

**LA RELATION A LA GRATUITE DES PERSONNES EN SITUATION D'INSECURITE ALIMENTAIRE –  
ETHNOGRAPHIE D'UNE EPICERIE SOLIDAIRE DANS UN QUARTIER POPULAIRE.**

**Laure Sugier**

VALLOREM (E.A. 6296), IUT de l'Indre, Université d'Orléans  
laure.sugier@univ-orleans.fr

Résumé :

---

Résumé : Au pays de Rabelais dont l'idéal de vie se résumait à « Vivre en paix, joie, santé, faisant toujours grande chère », le nombre d'individus ayant recours aux dispositifs d'aide alimentaire a augmenté de près d'un million de personnes entre 2013 et 2018. Les épiceries sociales et solidaires, sont, dans le paysage des acteurs de ces aides d'urgence, les seuls dispositifs où l'accès aux denrées est payant. A travers une immersion de plus de deux ans au sein d'une épicerie solidaire d'un quartier populaire de la région Centre Val de Loire, cette recherche vise à interroger la relation au don et à la gratuité des personnes en situation de pauvreté, bénéficiant de ces aides. Les résultats mettent en lumière, d'un côté une résistance au don, et de l'autre une difficulté de s'émanciper du modèle de don-contre don de la part des bénéficiaires-bénévoles de cette structure.

---

Mots-clés : insécurité alimentaire ; aide alimentaire ; gratuité ; épicerie sociale et solidaire ; ethnographie.

---

Abstract:

---

In the country of Rabelais, the number of people turning to food assistance structures have increased of nearly one million between 2013 and 2018. Social groceries are, among the actors of food assistance, the only structures where the recipients need to pay to get access to the food products. After a more than two years immersion within a social grocery in a popular district, this research aims at showing a resistance to the gift economy among the recipients-volunteers, who also find difficult to escape totally from the gift-giving model.

---

Keywords: Food insecurity ; food assistance ; gratuity ; social grocery ; ethnography.

---

-----  
Sugier L (2020) La relation à la gratuité des personnes en situation d'insécurité alimentaire – Ethnographie d'une épicerie solidaire dans un quartier populaire. . Actes du 7<sup>ème</sup> Colloque Prix & Valeur, Tours.

## **Introduction**

Le don a longtemps été étudié dans le contexte des sociétés archaïques. Puis le courant des sociologues anti-utilitaristes l'ont remis au goût du jour dans nos sociétés modernes à travers la revue du MAUSS (Mouvement anti-utilitariste en sciences sociales), en le considérant comme une alternative au marché et à l'économie libérale. Dans cette conception, le don n'a pas uniquement une valeur monétaire, mais également une valeur d'usage et aussi de lien social (Godbout et Caillé, 2007).

Dans la perspective économique, le don gracieux, n'existe pas. Ici la gratuité s'inscrit d'office dans une perspective marchande et c'est l'absence de valeur monétaire, de prix, qui la caractérise. Cette perspective rejoint la perspective anthropologique de Mauss (1924) qui considère le don comme un « fait social total », qui se décompose autour du processus donner- recevoir-rendre, et qui implique une dimension de réciprocité, voire de redevabilité, entre le donneur et le receveur (Bergadaa, 2006).

En marketing, la représentation du don gracieux ou de la gratuité, ont fait l'objet de peu de travaux (Legall-Ely et al, 2008 et 2013), et ces recherches ont avant tout investigué la gratuité dans un contexte culturel. Si dans les travaux de Legall-Ely et al (2008 et 2013), la gratuité a un prix, car elle présente des coûts monétaires et non monétaires, et qu'elle affiche des effets positifs sur la visite des musées et des monuments, ces travaux ne mentionnent pas clairement s'ils interrogent la représentation de la gratuité parmi les individus en situation de précarité. Ceux de Urbain et al (2015), sur un nouveau modèle de don, l'Abonnement Culturel Solidaire (ACS), viennent interroger l'accès à la culture des personnes en situation de pauvreté, mais peu sur leur relation à la gratuité et toujours dans un contexte culturel. Ainsi la relation à la gratuité fait encore débat en particulier chez les personnes en situation de pauvreté. Cette recherche vise à interroger cette relation parmi cette catégorie de personnes, et dans le contexte des dispositifs d'aide alimentaire.

Le choix pour certaines de ces personnes d'accéder à un dispositif d'aide alimentaire par l'intermédiaire d'une épicerie sociale solidaire, dont l'offre est payante, peut révéler une certaine forme de résistance à la gratuité en vue de conserver sa dignité. Au-delà de cette participation financière, nous verrons que la plupart des bénéficiaires se sentent également investis d'une mission de bénévolat au sein de l'épicerie enquêtée. Cette posture vient à nouveau interroger les travaux sur le don et la dimension émancipatrice du marché (Marcoux, 2009). Elle vient également porter un nouvel éclairage sur la figure hybride du receveur-donateur, peu identifiée parmi les classes populaires, et permet de porter un nouveau regard sur les personnes en situation de pauvreté dans notre société. Enfin, cette recherche pose la question plus générale et d'actualité de la sécurité alimentaire pour tous, dans un contexte de relocalisation de notre alimentation au travers des circuits courts.

Ainsi, dans une première partie, nous précisons le contexte de l'insécurité alimentaire et des dispositifs d'aide alimentaire en France. Dans une seconde partie nous présenterons le cadre académique, le contexte socio-culturel et la démarche ethnographique adoptée pour collecter et analyser les données de cette recherche. Enfin nous interpréterons les résultats au regard des travaux antérieurs sur le don et la gratuité.

### **1. Les dispositifs d'aide alimentaire en France pour faire face à l'insécurité alimentaire**

Dans un pays dont le repas gastronomique a été inscrit au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco, le phénomène d'insécurité alimentaire pourrait paraître paradoxal. Or ce

phénomène est bien réel. Si ce dysfonctionnement a d'ailleurs été particulièrement mis en lumière à l'occasion de la crise sanitaire liée à la Covid 19, car la question de notre sécurité alimentaire est devenue cruciale, cette situation est le quotidien de nombreuses personnes en situation de précarité financière et matérielle. L'insécurité alimentaire est un phénomène difficile à mesurer car c'est une notion subjective qui repose sur les déclarations des individus. La FAO (*Food and Agriculture Organization*) la définit comme « l'impossibilité ou la peur de ne pas avoir accès à tout moment à une alimentation suffisante, saine et nutritive ». Un autre chiffre est peut-être plus révélateur de cette inégalité sociale. Selon Paturel (2018), le nombre de personnes ayant recours à l'aide alimentaire en France est passé de 3,9 millions de personnes en 2013, à 4,8 millions d'individus en 2018, malgré le fait que la lutte contre la précarité alimentaire qui « vise à favoriser l'accès à une alimentation sûre, diversifiée, de bonne qualité et en quantité suffisante aux personnes en situation de vulnérabilité économique ou sociale », soit inscrite au code de l'action sociale et des familles<sup>1</sup>. A l'augmentation du nombre des individus ayant recours à ces aides, s'ajoute une diversification des profils. Autrefois réservés aux personnes en situation de grande exclusion, désormais, les familles monoparentales, les retraités, les travailleurs pauvres, les étudiants, les migrants peuvent avoir recours, ponctuellement ou dans la durée, à ces dispositifs.

Les secours alimentaires pour les plus démunis existent depuis l'antiquité. Alain Clément (2001), repère sept étapes dans l'histoire de ces aides qui sont portées, selon les époques, par les citoyens les plus aisés de la société, les monastères chrétiens, les Etats, les institutions privées ou encore les associations. Aujourd'hui, trois grands acteurs associatifs dominent le « marché » de l'aide alimentaire : le secours populaire, les Restos du cœur, et la banque alimentaire, qui approvisionne plus de 5000 associations et organismes sociaux, dont la plupart des épiceries sociales et solidaires (Retière et Le Crom, 2018).

Selon le Ministère des Solidarités et de la Santé, il existe aujourd'hui environ 1000 épiceries sociales et solidaires en France qui présentent deux particularités. La première particularité à souligner est que l'épicerie sociale et solidaire est le seul dispositif d'aide alimentaire payant. Ainsi les clients bénéficiaires achètent les marchandises à hauteur de 10 à 30% de leur valeur marchande. L'autre particularité par rapport aux Restos du cœur par exemple, c'est que les clients bénéficiaires sont, dans de nombreux cas, également bénévoles de la structure, selon le rapport ASDO (2017)<sup>2</sup>, qui souligne le panorama hétérogène des épiceries sociales et solidaires en France, en raison de leur ancrage territorial. Ces deux caractéristiques, que l'on retrouve au sein de l'épicerie solidaire Envol étudiée dans cette recherche, interrogent sur le rapport à la gratuité, pour ces clients bénéficiaires-bénévoles en situation d'insécurité alimentaire.

## **2. Contexte et démarche méthodologique de la recherche**

### *Un projet de recherche régional en Sciences Humaines et Sociales*

Cette communication s'inscrit dans un projet de recherche régional plus large, ENGAGIR, qui vise à saisir et comprendre le pouvoir d'agir des classes populaires, souvent pensées sous l'angle du désengagement politique (Béroud *et ali*, 2016). Entre 2017 et 2020, des chercheur.es de diverses disciplines (anthropologues, chercheuse en sciences de gestion, politologues, sociologues), des universités d'Orléans et de Tours, ont mené l'enquête au sein d'une dizaine de centres sociaux de la région Centre Val de Loire, ces équipements socioculturels étant souvent installés au cœur des quartiers populaires, et pour beaucoup

<sup>1</sup><https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006074069&idArticle=LEGIARTI000037550332>

<sup>2</sup>[https://solidarites-ante.gouv.fr/IMG/pdf/etude\\_epiceries\\_sociales\\_solidaires\\_v1\\_rapport\\_final\\_juillet\\_2017.pdf](https://solidarites-ante.gouv.fr/IMG/pdf/etude_epiceries_sociales_solidaires_v1_rapport_final_juillet_2017.pdf)

portent un projet d'*empowerment* des habitants. Dans l'Indre deux chercheuses (l'une sociologue et l'autre, l'auteure, chercheuse en sciences de gestion) ont investigué deux centres sociaux, dont un situé dans un quartier classé prioritaire par la politique de la ville<sup>3</sup>, à Châteauroux. La démarche ethnographique mobilisée dans cette recherche a amené l'auteure à s'intéresser à une structure un peu en marge du centre social, l'épicerie solidaire<sup>4</sup> du quartier populaire enquêté.

*Le quartier comme « terrain de jeu » et une immersion par touches régulières au sein de l'épicerie solidaire Envol*

L'épicerie solidaire Envol, est créée en 2012, à l'initiative de six habitantes d'un quartier populaire de Châteauroux. Ces « *mères aux frigos vides* », au hasard des discussions à la sortie de l'école, font le même constat : leurs difficultés à nourrir leur famille. Accompagnées par la référente famille du centre social du quartier, elles affichent dès le départ du projet leur volonté d'indépendance vis-à-vis des élus et des collectivités et choisissent donc le statut associatif. Plusieurs avaient déjà bénéficié des aides des Restos du cœur, et regrettaient le manque de discrétion, « *où tu fais la queue devant tout le monde* », qui portait atteinte à leur dignité, et ne se sentaient pas à l'aise avec le principe de gratuité prôné par cet acteur associatif. Aussi, elles revendiquent, dès la création de l'association, deux principes de fonctionnement : le principe d'un accès payant aux denrées pour maintenir, selon elles, la dignité des bénéficiaires, et le principe de discrétion en choisissant un local aux vitres opacifiées et un peu à la périphérie des immeubles du quartier, où les clients bénéficiaires arrivent selon un ordre de passage, sur rendez-vous pour éviter l'attente et la queue. Ces fondatrices, aujourd'hui encore membre du conseil d'administration de l'association, « nourrissent » en 2019 une quarantaine de foyers, soit une petite centaine de personnes sur le quartier (qui compte 1600 habitants), dont la moitié sont des familles monoparentales. Avec un fournisseur exclusif qu'est la banque alimentaire, Envol vend les marchandises à hauteur de 10% de leur valeur marchande. Les clients bénéficiaires sont sélectionnés sur conditions de ressources, au regard du seuil de pauvreté, qui varie entre 867€ et 1041€ pour une personne seule, (en fonction du seuil de pauvreté adopté), selon l'observatoire des inégalités, et du reste à vivre qu'ils déclarent auprès de la référente famille du centre social et d'une des fondatrices de l'association qui instruisent les dossiers. La Banque alimentaire livre la marchandise les mardis après-midi et la distribution a lieu les mercredis matin, à partir des commandes passées par les clients bénéficiaires la semaine précédente. En termes de ressources, l'association reçoit une subvention annuelle du centre communal d'action sociale (CCAS) d'environ 500€ et s'autofinance par des actions du type « repas sur place ou à emporter », et des activités de traiteur pour des événements locaux. L'association peut compter sur l'implication régulière d'une dizaine de bénévoles et l'ensemble des adhérents bénéficiaires peut être amené ponctuellement à s'impliquer bénévolement pour l'association lors de « La ramasse » ou des actions d'autofinancement.

*La démarche ethnographique pour recueillir et analyser les données*

---

<sup>3</sup> Les quartiers prioritaires de la politique de la ville sont des territoires d'intervention du ministère de la Ville, définis par la loi de programmation pour la ville et la cohésion urbaine du 21 février 2014. Leur liste et leurs contours ont été élaborés par le Commissariat général à l'égalité des territoires. En métropole, en Martinique et à la Réunion, ils ont été identifiés selon un critère unique, celui du revenu par habitants (source : Insee, 2019)

<sup>4</sup> Une épicerie solidaire fait partie de la famille des épiceries sociales et solidaires. Selon le Ministère des Solidarités et de la Santé, ainsi que des deux grands réseaux fédérateurs de ces structures, l'ANDES (l'Association Nationale Des Epiceries Solidaires) et la FFBA (Fédération Française des Banques Alimentaires), une épicerie sociale est généralement rattachée à une collectivité (CCAS ou CIAS), alors qu'une épicerie solidaire choisit le statut associatif. Même si dans la réalité cette distinction n'est pas stabilisée, nous choisissons le terme d'épicerie solidaire pour l'épicerie Envol car c'est une association et, suite à des discussions informelles, il semblerait que ce soit le terme retenu par les fondatrices

Ce terrain a démarré début 2018, par la rencontre de la référente famille du centre social. Nous avons mené des entretiens avec les fondatrices bénéficiaires-bénévoles de l'association, une dizaine d'observations participantes au sein de l'épicerie (bénévolat lors du déchargement du camion de la banque alimentaire, distribution), pris des notes suite à de nombreuses discussions informelles à l'épicerie, lors d'événements et d'activités au centre social et/ou dans le quartier. La collecte de données a été complétée entre septembre 2019 et janvier 2020 par trois étudiantes<sup>5</sup> de la licence professionnelle Gestion des Organisations de l'Economie Sociale et Solidaire (IUT de l'Indre), dans le cadre de leur projet tutoré, visant à étudier la faisabilité d'une nouvelle activité pour l'association. Les étudiantes ont interviewé les responsables des quatre autres épiceries sociales et solidaires du territoire castelroussin et sept clients bénéficiaires d'Envol. Elles se sont par ailleurs immergées dans le terrain à travers une trentaine d'heures chacune d'observation participante (bénévolat au sein de l'association). Les nombreux échanges que nous avons eus avec les étudiantes, dont une, est adhérente bénéficiaire d'une des épiceries sociales et solidaires de Châteauroux (autre que Envol), ont également contribué à enrichir les analyses des données.

### 3. Résultats et discussion.

#### *Deux modalités de résistance à la gratuité pour conserver sa dignité*

La première modalité pour résister à la gratuité est le choix de devenir bénéficiaire d'une épicerie sociale et solidaire, dispositif payant. En effet, comme nous l'avons souligné plus haut la particularité de l'aide alimentaire dans les épiceries sociales et solidaires est d'être payante. Cette condition incontournable pour les fondatrices bénéficiaires-bénévoles d'Envol permet, selon elles et selon d'autres bénéficiaires rencontrés, de « *nourrir dans la dignité* ». Toutes revendiquent cette résistance au « tout gratuit », prôné dans d'autres dispositifs d'aide alimentaire. La trésorière de l'association considère à ce titre les bénéficiaires comme des clients, « *d'abord, les bénéficiaires sont aussi des clients de l'épicerie, ils paient leurs achats* ». Le fait de payer pour accéder à des denrées alimentaires permet également aux personnes concernées de moins ressentir l'injonction à la justification. Dans cette logique, grâce à son statut indépendant, l'association peut se permettre une certaine souplesse dans l'acceptation des adhérents bénéficiaires. « *C'est du déclaratif. Donc je leur dis : c'est pas forcément la peine de m'amener les justificatifs et tout ça. Moi, je veux pas voir les relevés de banque. D'où je vais voir les relevés de banque ? Donc souvent, les gens ont leur smartphone, ils me disent : le loyer, c'est tant...* » explique la référente famille, ancienne assistante sociale, avec une expérience terrain d'une vingtaine d'années dans le quartier. Cette personne ressource pour l'association souhaite éviter aux adhérents bénéficiaires de devoir se justifier en permanence. Ainsi, lorsqu'elle instruit les dossiers de demande d'aide avec une des fondatrices bénévoles d'Envol, elles font le choix de prendre également en compte le budget tabac dans les dépenses des ménages, car elles savent par expérience vécue ou par expérience professionnelle que ce budget est incontournable pour certaines personnes.

Même si Caillé et Chanial (2010), considèrent que la gratuité élève la dignité de l'homme, dans notre recherche, au contraire, pour les personnes en situation de pauvreté, bénéficiant du dispositif d'aide alimentaire de l'épicerie solidaire du quartier, elle est synonyme de perte de dignité et de disqualification sociale (Paugam, 2006). Ainsi, cette inscription dans la dimension marchande de l'aide alimentaire, fait écho à la vertu libératoire du marché ; à la thèse que payer une valeur marchande permet, en contre partie d'échapper à

---

<sup>5</sup> Elise Marcadon, Marie Merveille et Zina Zaroilli

l'obligation de réciprocité (Marcoux, 2009), et, dans le cas des adhérents bénéficiaires d'Envol, d'échapper à la justification normative de l'administration. Ce choix de l'économie marchande plutôt que de celle du don, évite ainsi aux adhérents bénéficiaires de subir le côté sombre du don de certains donateurs (privés ou institutionnels), qui peuvent adopter une posture de surplomb, voire de supériorité (Le Gall-Ely, 2013). Les travaux sur la gratuité de Le Gall-Ely *et al* (2008, 2013) avaient mis en lumière une conception divergente de la gratuité, entre ceux qui prônent le « tout gratuit » et ceux qui prônent une participation minimum dans le cas des musées et des monuments. Les personnes en situation précaires rencontrées à l'épicerie Envol adoptent dans leur majorité cette seconde conception, malgré leurs difficultés matérielles.

La seconde modalité de résistance au don alimentaire, est l'engagement bénévole, le don gracieux de temps. En effet nous avons pu observer que la plupart deviennent bénévoles à partir du moment où ils deviennent adhérent bénéficiaire. Même si les modalités en termes d'implications diffèrent, selon que la personne est membre du conseil d'administration de l'association, appartenant ainsi au noyau dur des bénévoles, ou bénévole sur des opérations ponctuelles, la majorité des bénéficiaires interrogés développent un sentiment oblatif à l'égard de l'épicerie solidaire. Dans le règlement de l'association, il n'y a pourtant aucune obligation à donner du temps bénévolement à l'épicerie quand on en est bénéficiaire. Cependant dans les entretiens, les personnes semblent vouloir « *aider les gens comme on m'a aidée* » (une adhérente bénéficiaire bénévole). On peut noter une sorte d'injonction implicite qui amène même les plus éloigné.es de l'association à participer à « la ramasse », organisée dans les grandes surfaces une fois par an, ou encore en préparant un gâteau pour les actions d'autofinancement. Cette posture fait écho aux théories pionnières sur le don, qui soutiennent que le don gracieux, le don sans réciprocité n'existe pas. Ainsi il semblerait que ces bénévoles-bénéficiaires éprouvent des difficultés à s'émanciper totalement du modèle de don-contre-don, théorisé par Mauss (1924), qui en tant que « fait social total », inscrivait la pratique du don dans un système de relations sociales.

En effet, si on peut noter une certaine contrainte pour certain.es, beaucoup se nourrissent néanmoins de cette expérience de bénévolat, de ce don de temps. « *C'est-à-dire qu'on donne, mais on reçoit aussi.* » précise Micheline, un temps bénéficiaire de l'épicerie solidaire et depuis, bénévole ponctuelle, ou encore Léonore « *parce que quand je donnais un coup de main à l'Envol, c'était vraiment un coup de main ...je venais un mercredi de temps en temps, les aider, ou un mardi. Et je me suis rendue compte que ça pouvait nous enrichir, ça. Et ça pouvait être source de richesses en tout cas. Et c'est là.... C'est là où c'est intéressant de pouvoir rencontrer des gens différents, variés* ». Pour certaines des fondatrices de l'association, ce don de temps leur apporte également une reconnaissance dans le quartier « *c'est la dame de l'épicerie* » (une fondatrice), qui contribue à renforcer l'estime de soi. Ces témoignages corroborent les travaux de Sherry (1983) en marketing sur le don de cadeaux, qui postulent que les motivations des donateurs varient sur un pôle entre des motivations altruistes, où le donateur tente de maximiser le plaisir du receveur, et des motivations agonistiques où le donateur tente de maximiser sa satisfaction personnelle.

*Le statut hybride de receveur-donateur, un nouvel éclairage sur les individus en situation de pauvreté.*

Comme dans de nombreuses épiceries sociales et solidaires, les clients bénéficiaires de l'épicerie Envol présentent un double statut, celui de bénéficiaire-bénévole ou encore, pour faire écho aux travaux sur le don en marketing, de receveur-donateur. Le Gall-Ely (2013) dans ses voies de recherche souligne cette nouvelle figure hybride du donateur-receveur à travers le système rhizomatique de la communauté Napster (Giesler 2006). Cette recherche vient éclairer ce nouveau profil, hors réalité virtuelle, et parmi une population en situation de

précarité matérielle et financière, rarement considérée sous l'angle de l'engagement et du bénévolat.

Si les personnes en situation de pauvreté ont récemment fait l'objet d'une attention de la part des chercheurs en marketing (Gorge et Ozçaglar-Toulouse, 2013 ; Gorge *et al.*, 2015 ; Delacroix et Gorge 2017), la thématique de l'insécurité alimentaire souvent liée à la pauvreté (Legros, 1997), et sur le terrain des épiceries sociales et solidaires en particulier, a été peu approfondie. Par ailleurs, ces travaux renseignent encore peu sur les formes de résistance de ces populations précaires aux dispositifs de gratuité. Cette recherche permet d'apporter un nouvel éclairage sur les individus en situation de pauvreté, dont le regard souvent compassionnel porté par nos sociétés, les associe à un système d'assistantat (Urbain et al, 2015).

Nous pouvons également souligner la dimension de proximité dans la solidarité des receveurs-donateurs, en précarité financière, rencontrés dans le cadre cette enquête. De récents travaux mettent en lumière cette solidarité d'entre-soi, de proximité, parmi les milieux populaires (Misset et Siblot, 2019). Ainsi cette solidarité à l'échelle du quartier observée sur ce terrain vient nuancer les travaux sur le don dans le champ du « Charity business », qui considèrent que les associations sont des intermédiaires pour le don anonyme, permettant de s'émanciper d'une certaine contrainte de réciprocité envers les proches (Bergadàa, 2006).

*Nourrir ! Mais nourrir sainement, à quel prix ?*

Malgré l'effort financier et le don de temps consentis pour maintenir leur dignité, beaucoup d'adhérents bénéficiaires de l'épicerie solidaire Envol se plaignent de la mauvaise qualité des denrées alimentaires. Selon l'une des fondatrices, « *les familles ne demandent pas autant de bonbons et de choses sucrées... il y a déjà plein de diabète et de cholestérol* ». Ici la relation gratuité-qualité est à nouveau interrogée même si l'épicerie Envol n'adhère pas au « tout gratuit ». La qualité jugée médiocre de cette offre alimentaire, pour une tarification moindre et s'adressant à un public en difficultés financières, vient ici conforter la thèse de Gorn, Tse et Weinberg (1990, voir Le Gall-Ely, 2013), qui postule à un impact négatif de la gratuité sur la qualité perçue. Il semblerait qu'ici les faits confirment cette perception. La qualité détériorée de l'offre alimentaire est également constatée par la majorité des responsables des autres épiceries sociales et solidaires de Châteauroux. Les notes d'observations prises lors des jours de livraison de la marchandise, ainsi que les photos en annexe 2, soutiennent également cette réalité. On peut y observer une quantité disproportionnée de produits sucrés.

Quand les pouvoirs publics s'appuient sur des études scientifiques pour confirmer le lien entre une alimentation saine et une bonne santé, on peut s'interroger sur la volonté des pouvoirs publics à tendre vers un modèle de démocratie alimentaire (Paturel, 2018). A l'heure de la croissance des circuits courts, ou, quand le modèle alimentaire français valorise les plaisirs de la table (Fischler et Masson, 2008), il semblerait que, paradoxalement, nourrir les personnes dans l'insécurité alimentaire génère des inégalités sociales.

#### **4. Apports, limites et voies de recherche**

Du point de vue théorique, cette recherche a permis d'enrichir la compréhension des représentations de la gratuité parmi une population en situation de précarité financière, matérielle et alimentaire. Cet article a permis de revenir sur l'idée que la gratuité, n'est pas toujours la solution retenue et acceptable pour les bénéficiaires de l'aide alimentaire. Cependant le refus du « tout gratuit », et la participation financière des bénéficiaires-bénévoles ne semblent pas gommer complètement le sentiment d'obligation de réciprocité, ni les inégalités sociales liées à l'accès à une alimentation de bonne qualité. Du point de vue de

la thématique, l'insécurité alimentaire et le terrain des épiceries sociales et solidaires en particulier, permettent de contribuer aux travaux récemment entrepris sur les populations en situation de pauvreté en France par les chercheurs en marketing. Enfin, du point de vue opérationnel, dans une recherche sur les pauvres, qui s'inscrit dans la perspective de la *Transformative Consumer Research* (Gorge et Ozçaglar-Toulouse, 2013), des pistes d'amélioration de l'offre alimentaire au sein des structures d'aide, mériteraient d'être développées, notamment celles en lien avec les circuits courts (Paturel et Carimentrand, 2018).

Nous souhaiterions souligner à ce niveau les limites de ce travail. Nous avons présenté ici les premières analyses des données à la sortie du terrain. Des analyses plus approfondies par une meilleure appropriation des données et une mise en perspective avec une littérature plus diversifiée amélioreraient grandement cette contribution.

En futures voies de recherche, il serait intéressant d'explorer plus en profondeur, les motivations et les freins face à la gratuité des dispositifs d'aide alimentaire au regard des profils et des parcours de vie des bénévoles-bénéficiaires des épiceries sociales et solidaires. Il pourrait également être instructif de comparer ces positionnements avec d'autres bénévoles de structures qui opèrent différemment, comme par exemple les bénévoles des Restos du cœur, qui revendiquent la gratuité de leurs prestations.

### Références bibliographiques

- Bergadaà M. (2006), Le don d'objets : dimensions centrales et profils des donateurs aux œuvres de bienfaisance, *Recherche et Applications en Marketing*, 21 (1) : 19-39.
- Bérout S, Bouffartigue P, Eckert H, et Merklen D (2016) *En quête des classes populaires. Essai politique*. Paris : La Dispute.
- Brunet F, Kertudo P, Badia B, Carrera A et Tith F (2015) Inégalités sociales et alimentation. Besoins et attentes des personnes en situation d'insécurité alimentaire, *Notes et études socio-économiques, Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt*, 39 (avril): 31-56.
- Caillé A et Chanial P (2010), Présentation, *Revue du MAUSS*, 1 (35) : 5-44.
- Clément A (2001) De l'évergétisme antique aux restos du cœur, État et Associations dans l'histoire du secours alimentaire, *RECMA*, 279 (I) : 26-43.
- Delacroix E et Gorge H (2017) (coord.) *Marketing et pauvreté. Etre pauvre dans la société de consommation*. Caen, Editions EMS, Management & Société.
- Fischler C et Masson E (2008) *Manger. Français, Européens et Américains face à l'alimentation*. Paris : Odile Jacob.
- Giesler M (2006) Consumer gift system. *Journal of Consumer Research* 33(2): 283–290.
- Godbout J.-T. et Caillé A. (2007), *L'esprit du don*, Paris, La Découverte
- Gorge H, Özçaglar-Toulouse N, Toussaint S (2015) Bien-être et well-being dans la consommation : une analyse comparative, *Recherche et Applications en Marketing*, 30 (2) : 104-123.
- Gorge H et Ozçaglar-Toulouse N (2013) Expériences de consommation des individus pauvres en France : apports du Bas de la Pyramide et de la Transformative Consumer Research, *Décisions Marketing*, 72 (Octobre-Décembre) :139-156.
- Le Gall-Ely M, Urbain C, Gombault A, Bourgeon D, Petr C (2007) Une étude exploratoire des représentations de la gratuité et de ses effets sur le comportement des publics des musées et des monuments, *Recherche et Applications Marketing*, 22 (2) : 23-38.



- Le Gall-Ely, Marine, et al. (2008), La gratuité : un prix !, *Revue française de gestion*, 186 (6) : 35-51.
- Le Gall-Ely M (2013) Le don dans la recherche en comportement du consommateur et marketing, *Recherche et Applications en Marketing*, 28 (4) : 47-71.
- Legros M (1997) *Donner à manger aux pauvres. L'aide alimentaire, d'une pauvreté à l'autre*. Paris : CREDOC.
- Marcoux J.S (2009) Escaping the Gift Economy, *Journal of Consumer Research*, 36 (December): 671-85.
- Mauss M (1923-1924) *Essai sur le don. Formes et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Misset S et Siblot Y (2019), « Donner de son temps » pour ne pas être des « assistés ». Bénévolat associatif et rapports à la politique au sein de ménages stables des classes populaires, *Presses Universitaires de France*, coll. « Sociologie », 10 : 73-89.
- Paturel D (2018) Faut-il continuer à nourrir les pauvres : L'accès à une alimentation de qualité comme enjeu démocratique pour le travail social, *Le sociographe*, 62(2) : 13-22.
- Paturel D et Carimentrand A (2018) Un modèle associatif de circuits courts de proximité pour les épiceries sociales et solidaires : vers une démocratie alimentaire ? *Revue de l'organisation responsable*, 13(1) : 43-54.
- Paugam S. (2006), *La disqualification sociale – Essai sur la nouvelle pauvreté*, Paris : PUF.
- Retière J.N et Le Crom J.P (2018) *Une solidarité en miettes. Socio-histoire de l'aide alimentaire des années 1930 à nos jours*. Rennes : Presses Universitaires.
- Sherry J.F. (1983), Gift-Giving in Anthropological Perspective, *Journal of Consumer Research*, 10 (2) : 157-168.
- Urbain et al (2015), L'accès à la culture des personnes en situation de pauvreté : expérimentation d'un nouveau modèle de don, l'Abonnement Culturel Solidaire, *Journées de recherche sur le don, la gratuité et la valeur*, Tours, Décembre

**Annexe 1 – Protocole de recueil des données de janvier 2018 à février 2020**

<b>Dispositifs de collecte de données</b>	<b>Estimations du temps et données recueillies</b>	<b>Personne ayant collecté les données</b>
<b>Les entretiens en face à face</b>		
Les six femmes fondatrices bénévoles	Témoignages	La chercheuse et les étudiantes
Sept bénéficiaires-bénévoles du quartier	Témoignages	La chercheuse et les étudiantes
La référente famille du centre social	2h30	Les 2 chercheuses <sup>6</sup>
Quatre responsables d'épicerie sociale et solidaire à Châteauroux	Témoignages	Une étudiante
<b>Les observations</b>		
<b>Les observations participantes en lien direct avec l'épicerie :</b> décharge du camion et rangement des marchandises, distribution, visite de la banque alimentaire de Châteauroux, visite d'une épicerie sociale et solidaire à St-Pierre-des-Corps (37)	9 séances d'observation, soit une trentaine d'heures	La chercheuse
	Une trentaine d'heures de bénévolat/étudiante	Les étudiantes
<b>Observations participantes et non participantes dans le quartier :</b> les événements, les réunions (au centre social, conseil grand quartier, conseil citoyen, etc.), les ateliers cuisine au centre social, les rencontres impromptues (dans le quartier et hors quartier)	Environ 60 heures. Discussions informelles et notes d'observation.	Les 2 chercheuses

<sup>6</sup> Anne Labit, sociologue, est la seconde chercheuse du projet ENGAGIR sur le territoire de l'Indre. Elle s'est particulièrement intéressée aux salariés des centres sociaux et a entre autre interviewé la référente famille du centre social du quartier enquêté. Elle a également contribué à recueillir des données à travers des observations participantes au sein du centre social.

**Annexe 2 – Photographies de l'offre de denrées alimentaires reçues par l'épicerie Envol le 14 mai 2019**

