUR EN ESPÈCES DES CARTES-CADEAUX

Les gestionnaires de marché ont mentionné la possibilité d'éliminer la valeur en espèces des cartes-cadeaux. Un organisme appuyait cette idée et a ajouté qu'« une participante a mentionné que les vendeurs lui offraient des espèces si son achat ne totalisait pas exactement 5 \$. Il pourrait s'agir d'un moyen détourné pour certaines personnes d'obtenir de l'argent plutôt que d'acheter de la nourriture. Des consultations avec les membres du personnel des marchés pourraient être utiles dans l'avenir, car ils pourraient parler aux vendeurs. » Un simple point au dos des cartes-cadeaux pourrait signaler de façon discrète aux vendeurs de ne pas remettre des espèces au client. Cette façon de procéder pourrait toutefois limiter les choix du client, par exemple s'il veut acheter un concombre d'un vendeur et une laitue romaine d'un autre.

CHOIX

Il est important que le processus visant à encourager les gens à acheter des aliments plus sains ne compromette pas leur capacité à choisir. Une participante a utilisé ses cartes-cadeaux pour acheter un collier libellule. Elle a ensuite économisé sa monnaie pendant les semaines suivantes afin d'acheter des aliments frais au marché et « compenser » son achat. Cette personne avait vendu tous ses bijoux au fil des années pour joindre les deux bouts, et le collier lui rappelait sa défunte meilleure amie. Il s'est agi de l'un des seuls achats non alimentaires, et il témoigne de l'importance de la dignité et de la fierté liée aux achats au marché.

CARACTÈRE SAISONNIER

Les participants ont atteint leurs objectifs de santé tout au long du programme, mais beaucoup d'entre eux ne pourront pas maintenir ces changements en raison de leur revenu limité. Un programme offert toute l'année pourrait donner lieu à des résultats sur la santé améliorés et à des changements permanents.

SURMONTER LES OBSTACLES

PROGRAMME DE COUPONS DE MODE DE VIE SAIN

SÉLECTION DES PARTENAIRES

La sélection des partenaires est un élément crucial du projet. Le Centre d'alimentation communautaire Peter McKee convenait au PDFT puisque sa clientèle correspondait au public cible, mais il ne disposait pas d'un temps suffisant pour s'engager à faire la promotion du projet et à offrir un soutien suffisant aux participants au moyen de consultations régulières. La nomination d'un coordonnateur de programme désigné pourrait régler ce problème. Le Farmers' Truck a aussi mis fin à son service de marché fermier mobile avant la fin du programme afin de lancer son magasin en ligne. Même si les participants pouvaient continuer à acheter des aliments jusqu'à la fin du programme à l'aide du service en ligne avec livraison à domicile, il n'a pas été possible de communiquer avec certains d'entre eux pour les informer du changement.

TRANSPORT

Le transport a été le plus important obstacle à la participation. Il n'a pas été pris en compte dans la conception du programme puisqu'on a présumé que si les gens se rendaient au centre d'alimentation, ils pourraient se rendre au Farmers' Truck. Beaucoup des personnes admises au programme ne visitaient toutefois pas le centre chaque semaine et n'avaient pas les moyens de prendre un autobus ou un taxi pour aller chercher leur carte-cadeau ou des aliments locaux.

SÉLECTION DES PARTICIPANTS

Il faut investir du temps pendant les étapes initiales du programme afin de sélectionner les bonnes personnes. Les critères de sélection ne doivent pas exclure des groupes démographiques, par exemple les jeunes ou les hommes célibataires. Les participants doivent être prêts à se rendre au marché et à utiliser leurs coupons régulièrement. De plus, les organismes doivent cerner les obstacles comme le transport pendant la planification initiale afin de soutenir la pleine participation des personnes choisies.

APERÇU

SATISFACTION DU PARTICIPANT

100 % des participants ont apprécié le programme et y participeraient de nouveau. « J'ai vraiment aimé le programme. J'ai pu sortir de la maison et aller au marché. »

SATISFACTION CONCERNANT L'ORGANISATION

100 % des organismes partenaires participeraient de nouveau. « La supervision du projet a exigé très peu de temps. Les sourires de nos membres qui ont pu y participer ont justifié tout effort exigé de ma part ».

CONCLUSION

POINTS À RETENIR POUR L'AVENIR

Dans l'ensemble, ces programmes ont atteint leurs trois objectifs : accroître l'accès aux aliments nutritifs, soutenir les producteurs locaux et améliorer les connaissances alimentaires.

Ces programmes ont permis aux gens d'avoir accès à des aliments locaux frais, tout en soutenant les producteurs locaux. Le résultat imprévu, soit l'augmentation du capital social par les nouveaux liens forgés et les sorties au marché, a peut-être été tout aussi important que les résultats liés à la nutrition. En fait, il a peut-être aidé les participants à atteindre leurs objectifs de santé grâce au soutien accru.

Les participants du PCMVS ont dit avoir vécu une expérience très positive avec la conseillère en santé, et les consultations finales pourraient être prises en compte dans les programmes futurs. D'autres cours de cuisine d'aliments saisonniers pourraient aussi être offerts comme complément aux cartes-cadeaux afin de montrer aux gens comment préserver les aliments pendant l'hiver. Ces cours ont été un volet important et très réussi du PDFT.

Les liens personnels entre les participants et l'organisateur du programme ou l'organisme partenaire semblent être cruciaux en vue de la participation. De tels programmes de coupons d'accès aux marchés fermiers recèlent un énorme potentiel en vue de rendre les aliments locaux plus accessibles à toute la population.

