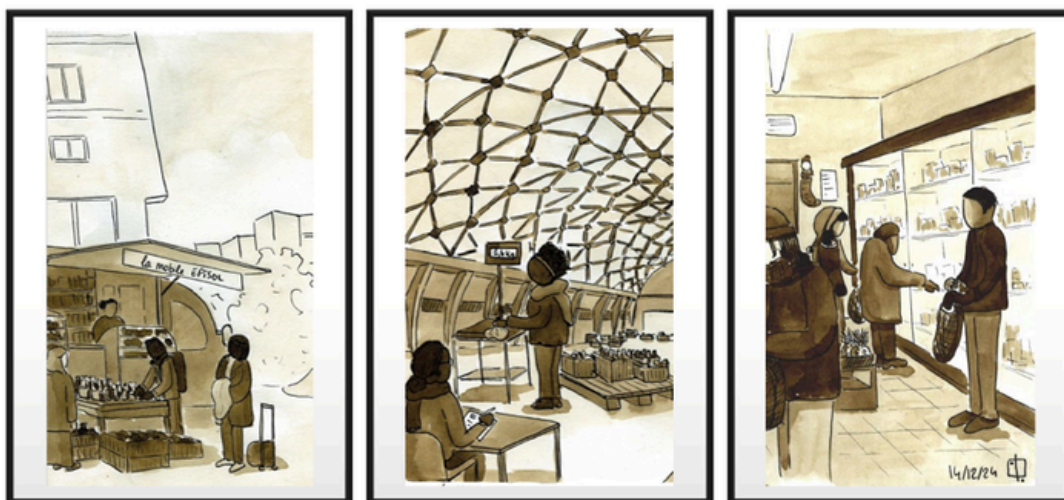




2025



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025



episol@episol.fr

**45 RUE GÉNÉRAL FERRIÉ
38 100 GRENOBLE**

AVEC LE SOUTIEN DE SES MEMBRES FONDATEURS



Diaconat Protestant
Association d'entraide de l'Église protestante unie de Grenoble



ET DE SES PARTENAIRES EN 2025



Direction départementale de l'emploi, du travail et des solidarités



SOMMAIRE

- 1** L'activité en 2025
- 2** La "communauté" Episol
- 3** Le magasin
- 4** La mobile
- 5** Les paniers solidaires
- 6** L'animation sociale de proximité
- 7** L'insertion
- 8** L'antigaspi
- 9** Les ateliers sociolinguistiques (ASL)
- 10** Le centre ressources
- 11** Rapport financier
- 12** Les riches perspectives d'Episol

LE MOT DE LA PRÉSIDENTE

10 ans Déjà !



juin 2015. Le magasin ouvre ses portes.

Un souvenir « flash ». Des présentoirs peu garnis, des armoires réfrigérées à moitié vides. La responsable du magasin avec une salariée en insertion et deux bénévoles qui attendent...des clients adhérents. Ceux-ci seront rapidement de plus en plus nombreux et les approvisionnements plus conséquents.

Très vite aussi Episol se diversifie pour toucher de nouveaux publics grâce aux paniers solidaires, à La Mobile, au tri au MIN..

Après 4 années d'existence, EPISOL souhaite faire un point d'étape et réfléchir à son avenir. Plusieurs journées d'accompagnement par un consultant extérieure permettent de :

- Reprendre le projet associatif ;
- Définir une stratégie en intégrant l'analyse des activités existantes et l'environnement extérieur ;
- Identifier plusieurs scénarios de prospective.



septembre 2019 : une étape décisive.

Le CA exceptionnel opte pour :

La poursuite du développement des activités et la fin du partenariat avec La Remise en reprenant l'activité commerciale et le chantier d'insertion.

Chaque année, le rapport d'activité témoigne de l'ampleur de l'essor et du rayonnement sur le territoire.



mai 2025. Journée festive avec les adhérents :

Pour célébrer cette aventure qui perdure et faire connaître l'histoire, le parcours, les défis et les enjeux futurs.



Une opportunité à saisir ?

En 2025 Episol se trouve de nouveau à un moment crucial de choix stratégique.

La dynamique très forte de La Mobile sur l'ensemble de ses sites et les sollicitations des municipalités peuvent inciter à créer une deuxième Mobile. La surface de vente trop restreinte du magasin et surtout le manque d'un vrai espace d'animation poussent à rechercher de locaux plus spacieux.

Ces projets de développement suscitent de fortes réticences et une réelle appréhension dans l'équipe salariée

Pour alléger ces alarmes / craintes et avancer dans la réflexion, il est convenu de :

- Suivre la formation au changement d'échelle proposée par l'association Ronalpia Grenoble,
- Prévoir un séminaire gouvernance/ salariés le 29 septembre suivi le 17 octobre par un CA avec les membres fondateurs

Une nouvelle inattendue bouscule le programme établi.

Le gérant du bar / tabac jouxtant le magasin, dépose son bilan. Les enchères publiques ne trouvent pas de repreneur pour le fonds de commerce et surtout les propriétaires des murs changent de posture et deviennent vendeurs.

Les locaux sont visités le 2 septembre 2025 par Julie Baume Gualino et Catherine Labrunie.



8 septembre 2025 : CA exceptionnel.

Les locaux et les transformations à prévoir sont présentés ainsi que l'estimation du coût du projet (achat plus travaux et suppléments de charges)

Le CA valide à l'unanimité l'acquisition du local du bar / tabac Le Relax, situé au 47 Rue Général Ferrié.

11 avril 2026 : Assemblée Générale.

Un atelier interactif sur l'avancée des travaux et l'aménagement de l'ensemble des locaux conclura les nombreuses rencontres et interviews dédiés à ce sujet.

La convivialité d'un anniversaire, la satisfaction d'une acquisition enfin réalisée ne doivent pas éclipser le travail de fond mené par ailleurs.





juin 2025 : Le CA valide à l'unanimité la nouvelle VMVAP = **V**ision / **M**issions / **V**aleurs / **A**mbition / **P**ositionnement telle qu'elle est formulée ci-dessous.

Vision

Participer à la construction d'une société inclusive où chacun, indépendamment de ses ressources, a accès à une alimentation qu'il choisit et de qualité, tout en renforçant le lien social et en soutenant l'économie locale.

Missions

- Proposer des produits alimentaires diversifiés à des prix modulés selon les revenus ;
- Soutenir la filière alimentaire locale, privilégier les circuits courts et l'agriculture bio ;
- Encourager la mixité sociale et favoriser le bien-vivre ensemble ;
- Accompagner l'insertion socio-professionnelle de façon personnalisée ;
- Lutter contre le gaspillage alimentaire

Valeurs

- Solidarité : Favoriser l'entraide et le soutien mutuel ;
- Respect de l'environnement ;
- Partage et convivialité ;
- Participation : Impliquer activement les adhérents dans les activités et le fonctionnement ;
- Engagement : Ancrer une action sociétale forte sur le territoire ;
- Dignité : Respecter chaque individu, ses choix et besoins.

La question d'une hiérarchisation des valeurs a été évoquée sans être reprise.

Ambition

Étendre ses actions pour toucher un plus grand nombre de bénéficiaires, renforcer son impact social et environnemental, participer au développement des épiceries solidaires.

Positionnement

EPISOL se positionne comme une épicerie solidaire de proximité ouverte à tous, combinant accessibilité, qualité des produits, engagement écologique et insertion professionnelle, tout en favorisant la participation active de ses membres et le bien-vivre ensemble.





17 octobre 2025, point de réflexion RGPD par le CA :

Règlement Général de Protection des Données : il vise à assurer la protection des individus contre une utilisation abusive, voire frauduleuse, des données personnelles.

- Il recense l'ensemble des règles précises qui s'imposent à une structure lorsqu'elle traite de données personnelles
- Il précise les droits accordés aux individus dont on collecte les données : droit à la transparence (ils doivent être informés de ce que l'on va faire de leur données et droit d'accéder à leurs données et d'intervenir sur leur utilisation).

Actuellement la démarche s'appuie sur la responsabilisation des acteurs. Les entreprises doivent se conformer aux règles du RGPD. La CNIL exerce des contrôles et sanctionne en cas de non-conformité. La CNIL est le gendarme du RGPD.

Situation d'EPISOL au regard du RGPD

L'analyse débutée en juin est toujours en cours. Le répertoire des traitements se termine.

Les points positifs

- des traitements bien identifiés : objectifs clairs.
- des données justifiées : pas de collecte « abusive ».
- une information sur la collecte des données et le droit d'accès sur ces données globalement achevée.
- les points d'amélioration
- la durée de conservation : beaucoup de données anciennes doivent être supprimées.
- la sécurisation des documents contenant des informations personnelles.

Les points d'amélioration

- la durée de conservation : beaucoup de données anciennes doivent être supprimées.
- la sécurisation des documents contenant des informations personnelles.

Mise en œuvre de la conformité RGPD.

Une fois l'analyse de conformité effectuée, mise en œuvre des mesures répertoriées

Actions déjà entreprises :

- Suppression de fichiers anciens, tri et destruction de documents papier
- Accès aux bulletins de salaires par application sur le smartphone
- Fermeture à clé de placards « sensibles ».
- Achat d'un boîtier avec code pour ranger les clés.

Par la suite :

- Tenue d'une revue annuelle des traitements.
- Élaboration d'une charte informatique.

Positionnement d'Episol dans l'interpellation des partis politiques et la réponse à leurs sollicitations.

Episol est une association militante dont la mission est de lutter contre la précarité alimentaire, grâce à son fonctionnement propre et des actions de plaidoyer.

Cependant, Episol se doit de respecter le vote de ses adhérents, donc de conserver une totale neutralité politique.

Sa mission dépasse tous les clivages politiques et s'adresse à la conscience citoyenne de tous.

Le sujet du positionnement a donné lieu à un débat du Conseil d'administration.

Des convictions divergentes se sont exprimées librement dans une ambiance d'écoute respectueuses. Ces échanges qui n'ont pas abouti à un vote, méritent d'être poursuivis.

La proposition d'un transfert de décision aux réseaux sur les relations avec les politiques, semble rencontrer un écho favorable.

Projet photo de l' Union nationale des Groupements des Épiceries Sociales et Solidaires

Projet national dont EPISOL a été lauréate en 2025, avec trois autres épiceries.

Un groupe de stagiaires accompagné par un photographe du Grand Collectif a documenté les injustices alimentaires tout au long de l'automne.

Ce projet est porté dans le cadre du plaidoyer national de l'UGESS, en vue notamment de l'interpellation des élus avant les échéances électorales.

Après quelques inaugurations plus confidentielles pendant lesquelles les stagiaires se sont « fait la main », une inauguration plus politique a été réalisée fin janvier à la **Maison de la Vie Associative et Citoyenne** de Grenoble.

“

Pouvons-nous-faire un rêve ?

Que la force des témoignages portée par un écho régional et national de plus en plus puissant, conduise l'Etat à une mesure forte, un projet de loi ?

Catherine Labrunie, Présidente

”



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2025 UNE ANNEE TOURNANT - RETOUR SUR 10 ANS D'EXISTENCE

Episol est aujourd'hui une structure exemplaire.

Notre association, après 10 ans d'existence, rassemble en 2025 **22 salariés**, plus d'une **centaine de bénévoles** et répond à de nombreuses missions.

Son projet est fortement ancré sur le territoire grenoblois, et son modèle économique est hybride et solide, grâce à son activité et à la diversité de ses financements.

Episol porte un projet à multiples ramifications qui regroupe tous les aspects de la **solidarité alimentaire** : accessibilité financière grâce à la tarification différenciée, soutien aux transformations du système agricole par des achats responsables, sensibilisation sur les enjeux de santé et de pratiques sur l'alimentation, mixité sociale et participation pour faire remonter la voix de tous les publics, participation à des expérimentations de terrain telles que la Sécurité sociale de l'Alimentation (SSA), projets d'accessibilité à l'alimentation en proximité, aspect environnemental avec le dispositif antigaspi et les mobilités douces, accompagnement vers l'emploi des salariés et bénévoles qui en sont éloignés par le chantier d'insertion et les ateliers sociolinguistiques, lien aux entreprises locales souhaitant s'engager via le chantier d'insertion, l'antigaspi et le financement privé...

En complément de son magasin à Capuche, EPISOL dessert en 2025 **17 sites chaque semaine** via les paniers et la Mobile. Ainsi, ce sont **plusieurs milliers de bénéficiaires**, souvent isolés, qui ont fréquenté nos dispositifs.

Par l'intermédiaire de son ACI (Atelier Chantier d'Insertion), EPISOL accompagne depuis 2021 des personnes éloignées de l'emploi, de tous profils et parcours, faisant face à de nombreuses difficultés. Dans le cadre du bénévolat (6 ETP en 2025), dont environ 50 membres sont nécessaires chaque semaine au fonctionnement de l'association, EPISOL dispose d'un fort levier de participation de publics de tous profils (jeunes en réflexion, salariés en projet de reconversion, jeunes retraités, migrants...).

Enfin, EPISOL est une structure profondément ancrée sur son territoire et les différents partenariats qu'elle y a noués sont essentiels à son action.

Fortement portée par les collectivités territoriales, EPISOL est également **tête de réseau de CALISOLI** (Collectif des Acteurs de l'ALimentation SOLidaire en Isère) depuis 2022 et coordonne à ce titre un réseau d'une vingtaine d'acteurs très variés.

Pour accompagner au mieux les publics, EPISOL est également en lien avec de nombreux **réseaux et collectivités** (CCAS, Communes, SLS, TI38, FAS...).

S'imposant aujourd'hui comme une actrice centrale de l'alimentation et des solidarités sur l'agglomération grenobloise, et l'une des plus anciennes épiceries solidaires de France, EPISOL est régulièrement sollicitée par des porteurs de projet souhaitant créer un dispositif similaire à ceux que nous portons. Nous transmettons donc notre expérience mais aussi notre vision stratégique de la solidarité alimentaire.



DES ENJEUX TOUJOURS MAJEURS

Tout au long de l'année 2025, EPISOL s'est donné les moyens de répondre aux multiples **enjeux du territoire** : précarité alimentaire, accessibilité alimentaire (zones blanches), isolement, démocratie alimentaire, lien entre acteurs...

En 2025, la **précarité alimentaire à Grenoble** reste un phénomène important et en progression, marqué par une augmentation du nombre de bénéficiaires des dispositifs d'aide alimentaire et une forte présence de la précarité étudiante.

Dans la métropole de Grenoble :

- ≈ 60 000 personnes vivent sous le seuil de pauvreté,
- 14,2 % des ménages sont considérés comme « pauvres ».
- 11 000 personnes aidées chaque semaine à Grenoble (estim° 2022) via les associations et dispositifs solidaires.

A cela s'ajoutent 10 000 étudiants en situation de précarité dans la métropole grenobloise selon la Banque alimentaire.

En termes d'isolement :

Environ 50 % des ménages à Grenoble sont composés d'une seule personne.

Cela représente plus de 40 000 personnes vivant seules dans la commune.

Ce chiffre est nettement supérieur à la moyenne nationale (37 %).

Zones blanches :

Certaines études urbaines et travaux universitaires montrent que plusieurs quartiers ont très peu de commerces alimentaires comparé au centre-ville, principalement à la Villeneuve ou au Village Olympique où l'offre de commerces alimentaires très faible et où il existe une forte dépendance aux grandes surfaces périphériques et/ou aux déplacements en transport.

Ces questions de précarité et d'accessibilité alimentaires sont donc des enjeux majeurs de notre écosystème grenoblois.

EPISOL a consolidé ses dispositifs, au magasin, comme à la Mobile et sur les paniers, qui font toute la preuve de leur pertinence pour apporter une réponse aux besoins.

En 2025, portée par la Stratégie alimentaire de la Ville de Grenoble, EPISOL a activement participé à des réflexions et projets plus larges sur ces sujets, notamment avec la mise en place de la Sécurité Sociale Alimentaire (la DALLE) dont elle est membre du comité de pilotage.

Dans une volonté continue d'adaptation, EPISOL poursuit ses objectifs, s'engageant toujours plus dans ses missions.



EPISOL 2.0

Après 10 ans de développement, EPISOL atteint donc aujourd'hui l'âge de la maturité. Son modèle, ses partenariats, sa place dans l'action des collectivités territoriales, ont renforcé son fonctionnement, rendant possible la réponse aux besoins toujours croissants.

Cependant, en 2025, les conditions dans lesquelles EPISOL exerce son activité ne sont plus satisfaisantes ni en adéquation avec la réalité opérationnelle.

EPISOL est arrivée en limite de capacités logistiques, elle manque d'espaces dédiés pour les salariés, pour l'accueil de ses adhérents, et de moyens pour porter son axe d'animation sociale de proximité à la hauteur de ses ambitions. Les locaux du magasin, véritable cœur de l'activité à EPISOL, ne sont plus adaptés à l'importance de l'activité, et leur configuration ne permettait pas jusqu'ici de proposer l'accueil qui devrait être celui d'une épicerie solidaire.

Pour ces différentes raisons, la réflexion sur de **nouveaux locaux** a été posée dès 2024. L'opportunité idéale s'est présentée quelques mois plus tard avec l'achat du bar-tabac attenant et nous avons pu démarrer un plan de travaux ambitieux et enthousiasmant pour tous les acteurs qui gravitent autour d'EPISOL. Les travaux (gros œuvre) ont démarré en février 2026, en parallèle aux chantiers participatifs (vidage, démontage/remontage des meubles/peintures...).

Ce projet d'extension nous permettra de trouver des réponses :

- **logistiques** : le décroisement des espaces de travail et le percement de murs porteurs optimiseront les espaces de travail, de tri et de livraison
- pour la **Qualité de Vie au Travail** avec la création d'une salle de pause en retrait de l'activité, et un espace cuisine dédié
- pour l'**accueil des publics** : les épiceries solidaires portent dans leur ADN une dimension d'accueil qui les différencie des commerces traditionnels, la convivialité favorisant la mixité et le bien-vivre ensemble ; l'extension permettra de créer un espace convivial ouvert, circulant avec le magasin, en lien avec les habitants et les adhérents
- pour notre mission d'**animation sociale de proximité** : au centre du projet associatif, l'animation sociale est transversale à EPISOL, se déployant en proximité via ses dispositifs ; le nouvel espace associatif nous permettra de proposer des ateliers, temps d'échanges et de partage, et de développer nos partenariats en termes d'animation
- pour notre mission de **plaidoyer et de centre ressources** : le nouvel espace offrira un lieu de discussions avec nos publics pour porter la voix de la précarité et des différents enjeux autour de l'alimentation, d'accueillir des porteurs de projet ou des structures partenaires pour proposer rencontres et partages d'expérience



1

L'ACTIVITÉ EN 2025

NOTRE FONCTIONNEMENT : UNE ÉPICERIE ET BIEN PLUS ENCORE

Pour rappel, ce qui fait la particularité d'EPISOL, c'est la **mixité et la solidarité de ses dispositifs** : les personnes sont accueillies quelles que soient leurs ressources ou leurs communes, comme dans un magasin classique.

Tout client peut venir à l'épicerie et n'est pas forcé d'adhérer à l'association. Des tarifs modulés en fonction des revenus sont appliqués dans une optique de solidarité ; pour en bénéficier, il faut adhérer à l'association. L'adhésion est matérialisée par une carte avec un code barre qui est remise lors du paiement de la cotisation minimale fixée à 5 € par année (mise en place d'une adhésion libre fin 2022). La tarification différenciée proposée par EPISOL permet ainsi d'accroître conséquemment le pouvoir d'achat alimentaire, tout en proposant un service commercial classique, sans aucune stigmatisation, ni prescription préalable par un travailleur social et travail sur le reste à vivre. En ceci, EPISOL se différencie fondamentalement des épicerie sociales classiques.

Plus largement, les multiples axes du projet associatif d'EPISOL montrent, année après année, leur pleine complémentarité et leur complète pertinence : accessibilité et solidarité alimentaire, transition alimentaire juste et durable, anti-gaspillage alimentaire, insertion socioprofessionnelle, animation sociale de proximité, bien-vivre ensemble, coopération et ancrage de territoire... sont autant de pierres à l'édifice d'EPISOL, qui fin 2025 se lance dans une nouvelle phase de son développement.

PANORAMA

En 2025, EPISOL a poursuivi la consolidation de ses équipes et de ses activités.



L'épicerie solidaire située rue du Général Ferrié à Grenoble, magasin de proximité ouvert 49 semaines dans l'année du mardi au samedi.

La Mobile, épicerie solidaire et ambulante **9 sites** (hebdo) de Grenoble et de l'agglomération



Les Paniers solidaires de légumes locaux et bio **8 sites** (hebdo) de la ville de Grenoble

Un Atelier Chantier d'Insertion accompagnant 10 personnes vers l'emploi de droit commun pour **7,13ETP**



L'Antigaspi regroupant de nombreux partenaires **94T** de produits collectés dont les 2/3 en fruits et légumes

Une animation sociale favorisant la cohésion sociale en mixité **80 événements** tout au long de l'année.



Un centre ressources pour le partage d'expérience et les coopérations- Coordination du **réseau CALISOLI**

2

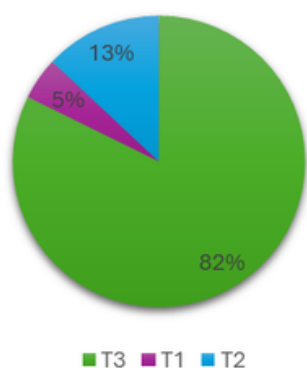
LA « COMMUNAUTE » EPISOL

LES ADHERENTS

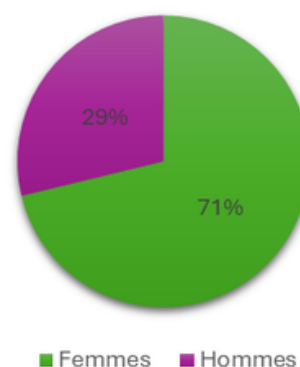
En 2025, 1794 foyers ont été adhérents de l'association et 1936 bénéficiaires pour un total de 3730 personnes touchées par nos dispositifs.

En termes de profil adhérent, les grandes tendances des années précédentes se maintiennent : très importante majorité d'adhérents en Tranche 3, forte représentation des femmes et des Grenoblois.

Adhérents - Tranches

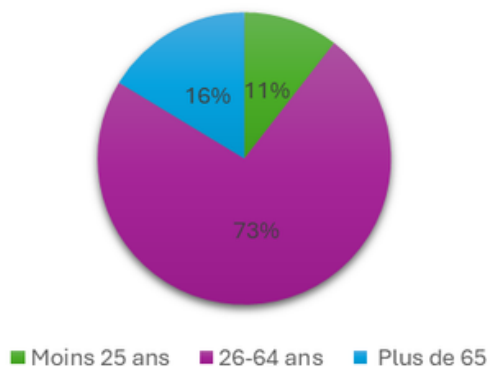


Adhérents - Sexe

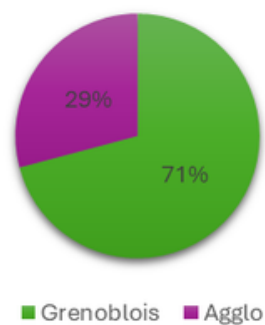


Parmi les adhérents d'EPISOL, 20% résident en **quartier prioritaire**, un chiffre significatif. De même, la part représentée par les **personnes âgées** et les **étudiants** reste significative.

Adhérents - Age

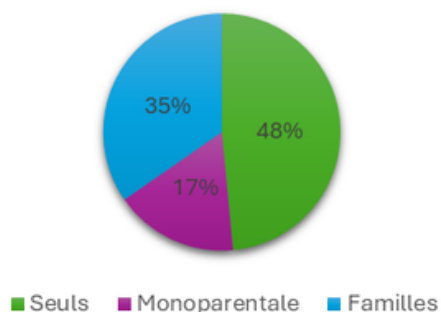


Adhérents - Lieu d'habitation

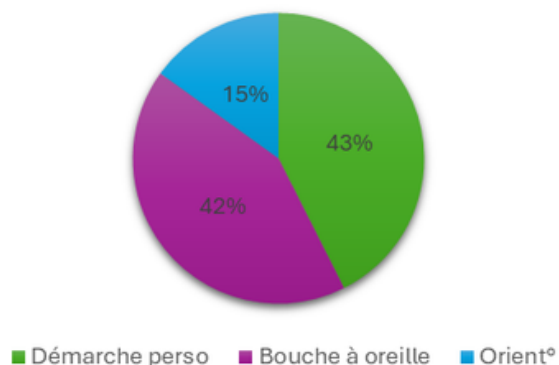


Il faut également souligner qu'EPISOL touche en priorité des **personnes isolées**, ces chiffres traduisant la réalité quotidienne des personnes rencontrées sur les différents dispositifs.

Adhérents - Situation familiale



Origine adhésions



Enfin, on remarque que les personnes qui arrivent à EPISOL ne sont qu'assez rarement orientées par différents prescripteurs, et que les nouvelles adhésions relèvent surtout de **démarches personnelles**.

L'EQUIPE SALARIEE

L'Equipe permanente :

L'une des principales forces d'EPISOL, c'est la **solidité de ses équipes et leur engagement** au quotidien. En 2025, l'association, consciente de l'importance de toujours renforcer et soutenir ses salariés, a poursuivi la démarche de consolidation entamée depuis 2023.

En février 2025 Isabelle Lauer a remplacé Sandie Bongiraud au poste de Chargée d'insertion professionnelle. Son temps de travail a été étendu progressivement à 0,8 ETP.



L'équipe du magasin, renforcée depuis la mi-2024 par un poste d'adjoint aux responsables, a vu partir Florent Périllat pour accueillir **Ibrahim Mahaman**, en sortie du chantier d'insertion.

Son poste sera pérennisé en CDI en juin 2026.

Dans une volonté de renforcer le poste de direction sur la recherche de financements privés, **Victor Martin-Bellanger**, responsable des paniers, a été nommé en complément de son poste chargé de mission sur ce volet à compter de septembre 2025.

Des **services civiques**, dont la présence reste essentielle, ont renforcé l'équipe tout au long de l'année sur les paniers, le magasin, la Mobile : Tomas, Elodie, Sophie, Clément et Giovana.

Enfin, les salariés permanents ont réalisé des formations adaptées à leurs besoins de professionnalisation : Encadrant Technique d'Insertion, HACCP, Premiers secours en santé mentale, animation ASL, numérique...

Equipe ACI :

En 2025, Episol a également poursuivi la structuration du Chantier d'Insertion et stabilisé les effectifs à 10 postes d'assistants de vente en Contrats à Durée Déterminée d'Insertion pour 7,13 ETP, avec 8 postes sur le Magasin et 2 postes sur la Mobile.

**EPISOL fin 2025, c'est donc :
22 salariés pour 17,19 ETP dont :**

- 10 CDI
- 10 CDDI (8 magasin/2 mobile)
- 1 CDD + 1 Adulte-relais
- + 3 Volontaires en service civique

LES BENEVOLES

Il faut le dire, en 10 ans le bénévolat a beaucoup évolué au sein d'EPISOL !

D'une association quasi exclusivement animée par des bénévoles à sa création, nous sommes passés à une structure associative avec une vingtaine de salariés, appuyés par plus d'une centaine de bénévoles, stagiaires, volontaires, etc.

Si l'association s'est donc clairement professionnalisée, **le bénévolat est resté une composante majeure et indispensable non seulement du projet associatif mais surtout du fonctionnement quotidien.**

En effet, chaque semaine ce sont près de cinquante bénévoles qui contribuent à rendre possible les nombreuses activités menées par l'association, via des missions très opérationnelles, l'accueil du public, le soutien administratif, la participation à des groupes de travail ou encore de bien d'autres façons, les « supers bénévoles » d'EPISOL, toutes ces personnes font vivre la solidarité.

- L'accueil au magasin
- Les collectes et le tri des invendus alimentaires de nos partenaires
- Les collectes directes dans les magasins partenaires
- Les collectes et le tri des fruits et légumes déclassés provenant du Marché d'Intérêt National
- L'animation d'ateliers ou d'événements
- Les récupérations de légumes en cargo-vélo auprès de maraichers partenaires
- L'administration de l'association
- Les temps de réflexion collective au travers des commissions et groupes de travail
- Les permanences adhésion
- L'accompagnement sociolinguistique pour les salariés du chantier d'insertion et les bénévoles
- Les coups de main fermeture/bricolage/vitrine/décoration du magasin...
- Le soutien à la communication
- Le soutien à l'amélioration de nos process
- Le soutien administratif temporaire ou régulier
- Les inventaires, etc.

Et cela se traduit par un chiffre impressionnant :



En 2025, ce sont 177 bénévoles qui sont comptabilisés, pour un total de 9651h, soit 6 ETP

A noter que parmi ces 9651h, 6025h concernent le soutien aux activités du magasin (soit **3.75 ETP**), ce qui représente une augmentation de 16.17% par rapport à 2024.

Augmentation qui peut s'expliquer notamment par le renforcement de l'activité collective avec les deux missions Banque Alimentaire de l'Isere et la mission traiteur du vendredi.

Coté fonctionnement, l'année 2025 a permis de stabiliser un schéma d'organisation efficace avec :

- Une porte d'entrée principale qui est la permanence bénévole du jeudi après-midi
- Un parcours de découverte (3 ou 4 missions test, un 2ème rdv bilan)
- Un partage d'information interne avec des fiches bénévoles et un trombinoscope
- Des outils d'organisation des missions avec un planning en magasin et des groupes de communication via une messagerie instantanée

Ce fonctionnement qui peut paraître très administratif (particulièrement au regard des premières années de l'association) est rendu nécessaire par la multiplication des missions et la quantité de bénévoles qui passent par EPISOL. Par ailleurs, il permet de réduire la dépendance de l'organisation du bénévolat à une personne (en l'occurrence salariée), avec une reprise facile par les collègues, voire un peu d'auto-organisation par les bénévoles.

Pour rappel, une très **grande majorité des bénévoles** de l'association sont **impliqués de manière flexible**, c'est-à-dire qu'ils ou elles choisissent librement (via un planning) leurs missions.

Si ce fonctionnement est l'une des principales explications de l'attrait non démenti (voir accru) d'EPISOL, il constitue aussi un défi organisationnel.

En effet, la très grande variété de profils qui souhaitent faire du bénévolat à EPISOL ne permet pas d'imposer un engagement minimal (exception faite des missions telles que les commissions ou les cours de français), il faut donc s'adapter à des bénévoles qui, pour une grande partie, vont et viennent, sans certitude d'une poursuite de l'engagement.

Il en découle logiquement une difficulté à faire vivre une convivialité forte, bien que l'ambiance au quotidien soit reconnue par toutes et tous comme très agréable.



En 2026 un effort particulier sera mis sur la **consolidation des liens avec et entre les bénévoles**, afin de favoriser l'engagement long terme mais aussi afin de valoriser au mieux les talents de nos bénévoles. Cela peut passer par d'avantage de propositions de **convivialité**, des propositions de **formation** (internes ou externes) ainsi que simplement par un soin particulier mis dans l'entretien du lien avec les bénévoles.

A noter que nous avons essayé en 2025 de proposer des missions à distance (de type mécénat de compétence) afin de répondre à un besoin d'engagement sur des missions précises et techniques. Cependant le bilan est en demi-teinte, avec des difficultés de compréhension des réalités de l'association coté bénévoles, et un manque de temps disponible pour accompagner au mieux cette mission coté équipe salariée. Si le temps le permet en 2026 quelques missions de ce type seront peut-être repropoées, en étant retravaillées finement.

LES EVOLUTIONS DE LA VIE ASSOCIATIVE

Après avoir introduit en 2024 de nouveaux modes de fonctionnement pour ce qui est des permanences adhésions, nous avons voulu consolider le fonctionnement par rendez-vous de 20 mn. Bien que d'apparence davantage "bureaucratique", cette organisation permet d'avoir un véritable temps de qualité avec des personnes très diverses, aux situations parfois très complexes (précarité, niveau de langue, situation administrative, etc.). Et, dans le cas des réinscriptions, c'est également un temps précieux pour échanger et faire connaître aux personnes d'autres acteurs du quartier, d'autres dispositifs, ou simplement en apprendre plus sur leurs problématiques et attentes.

En moyenne ce sont 15 personnes par semaine qui sont accueillies lors de ces permanences, soit près de 700 personnes sur l'année, auxquelles il faut ajouter les personnes qui font leur adhésion via les dispositifs Mobile et Paniers Solidaires.

Nous avons également sanctuarisé deux temps par mois de **convivialité à destination des bénévoles et salariés**, avec un café partagé et un déjeuner partagé, ouverts à tous. Le lien social à EPISOL se tisse également à travers les bénévoles, une centaine, engagée dans les différents dispositifs.

La grande majorité des bénévoles à EPISOL étant sur un bénévolat flexible (sans engagement), il est compliqué de "faire équipe", c'est pourquoi nous tenons à ancrer des habitudes de convivialité pour permettre à celles et ceux qui le souhaitent d'avoir ces temps d'échange.



3

LE MAGASIN

ELEMENTS CHIFFRES

On observe en 2025 une importante fréquentation du magasin avec forte hausse des bénéficiaires recensés (+19%).

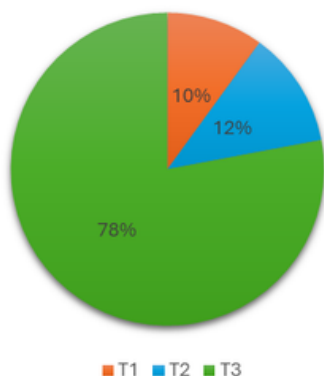
La précarité alimentaire toujours très importante : 94,5% de nos adhérents sont en tarification solidaire (QF<1000).

Quelques faits à souligner :

- Une forte attente pour les produits en hyper-accessibilité issus de l'antigaspi.
- Le maintien de l'activité au magasin avec un **nombre moyen de passages en caisse journalier à hauteur de 155.**

Le chiffre d'affaires du magasin s'élève en 2025 à 253 162€, en légère baisse par rapport à 2024, mais se maintenant dans des proportions satisfaisantes.

C.A. Magasin par tranches



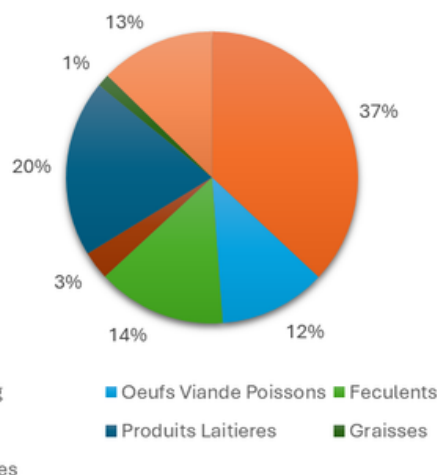
78% des ventes sont effectuées en Tranche 3 (QF<650€).
Le panier moyen reste faible, à hauteur de 7,13€.

Plus de 137 tonnes de produits ont approvisionné le magasin, répartis comme suit :

On remarque la place très importante des **fruits et légumes** dans le volume des produits distribués.

La place des **produits issus du don** au sens large (collectes du MIN, auprès des GMS, des cantines, collectes directes, etc.) reste très importante dans le chiffre d'affaires (33%).

Produits distribués



FAITS MAJEURS :

Expérimentation de la Sécurité Sociale Alimentaire (SSA) depuis le mois d'août 2025 :

Le magasin et la Mobile sont pré-conventionnés depuis cet été, ce qui a nécessité un gros travail d'adaptation de la part des équipes (nouvelles classification et identification des produits, nouveau mode de paiement, interface numérique client...). EPISOL est par ailleurs membre du Comité de pilotage depuis février 2025.

Le dispositif est pleinement opérationnel au magasin comme sur les dispositifs à l'été 2025, les ventes SSA montant doucement en puissance à partir de la fin de l'année.



Diversification des approvisionnements :

EPISOL poursuit la diversification de ses approvisionnements pour tenter de concilier qualité et accessibilité.

- Le renforcement des filières d'accessibilité issues de l'antigaspi, de la Banque Alimentaire et des enveloppes de l'État (CNES, MMPT, projets de Tiers-financement).
- De nouveaux fournisseurs qualitatifs : le Moulin de Chardeyre pour des produits secs locaux (farine, pâtes), la Bermotine pour des produits laitiers bio et locaux, la ferme de Rosière pour des légumes bio et locaux, etc.



Dès la fin de l'année 2025, EPISOL se met en lien avec le PAIT pour entrer en lien avec de nouveaux producteurs du territoire.

Au total en 2025, ce sont 3,5T de produits en circuit court achetés en direct par l'épicerie auprès de 25 producteurs locaux (FeL - Fromages - produits céréaliers - pain, etc.).

Côté aménagement du magasin

Ré-aménagement des rayons, circuit commercial en redéfinition :

- Chantier jeune à l'été 2025
- Agrandissement du rayonnage "Bonnes Affaires" (produits venant de fournisseurs solidaires et produits sous subvention)
- Mise en avant du rayon VRAC : + bio et écologique // - gestion des produits plus délicats
- Mise en avant des nouveaux produits en tête de gondole dans l'entrée du magasin et rayonnage pour les produits locaux
- Changement des désignations produits sur les étiquettes pour plus de lisibilité (notamment pour les produits labellisés SSA)

Communication :

- Aménagement d'un espace d'affichage visible et accessible et mise à disposition de supports de communication d'EPISOL et de ses partenaires
- Agrandissement et fin de l'aménagement de l'espace d'échange salariés (calendrier episolien, précommandes, boîte à ID, questionnaires...)

Vitrine : réflexion sur le contenu courant 2025 : présentation producteurs et de leur produits, mise en place finale en 2026

Projet d'agrandissement magasin :

- Projet de **2eme caisse** : ouverture temporaire, moins d'attente et circulation plus fluide dans le magasin
- Augmentation de la surface de rayonnage et embellissement des rayons

Vie du magasin

EPISOL étend ses partenariats avec de nombreux acteurs de terrain :

- Partenariat hebdomadaire avec le Habert et le Secours catholique pour les ingrédients de leurs ateliers cuisine
- La MDH Capuche et le service de santé de la VDG
- L'association AVIPAR
- L'association Un Cabas pour un Etudiant
- Approvisionnement des Défis Cuisine de GAM avec accompagnement des équipes en lice au magasin
- Partenariat avec l'ADATE, le SIAO, pour l'orientation des publics, etc.



LES PERSPECTIVES 2026

Dès le début de l'année 2026, le magasin se lance avec enthousiasme dans une nouvelle étape. Avec le **projet d'extension** et le démarrage des travaux en février, c'est toute l'organisation qui va être repensée et impactée.

Pour EPISOL, soutenue par la forte participation des équipes et des bénévoles, il s'agit de repenser l'ensemble de l'espace et, plus spécifiquement sur le volet opérationnel, de remettre à plat l'agencement des espaces de travail et de vente.

Cela implique des réflexions sur l'approvisionnement, les rayonnages, la présentation du magasin, mais aussi des adaptations importantes concernant l'accueil des adhérents.



4

LA MOBILE

Après un fort développement de l'ensemble des sites de la Mobile en 2024, le dispositif continue son ascension en 2025, même si les dynamiques peuvent varier d'un site à l'autre. Au regard de la forte sollicitation et du nombre d'adhérents, le plus souvent fidèles, de la Mobile, nos objectifs d'accessibilité alimentaire en proximité sont pleinement atteints.

La Mobile est en capacité de proposer plus de produits accessibles financièrement et en libre-service autour du camion (BAI + fournisseurs d'épicerie solidaire). La bonne participation des publics aux temps conviviaux est également un succès de la mission.

LA POURSUITE DE L'INTENSIFICATION : QUELQUES CHIFFRES - CLEFS

En 2024, la Mobile avait déjà fortement augmenté ses ventes (+23%) et cela continue en 2025 avec +17% de CA.

Le chiffre d'affaires de la Mobile sur 2025 est de **83 810€**, avec une **moyenne de 21 clients par session de vente**. Une fréquentation stabilisée sur l'ensemble des sites au regard de la limite de capacité de la Mobile (une seule caisse et un stockage de marchandises arrivé au maximum de sa capacité).

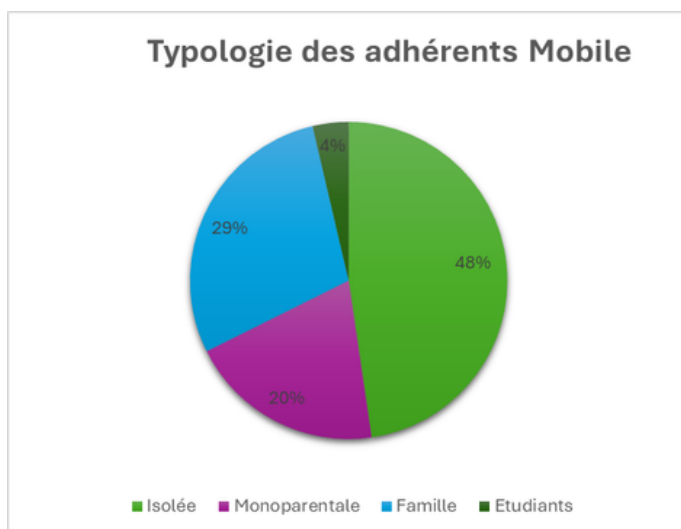
Un CA moyen par site et session de vente de 228 € en 2025 contre 206 € en 2024.



**Une hausse des adhérents sur tous les sites Mobile (hors Presqu'île).
En 2025 : 411 foyers ont été adhérents sur la Mobile et 383 bénéficiaires, à 96% en tarification solidaire, cad avec un QF<1000 dont 79% T3 (QF<650).**

Une majorité de personnes isolées quels que soit les sites, une occasion pour les adhérents de créer du lien social autour de la mobile

Bilan global de la Mobile

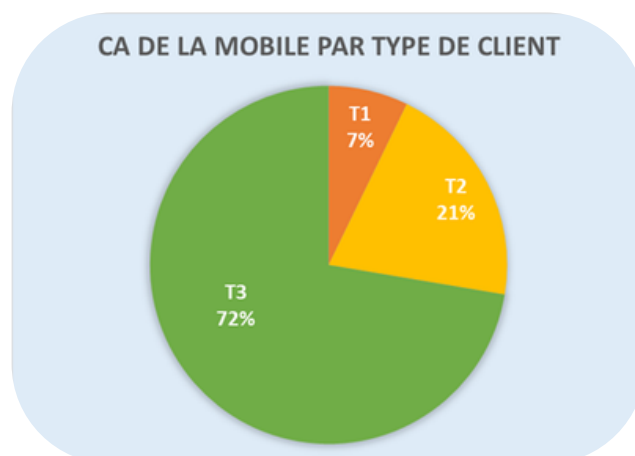
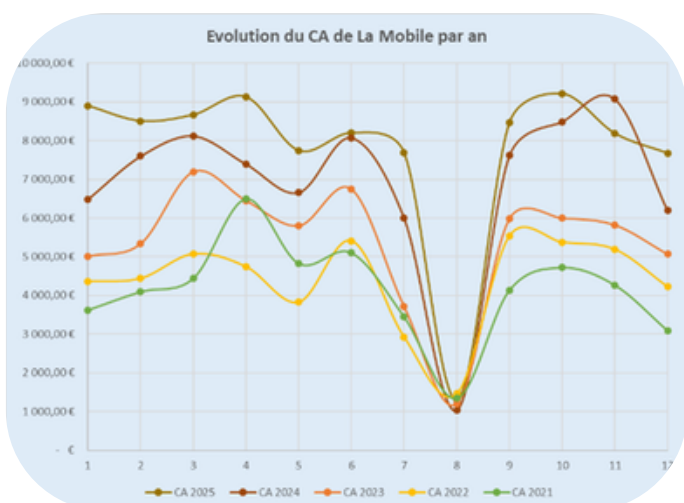


Fréquentation moyenne par site 2025 : 21
Fréquentation moyenne par site 2024 : 21
Fréquentation moyenne par site 2023 : 18
Fréquentation moyenne par site 2022 : 15
Fréquentation moyenne par site 2021 : 19

Nombre ½ journée de vente 2025 : 410
Nombre ½ journée de vente 2024 : 402
Nombre ½ journée de vente 2023 : 383
Nombre ½ journée de vente 2022 : 388
Nombre ½ journée de vente 2021 : 278

CA annuel (hors abondement) 2025 : 83 600 €
CA annuel (hors abondement) 2024 : 71 000 €
CA annuel (hors abondement) 2023 : 57 000 €
CA annuel (hors abondement) 2022 : 47 000 €
CA annuel (hors abondement) 2021 : 44 500 €

Panier moyen 2025 : 9,79 €
Panier moyen en 2024 : 8,71 €
Panier moyen en 2023 : 8 €
Panier moyen en 2022 : 7,80 €
Panier moyen en 2021 : 9,70 €



En 2025, 410 demi-journées de vente réalisées à la Mobile contre 402 en 2024 et 383 en 2023.

LES POINTS FORTS DE L'ANNEE 2025

La **procédure canicule** a dû être mise en place dès le mois de juin malgré les mesures prises : batterie auxiliaire pour la chaîne du froid, grille d'aération solaire pour ventiler l'habitable, ventilateur pour les salariés. La Mobile est largement impactée par les changements climatiques. Il est envisagé d'investir dans une clim portable.

En cours d'année, nous avons décidé avec la Ville de Grenoble d'un **changement de lieu pour le site Mobile de la Presqu'île** (initialement dans le parc Berty Albrecht et désormais devant l'école Simone Lagrange) pour plus de visibilité et dans l'objectif de redynamiser le site, sans grand succès.

Nous avons poursuivi les **immersions de plusieurs salariés en insertion** du magasin à la Mobile pour découvrir le dispositif et pour faire suite aux départs de plusieurs salariés ayant trouvé un emploi durable.

Enfin, nous avons **amélioré certaines procédures de travail** à la Mobile et la logistique, au regard de l'augmentation considérable des volumes de marchandises, notamment liée à la mise à disposition de produits en libre-service.



FOCUS SUR LES SITES

Des sites dynamiques et stables :

- **St Laurent** (+28% de CA et +2% d'adhérents), une majorité de personnes isolées pour qui La Mobile est le rendez-vous hebdomadaire incontournable. Une proximité avec la résidence autonomie qui prend tout son sens. Un site convivial et très peu dépendant de la collecte. Moins d'adhérents que sur d'autres sites mais ils font des achats conséquents.
- **SMH Romain Rolland** (+17% de CA et + 54% d'adhérents) atteint son rythme de croisière avec un CA et une fréquentation relativement stable. Le partenariat avec la Maison de Quartier, couplé au café des habitants, et la proposition régulières d'animations sont un réel soutien et s'avèrent précieux.
- **La Tronche** (+7% de CA et +25% d'adhérents) connaît une belle mixité générationnelle bien que celle-ci dépende énormément des périodes de vacances scolaires des étudiants.
- **Villeneuve** (+4% de CA et +16% d'adhérents) est un rendez-vous incontournable pour de nombreux adhérents. Depuis la fermeture des derniers commerces sur la place des Géants, la Mobile est « victime de son succès » avec des sessions de vente intenses, animées et pleines de convivialité.

Un site en amélioration mais encore trop fragile :

- **Mistral** (+31% de CA et 12% d'adhérents) avec une hausse de la fréquentation et du CA. La présence de l'adulte relais pour renforcer l'animation et la convivialité est une réelle plus-value. Belle mixité générationnelle. Site historique, dynamique fluctuante et impactée par les travaux sur le plateau ainsi que l'incendie de la bibliothèque qui a rendu impossible l'accès au plateau. Site fortement dépendant de la collecte. Davantage de fréquentation et de convivialité lorsque le café des habitants de la MDH Anatole France est associé. Objectif de renforcer le partenariat avec le Kaps et avec la médiathèque lorsque cela sera possible.

Des sites en légère baisse d'activité ou de fréquentations :

- **Seyssinet** un site agréable avec l'avantage de la proximité de l'Arche et une belle convivialité autour de la Mobile mais une petite baisse de la fréquentation malgré le nombre d'adhérents.
- **Pont De Claix** avec les habitués chaque semaine mais une baisse de la fréquentation et une difficulté à se renouveler.
- **SMH Henri Wallon** passé en QPV en janvier 2024, ce site bénéficie également de la présence de l'adulte relais mais sa fréquentation reste très irrégulière et est en baisse.

Un site qui peine à trouver ses clients :

Presqu'île, site ouvert en mai 2023 qui peine à trouver une régularité dans sa fréquentation malgré le changement d'emplacement en novembre 2024.

Dès la fin 2025, une réflexion est entamée avec la Ville de Grenoble pour rediriger la Mobile vers un site plus pertinent par rapport aux besoins des habitants, notamment sur la Villeneuve.



BILAN ANIMATIONS MOBILE 2025

Durant l'année 2025, Episol a continué ses animations notamment sur les sites Mobile en QPV avec la présence de l'adulte relais, personne dédiée à la médiation et l'animation sociale. Les animations ont pris plusieurs formes : d'un simple service de boissons chaudes en conversant avec les adhérents de la Mobile, à la proposition de petits jeux et/ou quizz autour de la thématique alimentation.

Au regard des conditions de vente à la Mobile, en extérieur donc tributaires de la météo, en station debout (malgré quelques sièges mis à disposition des adhérents), le format des animations se doit d'être court et facile à mettre en œuvre (activité manuelle non adaptée) pour toucher un maximum de personnes.

Ces animations ont une réelle plus-value pour les adhérents, elles permettent de renforcer la convivialité, de créer du lien, de susciter des échanges, de diminuer les tensions en début de session lorsqu'il y en a, d'apporter de la connaissance sur les thématiques alimentaires, de donner et de collecter des infos, de déconstruire des idées reçues et d'échanger sur les pratiques et envies de chacun.



LES PERSPECTIVES 2026

La Mobile a de réels enjeux d'**amélioration de ses outils et procédures de travail** pour soulager la charge opérationnelle des équipes (port de charges lourdes, gestes répétitifs).

Nous avons toujours la volonté de **rendre plus régulières les animations sur les sites** de vente, environ 1 fois par mois, mais elles sont fortement dépendantes de l'autonomie des Volontaires en Service Civique.

Nous avons obtenu fin 2025 le renouvellement du contrat d'adulte relais pour prendre la suite de la mission dans les quartiers prioritaires.

Nous travaillons au **maintien et renforcement de l'ancrage sur chacun des sites pour inscrire la Mobile dans le tissu local** : rencontres des acteurs, animations, information des habitants, partenariats avec les structures présentes.

Les enjeux de **communication et d'aller-vers** sont à réitérer régulièrement afin de maintenir la fréquentation sur chacun des sites et faire connaître notre dispositif.

Nous gardons également pour objectif de **développer la mixité au sein de nos adhérents**.

L'abandon du site Mobile Presqu'île pour une **2ème session hebdomadaire sur le secteur de la Villeneuve** est programmé d'ici à la rentrée scolaire 2026.

En revanche, la réflexion sur une deuxième équipe Mobile a été reportée, au regard de l'agrandissement du magasin.

5

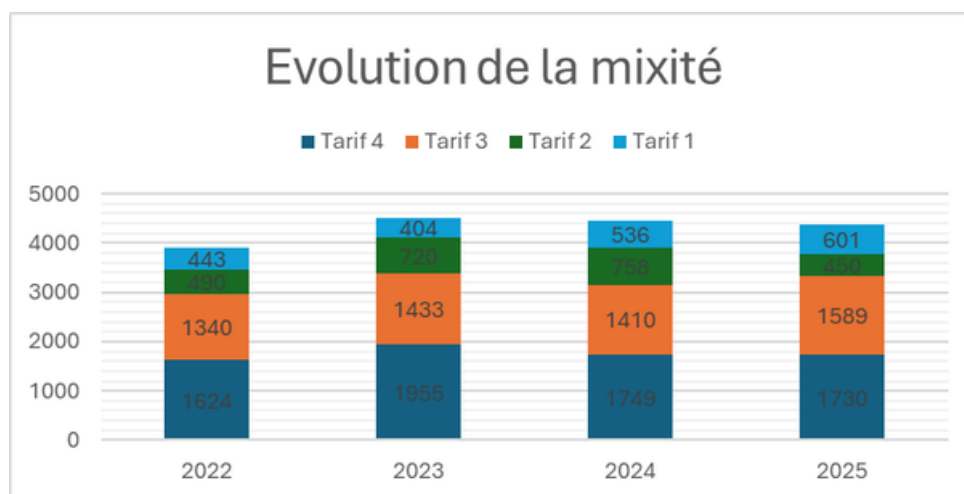
Les paniers solidaires

CHIFFRES-CLEFS :

L'année 2025 a vu se concrétiser un certain nombre de changements initiés au dernier trimestre 2024 : L'arrivée de la **MDH Abbaye** comme lieu de distribution des paniers, la relocalisation des paniers de la salle Beauvert à la **MDH Capuche**, l'arrivée de **Marine** dans l'équipe, et l'**évolution de la proposition d'Au Local** sur leurs paniers. Les différentes dynamiques qui s'observent sur la fréquentation et la mixité sont en partie explicables par ces causes, ainsi que d'autres, ayant pris place à d'autres moments de l'année.

- Nous avons vendu **4370 paniers** au total sur l'année 2025, ce qui signe une année relativement stable numériquement, malgré le site de plus à l'Abbaye et le retour à Capuche. Cette stabilité cache donc une baisse relative. Le dispositif des paniers solidaires reste cependant un important levier d'accessibilité à des produits de qualité, en tarification solidaire et en proximité.
- Nous avons enregistré sur l'année **392 contrats**, pour **244 adhérents uniques**. Cela signifie donc que 62% des personnes inscrites sur les paniers solidaires sont inscrites sur plus d'un trimestre. Ces 244 adhérents ont également fait bénéficier des paniers à 216 personnes dans leur foyer, nous amenant ainsi à **460 personnes bénéficiant des paniers sur l'année 2025**.

Evolution de la mixité sur le dispositif des paniers solidaires sur les quatre dernières années



On constate que la mixité est relativement stable, avec une grande majorité (76%) de personnes en équivalent-T3 (QF<650). La tendance de ces dernières années, qui voulait que la fréquentation du dispositif soit inversement proportionnelle au montant des revenus des personnes s'est inversée cette année sur les deux tarifs les plus élevés, ce qui pourrait s'expliquer notamment par l'inflation qui aurait renvoyé un certain nombre de personnes au tarif 3, et qui expliquerait l'augmentation en valeur absolue de la fréquentation du dispositif par des personnes se situant sur ce tarif, en dépit de la légère baisse globale de la fréquentation.

Dans le détail, nous constatons donc une légère baisse de fréquentation des paniers au Commun des Mortels, qui voit lui-même sa fréquentation diminuer depuis un an. Nous constatons également une baisse de fréquentation à la MDH Teisseire, tendance préexistante en 2024 mais plus affirmée en 2024. Ces deux baisses sont aussi en parties expliquées par les difficultés que nous avons pu connaître sur nos approvisionnements sur ces sites et qui ont fait qu'un certain nombre de personnes n'a pas voulu renouveler leur contrat.

Comparaison des tarifs du total des contrats réalisés sur les différentes MDH

Sites	Total des contrats 2025	Tarif 1	Tarif 2	Tarif 3	Tarif 4	Pourcentage des adhérents à l'année sur ce site
Teisseire	50	4	8	19	19	13%
Bois d'Artas	66	4	8	34	20	17%
Chorier	74	10	10	22	32	19%
Prémol	20	3	0	12	5	5%
Capuche	71	15	11	21	24	18%
Abbaye	32	10	0	10	12	8%
Commun	59	9	4	27	19	15%
Baladins	20	0	2	2	16	5%
Total	392	55	43	147	147	
Pourcentage		14,03%	10,97%	37,50%	37,50%	

Nous constatons également une stabilité sur Bois d'Artas et Chorier. La baisse de fréquentation constatée sur Prémol cache en réalité une stabilisation, de même que l'augmentation sur Capuche cache également une stabilisation. Sur l'Abbaye et sur Baladins, nous avons eu la chance d'avoir une augmentation continue de la fréquentation du dispositif. Cela peut s'expliquer notamment par l'arrivée dans l'équipe de Marine en tant qu'adulte relais, à la fin de l'année 2024, et qui nous a bien aidé à nous ancrer sur ces deux sites du fait de sa présence régulière.

Au total, nous avons distribué **14 tonnes de légumes sur l'année 2025, et 350kg d'œufs sur le dernier trimestre 2025**. Prenant en compte l'effort qui a été fait de ne plus proposer que des légumes bio et locaux, afin de créer des débouchés aux maraîcher.e.s de la région, ces 14 tonnes ont donc été **14 tonnes de débouchés en plus pour l'agriculture locale, et pour soutenir la transition alimentaire**.

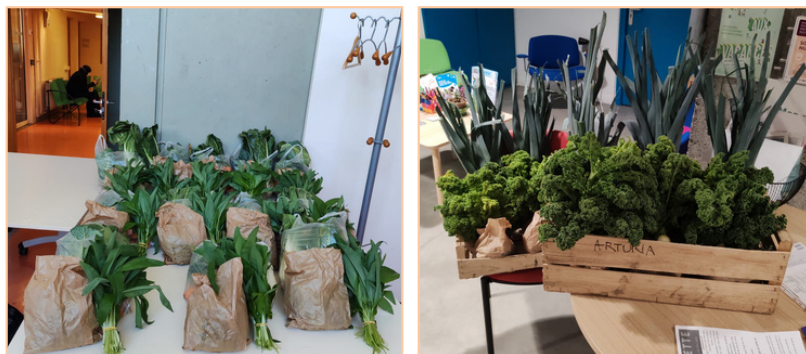
519 personnes ont été touchées par les animations paniers ou par les événements auxquels nous avons participé : Fête des lumières du Village Olympique, Marché de Noël de l'Abbaye, Grande Table à la Villeneuve, Animations d'été de la MDH Prémol, Fête des Géants, ainsi que des ateliers cuisine à la MDH Capuche et Teisseire, des animations pour Halloween, des jeux et beaucoup de moments de discussion autour de l'alimentation

L'un des buts de ce dispositif est de permettre à des personnes qui n'en auraient pas forcément les moyens autrement d'accéder à une alimentation de qualité, en favorisant la santé et en valorisant la dignité des personnes. Il est difficile de mesurer son impact qualitatif, tant sa définition peut être large et son objet est fluide, mais il se perçoit tout de même, parfois au détour d'une conversation... Pour n'en citer qu'une, une adhérente des paniers nous a récemment dit :

“

Depuis que je prends les paniers, mon taux de vitamines a augmenté, je suis en meilleure santé et je le sens. D'ailleurs même les produits ont un goût différent.

”



UN CONTEXTE INCERTAIN, UNE OFFRE QUI ÉVOLUE

L'année 2025 a été marquée par un certain nombre de difficultés, la première étant les difficultés à recruter et maintenir une présence de l'équipe des services civiques. Cela a augmenté la présence de Victor sur les tâches opérationnelles, mais n'a pas pour autant marqué la qualité de la proposition, d'autant qu'a été ajouté un nouveau site de distribution, et qu'il y a eu un renforcement du travail en partenariat, notamment avec les MDH et les associations partenaires. En plus de cela, Victor a acquis une deuxième responsabilité de Chargé de Mission Financements Privés à Episol, venue avec une augmentation de son temps de travail, mais s'ajoutant à un contexte de tension déjà existant. Également, les paniers Au Local ont généré un certain nombre de difficultés, ayant engendré une baisse de satisfaction des paniers par un certain nombre d'adhérents, et ayant mené à une réflexion sur ce sujet, et une médiation de la part d'Episol entre ses adhérents et son fournisseur.

Un certain nombre de changements se sont ajoutés au fonctionnement des paniers sur l'année, en plus de ceux entamés en septembre 2024.

D'un côté, la réflexion sur les produits des paniers a été continuée, comme annoncé l'année précédente. Pour rappel, l'idée était de répondre à l'une des limites perçues des paniers, qui était l'absence de choix sur ses produits, tout en capitalisant sur l'avantage de ce type de dispositif qu'est la diminution de la charge mentale des adhérents.

Ainsi, nous avons décidé, depuis septembre 2025, de **rajouter des boîtes de 6 œufs à notre offre**, en option dépendante de l'inscription aux paniers. Les approvisionnements, en partenariat avec le magasin, sont bio et locaux, et complètent ainsi l'esprit de la proposition des paniers solidaires. La réflexion continue sur d'autres produits et d'autres formats potentiels.

Sur le premier trimestre 2025, ce sont donc **5820 œufs (350kg)** qui ont été vendus en proximité, d'autant plus appréciés dans un contexte de pénurie. L'une des craintes évoquée lors de la réflexion sur la diversification était la possibilité que cela engendre des paniers à deux vitesses, où l'abonnement aux œufs serait majoritairement le fait des personnes étant sur les tarifs les plus élevés, car pouvant se le permettre.

Les chiffres du premier trimestre ont donné tort à cette crainte, car nous constatons que si tous les adhérents ne prennent certes pas d'œufs en plus de leur panier, la diversité des tarifs dans l'abonnement aux œufs est équivalente à celle des paniers en eux-mêmes.

Plus précisément :

	Tarif 1	Tarif 2	Equivalent-tarif-3
Paniers	18,06%	7,82%	74,12%
Oeufs	16,19%	8,25%	75,50%

Comparaison des inscriptions sur les œufs et sur les paniers par tarif

Après les différentes réflexions entamées sur l'offre des paniers solidaires, et notamment ses difficultés à trouver son public au sud de Grenoble, nous tirons un ensemble de leçons :

Les paniers solidaires, dans leur forme actuelle (proposition, sens, communication, contraintes matérielles et temporelles...) parlent plus à certains publics et moins à d'autres. Les personnes touchées sont majoritairement des

- **personnes âgées de 26 à 64 ans** (72,35% de nos adhérents sur 2025),
- **en grande partie seules** (47% en 2025),
- et **n'habitant majoritairement pas en QPV** (seulement 14%),
- mais ayant toutefois en grande majorité un **quotient familial en dessous de 650€** (75%).

S'il est facile de penser les personnes en situation de précarité comme un bloc unifié, la réalité est plus nuancée que cela, et nous constatons que nous ne touchons pas un public aussi large que nous l'aimerions.

Nous avons donc cherché à mettre à plat les différentes difficultés que nous pouvions identifier, et d'y trouver des solutions.

L'accessibilité financière des paniers, peu compétitive par rapport à l'offre de la collecte au magasin et à la mobile, est une barrière à l'entrée pour certains publics qui pourraient potentiellement bénéficier de l'intérêt des paniers solidaires. C'est en partie pour y répondre que les paniers ont été intégrés au dispositif de la **Sécurité Sociale de l'Alimentation**, avec quelques adhérents aujourd'hui fidèles (et en croissance) au dispositif qui font le choix de payer leurs paniers de cette façon à chaque trimestre.

Nous avons également rencontré des difficultés avec notre approvisionnement sur les paniers fournis par Au Local – sur les sites de Teisseire, Abbaye, Commun des Mortels et Baladins. Notre fournisseur ayant réalisé que le format jusque là fonctionnel pour les adhérents des paniers ne lui permettait pas de rentrer dans ses frais. Par conséquent, il a été modifié afin de continuer à proposer des légumes dans le cadre de la convention, mais avec un fonctionnement différent :

- Les paniers sont désormais fournis par **une seule ferme**, conditionnés entièrement dans un seul sac en plastique, et – par peur de produits abîmés – ont décidé d'éviter un temps de livrer des salades et autres légumes à feuilles

En revanche, cela a engendré de nouvelles difficultés. Tout en répondant encore aux critères de la convention, un certain nombre d'adhérents déjà engagés a mal vécu ce changement qui leur a paru comme une diminution de la qualité des paniers, et certaines des nouvelles personnes venant s'inscrire nous ont également fait les mêmes retours. Il a donc été décidé avec Au Local d'autoriser les légumes à feuilles – qui n'étaient finalement pas abîmés – et une réflexion a été menée sur le conditionnement, qui continue à évoluer. Une difficulté continue à exister cependant sur la répétition de certains légumes comme « base » continue tout au long du trimestre, qui, si elle n'impacte pas la diversité, peut parfois décevoir les adhérents. Nous avons donc partiellement avancé sur les problèmes que cela a généré, et continuons à le faire en 2026. L'un des indicateurs de mesure de la qualité perçue de la proposition serait la fidélisation des nouveaux adhérents – en dehors des raisons circonstanciées pour leur départ qui peuvent également exister.

Un autre problème identifié est celui de la **communication**. Les raisons pour lesquelles les personnes s'inscrivent sur ce dispositif sont différentes selon leurs réalités matérielles. Nous avons observé que nos flyers et autres supports de communication étaient plus évocateurs pour certaines de ces raisons que pour d'autres, par exemple avec l'accent mis sur l'aspect d'origine bio et locale des produits. Par conséquent, un travail a été fait pour les rendre moins excluants. Nous avons cependant conscience qu'il y a un travail à continuer à développer sur la communication et l'offre des paniers pour répondre aux différents besoins des publics que nous n'arrivons pas encore à toucher, et cette restructuration de nos supports de communication en est une première étape

L'une des autres difficultés est l'identification des paniers solidaires par les bénéficiaires potentiels, dont certains sont des publics des Maison des Habitants. Nous avons donc dans cette optique renforcé notre lien avec les MDH où l'accompagnement aurait gagné à être amélioré, notamment la MDH Prémol. Cela a créé une dynamique où la distribution est mieux identifiée, nous sommes accompagnés par un salarié de la MDH et la responsable des Ateliers Socio Linguistiques évoque régulièrement le dispositif à ses apprenantes et apprenants.

Nous constatons cependant que l'autre site de distribution où nous avons encore du mal à fidéliser et faire venir des adhérents qu'est la MDH Baladins est encore dans l'ombre de la Mobile. Malgré tout, la présence de Marine sur le poste de médiatrice adulte-relai en 2025 a aidé à donner de la visibilité aux paniers sur ce site, grâce à sa connaissance des adhérents et des enjeux du quartier.

UNE SUITE PROMETTEUSE

Certes l'année a été laborieuse, particulièrement les derniers mois (et les premiers de 2026) qui ont vu s'enchaîner les départs dans l'équipe alors que le dispositif était déjà bien tendu. Mais nous redoublons d'efforts pour améliorer le dispositif et le stabiliser dans les moments plus difficiles.

En 2025, Victor a pu améliorer les outils utilisés en interne pour gagner du temps sur le travail administratif et comptable. Il a également travaillé à une mission de bénévolat pour la livraison des œufs. Cela a permis d'**alléger la charge opérationnelle du dispositif**, et donc de gérer les différents moments de tension.

L'aspect participatif d'Episol et a fortiori des paniers solidaires est important pour l'équipe et le sens du projet. Du fait de la tension opérationnelle, cet aspect a été réduit sans être bien sûr complètement effacé. Dans l'optique d'une stabilisation de l'opérationnel à court terme, nous planifions également une capitalisation sur les temps de distributions pour **faire vivre la participation citoyenne**, l'aspect **plaidoyer**, et la **récolte de la parole des adhérents**, à la fois pour améliorer le dispositif, aussi bien que pour porter la voix de nos publics.

Dans le cadre de nos partenariats de ce début 2026, nous avons de nouvelles perspectives d'analyse du dispositif des paniers solidaires, notamment en lien avec le groupe récolte de la parole de la comm alim du secteur 6, et l'analyse de la CPAM sur les dispositifs de paniers solidaires à l'échelle du territoire, qui nous seront très précieux pour faire évoluer les paniers solidaires afin qu'ils correspondent aux besoins des publics qui en bénéficient déjà ou pourraient en bénéficier.

Toutes ces réflexions nous pousseront dans l'idéal à **renforcer notre ancrage local** (diversification des fournisseurs), à **renforcer la diversité de nos produits** (pain dans les paniers encore en réflexion), à **investir des bénévoles sur les sites paniers** pour pallier aux difficultés liées au manque de personnel, permettant ainsi de capitaliser sur les aspects stratégiques des paniers, et notamment d'**augmenter nos animations** et la portée que l'on peut avoir sur des dispositifs aussi ancrés localement (Animations en lien avec Santé Environnement Rhone Alpes, programme d'animation à l'année avec les MDH, lien avec la coordination alimentation du secteur 6, sorties pédagogiques à la ferme, travail de participation citoyenne, évolution de notre communication...). Nous pourrions peut-être même à moyen terme envisager d'ouvrir d'autres sites et un autre tiers-lieu, constatant que certains quartiers de Grenoble sont encore peu investis par les paniers.

Si les projets entamés et les réflexions ouvertes se concrétisent en 2026, cela promet d'être une année active, stabilisatrice, et ouvrant de nouveaux horizons.



6

L'ANIMATION SOCIALE DE PROXIMITE

2025 a encore été une année riche pour EPISOL en termes d'animation sociale !

Au total en 2025, ce sont plus de **85 animations et participations à divers événements sur le territoire** qui sont recensées, avec près de **2400 personnes touchées** : ateliers alimentation, concours de recettes, cuisine, dégustations, antigaspi, cafés et repas partagés...



LA PARTICIPATION A DE NOMBREUX EVENEMENTS

Nous le constatons chaque année, nous sommes de plus en plus et de mieux en mieux connus et reconnus. Si cela nous flatte et vient récompenser beaucoup d'efforts, cela se traduit aussi par une forte augmentation des sollicitations que nous recevons.

Ainsi, par manque de temps, de capacité et parfois de légitimité, nous avons choisi cette année de **limiter le nombre d'événements auxquels nous participons**, tout en nous efforçant dès que possible d'**orienter la demande vers d'autres acteurs du territoire**.

Cela étant, nous avons été présents (et bien souvent co-organisateurs) sur **28 événements**, ateliers avec des partenaires, des fêtes de quartier ou des forums en tout genre.

Nous mettons un point d'honneur à **participer au maximum aux animations du secteur 4**, que ce soient celles pilotées par la MDH Capuche ou celles organisées par les partenaires associatifs. C'est chaque année un investissement conséquent en temps pour EPISOL mais c'est pour nous précieux de continuer à être un acteur majeur de la vie du secteur.

Et au bout du compte ce ne sont pas moins de **1510 personnes qui sont passées sur un stand EPISOL depuis le début de l'année**, pour participer à une pesée de panier, découvrir des légumes anciens, s'informer sur nos dispositifs, se renseigner sur le bénévolat ou échanger sur la solidarité alimentaire.

Quoi	Combien	Participants
Participation/création événements	28	1510
Animations Partenaires	3	36
Animations mobile	19	267
Animations paniers	13	144
Temps conviviaux/vie associative	17	415
TOTAL	81	2372

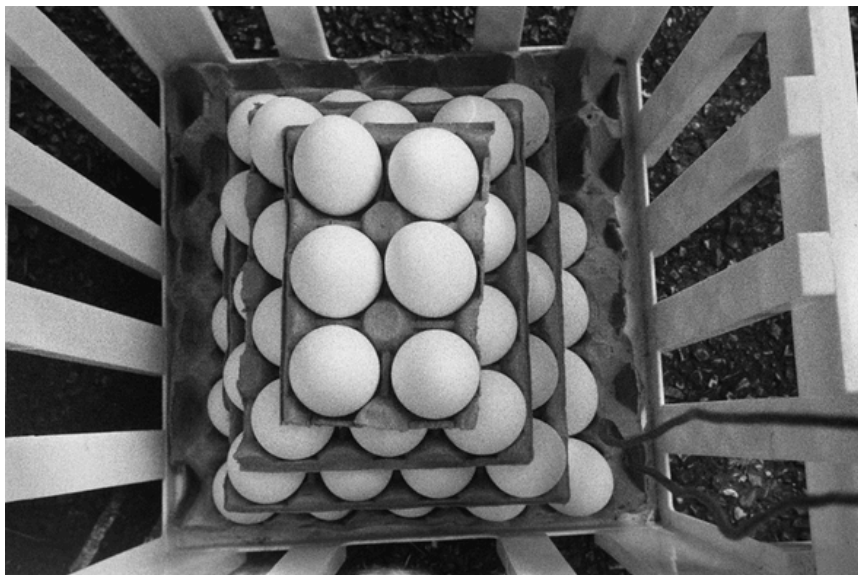
LA COORDINATION D'UN PROJET AMBITIEUX ET IMPACTANT

En 2025, EPISOL a coordonné un projet passionnant autour des **injustices alimentaires**. Dans le cadre d'un appel à projet piloté par **l'UGESS** (notre réseau d'épicerie solidaires), nous avons proposé à un groupe de **7 personnes qui vivent ou ont vécu des situations d'injustices alimentaires de témoigner via la photographie**. Ainsi, après plusieurs échanges théoriques et partages de vécus, les membres du groupe ont été formés à la photo par un professionnel et se sont vu confier un appareil photo pendant 2 mois. Le groupe s'est de nouveau mobilisé au bout de cette période pour trier, sélectionner et légendrer les photos afin de concevoir une exposition.

Finalisée en octobre, l'exposition a été inaugurée dans le cadre d'un marché solidaire, réunissant à la fois un public venu pour l'événement et les personnes venues pour le marché, et potentiellement moins sensibilisées à ces questions.

Depuis, le travail du groupe a été exposé dans une bibliothèque pendant plusieurs semaines, puis dans une Maison des Habitants depuis fin novembre.

De nombreux lieux d'exposition sont encore prévu pour 2026, avec notamment un temps fort fin janvier qui réunira élus, candidats à la mairie de Grenoble et parlementaires, pour que le groupe puisse parler du projet mais surtout interpeller sur les questions de précarité alimentaires....



7

L'insertion

En 2025, nous avons accompagné **24 personnes** sur 10 postes à 26h/semaine pour 7,13 ETP fin 2025. Ces postes sont répartis comme suit :
8 postes à l'épicerie solidaire située dans le quartier Capuche à Grenoble et 2 postes à l'épicerie mobile.

RAPPEL DU PROJET D'INSERTION

EPISOL a développé un modèle d'insertion **novateur** reposant sur la solidarité, l'engagement de tous dans la mise en œuvre et la réussite de l'accompagnement des parcours d'insertion et la juste posture dans l'accompagnement : le respect, la tolérance et la patience.

Les salariés en C.D.D.I. passent d'une situation sans activité professionnelle à celle d'acteur de leur parcours. La reprise d'un travail est support d'acquisition ou de vérification de compétences, de qualification, d'intégration dans l'organisation et dans une équipe de travail, mais aussi, d'un point de vue personnel, de revalorisation, de développement des capacités et d'apprentissage de normes sociales.

Ses objectifs

- Permettre la remobilisation de la personne par la remise en situation de travail
- Proposer un accompagnement socioprofessionnel combinant la levée des freins personnels, le bâti et la concrétisation d'un projet professionnel stable et réalisable
- Acquérir des compétences transférables par la formation en situation de travail et les vérifier lors d'immersion en entreprise

CHIFFRES CLEFS ET ACTIONS DE L'ANNEE 2025

29 personnes (15 femmes et 14 hommes) ont **postulé** à EPISOL en 2025.

14 personnes ont été **recrutées** :
8 femmes et 6 hommes.

Détail des prescripteurs des candidats embauchés en 2025 :

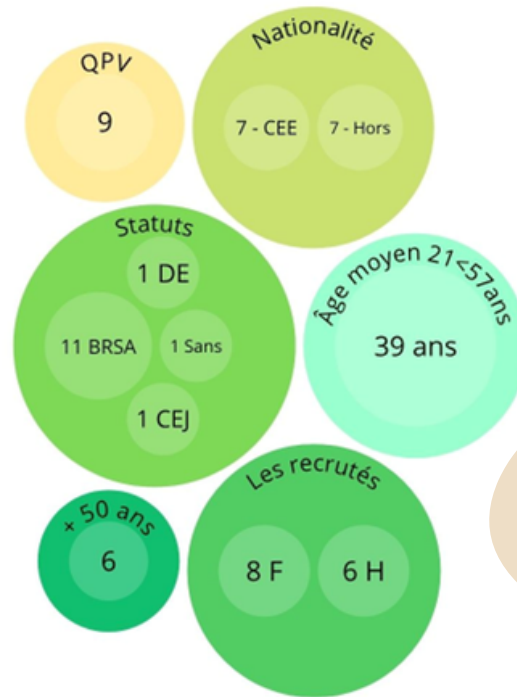
PLIE 6 candidats
Mission Locale 1
France Horizon 2
Léo Lagrange 2
Agglo grenobloise 2
France travail 1



LES CARACTERISTIQUES DES 14 SALARIES RECRUTÉS EN 2025

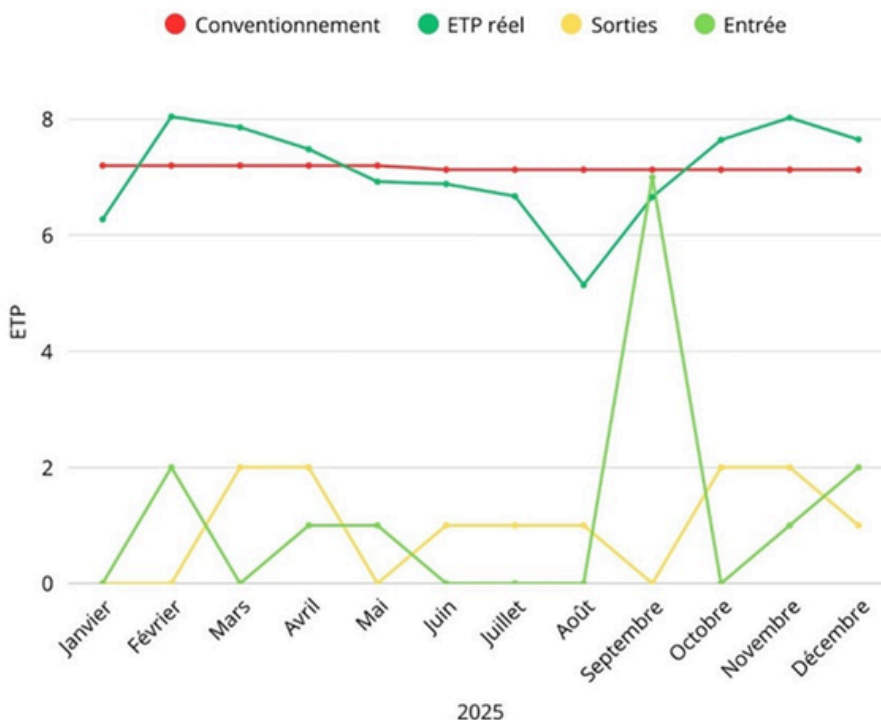
Données sociales 2025

14 salariés ont intégré l'équipe des employés polyvalents à EPISOL entre le mois de février et le mois de décembre 2025.



Les données sociales des salariés sont stables avec toujours une légère hausse du recrutement de femmes et avec un équilibre des statuts représentatifs du panel français de l'insertion professionnelle.

14 SORTIES SONT RECENSÉES EN 2025



- 2 personnes ont été embauchées en CDI en mars 2025 et en août

- 5 personnes sont parties sans projet professionnel abouti : 1 en avril, 1 en juillet, 2 en novembre et 1 en décembre 2025 dont un qui n'a pas validé sa période d'essai.

- 3 personnes ont quitté EPISOL pour signer des CDD de + de 6 mois dont 2 à EPISOL même.

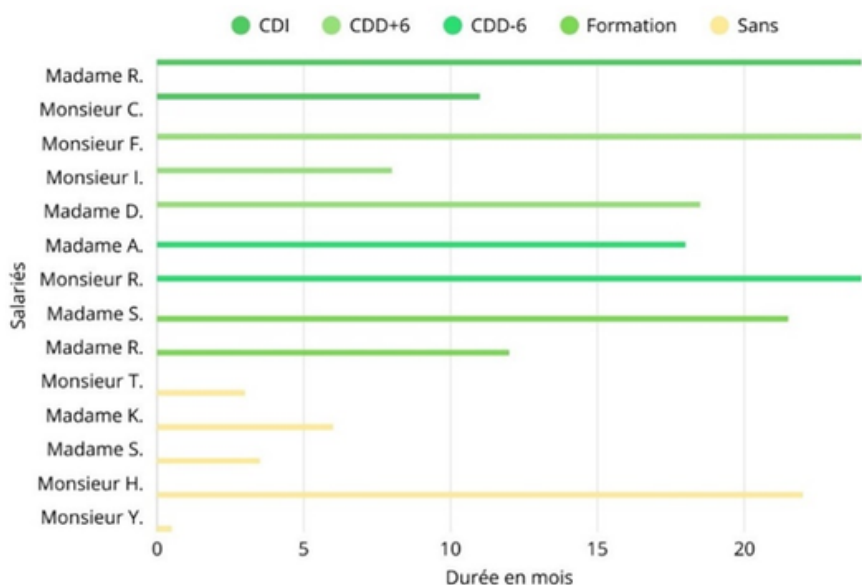
- 2 salariés ont signé des CDD de - de 6 mois avec, hélas, pas de suite.

- 2 salariés ont intégré des formations qualifiantes : CAP AEPE et Agent de Service Médico-Social.

LE SUIVI DES ETP EN 2025

Du 1er janvier au 30 juin 2025, EPISOL était conventionnée à 7.2 ETP et du mois de juillet à décembre 2025 à 7.13 ETP. Cette baisse des subventions est nationale. Sur le terrain, nous avons commencé l'année avec un fort taux de recrutement (8.044 ETP en février 2025) et qui a entraîné une baisse des recrutements au second semestre 2025. Nous avons alors vécu un épisode inédit dans l'histoire des A.C.I. avec 7 recrutements en septembre 2025. **Ce changement a suscité des bouleversements et une forte adaptabilité de l'équipe encadrante.** La nécessité de travailler la cohésion d'équipe a été une priorité en cette fin d'année.

LA DURÉE D'UN CONTRAT EN 2025



La durée moyenne de contrat dans la structure a été de 14 mois en 2025.

Les dynamiques de sortie du chantier d'insertion sont restées bonnes avec **64.28 % de sorties dynamiques**. Ce chiffre est en hausse par rapport à 2024 (60%).

3 salariés ont réalisé des P.M.S.M.P. en 2025 et ces trois mêmes salariés figurent dans les 64.28% des sorties dynamiques : 2 en CDD de + de 6 mois et 1 entrée en formation qualifiante.

Ces trois immersions de 15 jours chacune a validé le projet professionnel des salariés. Le réseau a facilité ces stages.

BILAN DE L'ANNEE 2025

L'année 2025 s'est découpée en deux semestres. Le premier semestre s'est révélé très dynamique grâce à une équipe soudée et solidaire. La plupart des salariés étaient présents. De nombreux départs ont entraîné un renouvellement à 80% de l'équipe des salariés à partir de septembre 2025. Les deux anciens étant en poste à la mobile, il a fallu être patient pour trouver une nouvelle cohésion d'équipe.

D'autres changements sont à mentionner comme le départ de Leïla, assistante du magasin, en contrat PEC en juin 2025 et son remplacement de Florent : ce dernier était en CDDI et a basculé en CDD faute de financement de nouveau contrat PEC. Florent est parti pour de nouvelles aventures en octobre et Ibrahim a repris le poste d'assistant du magasin en CDD. Cette montée en compétences est cohérente à son projet professionnel. Il va prochainement suivre la formation d'ETI.

L'année 2025 comptabilise **3 PMSMP**. Celles-ci ont été pertinentes dans la concrétisation des projets professionnels des salariés car elles ont été des catalyseurs vers des sorties dynamiques. Les recrutements ont également connu une évolution, avec l'organisation des entretiens d'embauche avec le candidat, un des ETI, la CIP et la référente emploi afin de créer un fil rouge dans l'accompagnement et de mesurer les freins périphériques à l'emploi.



ACTIONS DE TERRITOIRE

Nous avons participé régulièrement aux rencontres proposées sur le territoire (rencontre des acteurs de l'AHl, PLIE speed meeting, Mission Locale Grenoble, SLS, présentation dispositif ERR) et avons accueillis 6 personnes dans le cadre du dispositif STEP'S.

L'accueil de stagiaires CIP (1 en formation Nacarat + 1 pmsmp + 1 enquêtes métier) participe à cette connaissance de notre structure puisque ces stagiaires intègrent souvent des structures prescriptrices par la suite.

Des visites du magasin s'organisent à la demande des partenaires avec présentation du poste de vendeur polyvalent (pour France Horizon, Weavers, SLS, TI38, « 4 jours pas comme les autres »).



LES ATELIERS CDDI ET LES FORMATIONS

En 2025, les ateliers d'1h tous les 15 jours avec l'équipe de CDDI assurés par l'équipe ou encore par des intervenants extérieurs se sont poursuivis avec des thématiques en relation avec les besoins de l'équipe. Les ASL ont profité à 4 salariés (pour un total de 148h), 1h30 en individuel sur le temps de travail, assurés par des bénévoles formés.

Une réunion hebdomadaire équipe/salariés en insertion permet une meilleure communication entre les équipes, un meilleur partage des problématiques, une mutualisation des ressources et solutions.

Nous sommes dans une démarche d'amélioration constante des processus d'accueil et de valorisation des compétences détenues ou acquises. Fin 2025, nous avons été accompagnés pour la mise en place de l'**AFEST**. La formation à la prise de poste est estimée à 45 heures sur 1 à 3 mois par l'Encadrante Technique d'Insertion responsable de la formation des nouveaux salariés. L'AFEST sera le moyen de valoriser l'action de formation délivrée par l'encadrante et pour attester des compétences acquises des salariés. 13 salariés ont été formés à la prise de poste pour un total de 585h.

En 2025, 5 formations supplémentaires sont à relever :

- Vente et caisse pour 2 salariés : 28h au total
- H.A.C.C.P. pour 13 salariés : 52h au total
- F.L.E. pour 1 salarié : 85h au total
- Communication et Posture Professionnelle pour 2 salariés : 98h au total

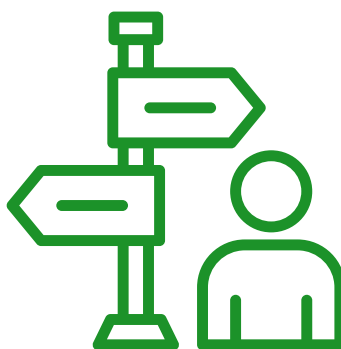
EVOLUTIONS DU CHANTIER

La baisse de conventionnement en juin 2025, nous fait regarder 2026 avec prudence avec un début d'année en dessous du seuil de conventionnement.

Le renforcement de l'équipe des encadrants avec un nouvel ETI consolide la structuration du chantier et renforce l'organisation en place.

Les temps de réunions et d'échanges en équipe se sont maintenus afin de travailler la cohésion d'équipe et de relever les attentes et besoins des salariés. Un questionnaire se fait pour inviter certains salariés en CDDI à organiser un atelier CDDI afin de valoriser leurs compétences.

L'agrandissement du magasin va améliorer les conditions de travail et entraîner de différentes dynamiques de travail. Les salariés en insertion ont été sollicités pour cet agrandissement et ils ont participé aux aménagements. Il a été important qu'ils fassent partie intégrante du projet



AXES DE DEVELOPPEMENT POUR L'AVENIR

- Maintenir notre veille sur les dispositifs existants concernant l'accompagnement des personnes éloignées voire très éloignées de l'emploi et notre partenariat comme le dispositif STEPS.
- Maintenir un événement annuel à destination des partenaires de l'emploi et du territoire pour promouvoir le projet EPISOL
- Maintenir l'Accompagnement Sociolinguistique individuel des salariés en insertion en interne
- Maintenir des ateliers autour des Techniques de Recherche d'Emploi et de remobilisation pour les salariés pertinents avec le monde du travail.
- Augmenter le nombre de PMSMP en cohérence avec l'équipe au magasin ou à la mobile.
- Approfondir les relations entreprises pour réaliser des visites d'entreprises ou des interventions de professionnels inspirants par leurs parcours lors des ateliers CDDI.

8

Les ateliers sociolinguistiques (ASL)



RAPPEL DU PROJET

Depuis septembre 2024, nous avons développé des ateliers sociolinguistiques à destination des bénévoles d'Episol les plus fragiles et rencontrant des difficultés en français. Il s'agit de séances d'apprentissage dispensées dans une approche actionnelle, afin d'aider les personnes à améliorer leur niveau de français et leur compréhension des codes sociaux. Afin de pouvoir lancer ces ateliers, la responsable du dispositif Antigaspi a suivi un parcours de formation dédié et cette action répond depuis fin 2025 au cahier des charges du territoire.

En 2025 ces actions se sont consolidées, avec deux groupes de niveaux encadrés une matinée par semaine. En parallèle, les salariés en insertion qui le souhaitent peuvent bénéficier de cours de français individuels à raison d'une heure trente par semaine, afin de développer leur compréhension des codes socio-professionnels

PERSONNES BÉNÉFICIAIRES DE L'ACTION

En 2025, une **dizaine de bénévoles-apprenants** ont suivi des ASL en collectif, à raison de 2h/semaine. Les bénéficiaires sont des bénévoles d'Episol, principalement sur l'activité antigaspi (MIN / collectes), d'origine étrangère et souvent arrivés il y a peu de temps en France.

Toujours en 2025, **7 salariés en insertion** ont bénéficié d'un accompagnement sociolinguistique personnalisé en fonction de leurs besoins et de leur projet professionnel. Parmi ces salariés, une partie est d'origine étrangère et ne maîtrise pas encore la langue et les codes socio-professionnels suffisamment pour que cela ne constitue pas un frein à leur entrée dans l'emploi de droit commun.

Une petite équipe de **4 bénévoles-formateurs** s'est relayée en 2025 pour accompagner ces personnes dans leur apprentissage. Leur implication au sein d'Episol leur permet ainsi de bénéficier des formations du CRIA38, d'évoluer dans leur projet personnel (reprise d'étude, recherche d'emploi, reconversion professionnelle) et de développer les compétences relatives à l'accompagnement d'un groupe dans leur apprentissage de la langue et des codes sociaux.

ENJEUX ET PERSPECTIVES AU-DELÀ DE CETTE ACTION

- Etendre et valoriser cette action dans les différentes activités de l'association, se rendre plus visible et travailler avec les autres acteurs du bassin grenoblois sur la complémentarité des offres des ASL sur le territoire.
- Dégager du temps de travail dédié pour la responsable du dispositif afin de créer un corpus d'outils pédagogiques pour mieux accompagner les bénévoles apprenants dans leur parcours (contenu des séances, auto-évaluation, lien avec l'insertion professionnelle), organiser des sorties pédagogiques pour mettre en situation les bénévoles-apprenants, développer des partenariats pour la mise en parcours des apprenants...
- Consolider les financements dédiés au ASL.

9

L'antigaspi



UN DISPOSITIF RENFORCE AU CŒUR DE LA STRATEGIE D'EPISOL

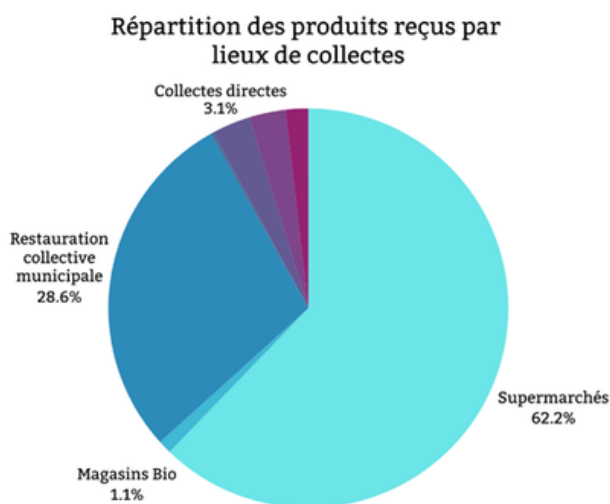
L'activité antigaspi reste en 2025 une activité stratégique pour Episol.

Source d'approvisionnement par le don, elle permet à l'association de maintenir un niveau d'autofinancement satisfaisant. Cette activité est transversale et articule plusieurs axes du projet associatif : insertion, mixité sociale, accessibilité, transition alimentaire et engagement local. Ainsi, à travers cette activité antigaspi, nous facilitons l'accès à une alimentation de qualité à moindre coût, tout en réduisant le gaspillage et la production de déchets sur le territoire.

En 2025, cette activité s'est poursuivie et s'est articulée autour de deux activités principales : les collectes et la revalorisation de fruits et légumes du Grand Marché des Alpes (MIN de Grenoble). En 2025, la collecte des invendus/non-consommés a permis de récupérer **29T de produits**. Ces chiffres sont sous-estimés car des données sont encore manquantes de la part de certains donateurs. Au MIN, nous avons récupéré 65T de fruits et légumes et en avons revalorisé 44T. Ce total de 94T représente en 2025, 50% des approvisionnements d'Episol.

LES COLLECTES

+ de 29 tonnes de produits collectées auprès des GMS et de la restauration collective en 2025.



En réalité le volume des produits collectés est plus important et pourrait être estimé à **33 tonnes**, soit un niveau plutôt équivalent à celui de 2024 avec moins de supermarchés, à la suite de la fermeture de certains Casino.

Grâce au nouvel aménagement du magasin, il sera possible en 2026 de peser les produits collectés dans la salle de tri, afin d'obtenir des chiffres au plus près de la réalité.

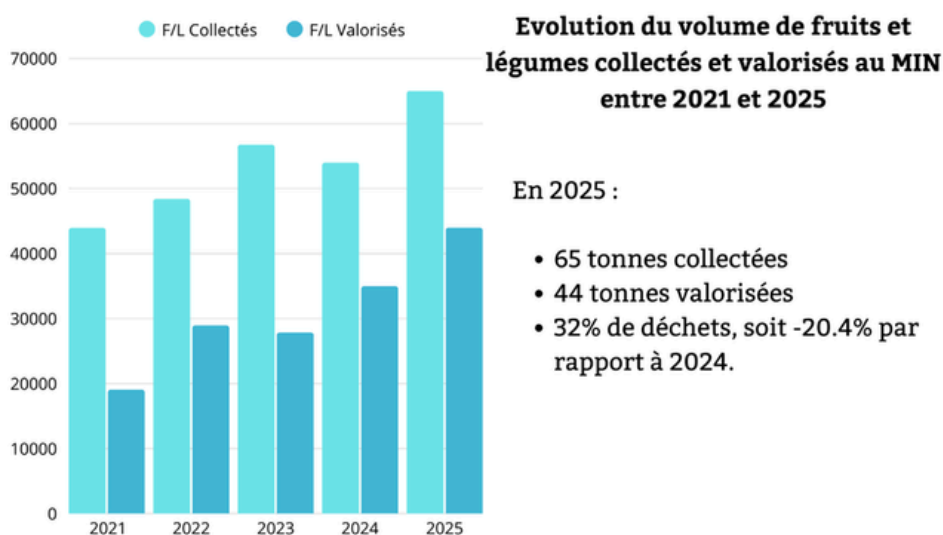
CHIFFRES-CLÉS

- **3 collectes directes** auprès de magasins Bio, dont une en partenariat avec le GESRA. Elles permettent de récupérer environ 200 produits de qualité et de dates longues à chaque collecte.
- 1 partenariat consolidé avec la ville de Grenoble pour la récupération des plats non consommés des écoles du secteur 4 et de la cuisine centrale : **8T récupérés en 2025** (3.5T en 2024).
- **4 nouveaux partenaires** : 2kgdeculture ; Trait'Alpes ; Naturalia Gambetta, Pharmagreen (récupération de produits de parapharmacie).
- **1 étude avec le GESRA** sur la qualité des produits de collecte menée en octobre 2025.

LE TRI AU GRAND MARCHÉ DES ALPES (MIN DE GRENOBLE)

L'activité au Marché d'Intérêt National est au cœur du dispositif antigaspi. Depuis 2021, l'équipe de bénévole encadrée par la responsable antigaspi (20 personnes, 2x/semaine) récupère plusieurs centaines de kilos de fruits et légumes par session de tri.

L'activité au MIN s'est maintenue toute l'année, une grosse partie des fruits et légumes récupérés approvisionne le magasin et la Mobile, tandis qu'une autre partie est valorisée auprès d'associations de lutte contre la grande précarité (Diaconat protestant, BSP, Les Petites Cantines de Grenoble, Cœurs de Gre, Chaleur et dignité SDF...).



Nous pouvons constater que le volume de produits collectés et valorisés en 2025 est plus important qu'en 2024. Une attention particulière a été portée à la formation des bénévoles vis-à-vis de la qualité du tri. L'amélioration continue de nos relations avec les grossistes donateurs permet également de réduire le volume de déchets.

Focus sur l'équipe bénévole :
2463 heures de bénévolat sur l'activité au MIN.
3675 heures de bénévolat sur les collectes.



ENJEUX ET PERSPECTIVES

- **Investissement matériel :** L'Antigaspi est un dispositif qui sur lequel pèsent de lourdes charges de fonctionnement, notamment matérielles (transport, maintien de la chaîne du froid). C'est pourquoi il serait nécessaire avec le nouvel espace dédié au tri, d'investir dans une balance pour avoir un suivi précis des quantités reçues.
- **Accompagnement et insertion des équipes bénévoles MIN et collecte :** notamment via la recherche de financement dédiés à la pérennisation des Ateliers Socio Linguistiques (ASL) à destination des bénévoles du MIN et de la collecte principalement.
- **Mesure d'impact environnementale :** En 2026, notre ambition est de produire en complément une mesure d'impact environnemental, engageant dans la durée l'inscription d'EPISOL dans la transition alimentaire.



Le centre ressources

Grâce à son rayonnement et son expérience, EPISOL anime un centre ressources dédié aux acteurs de l'alimentation solidaire, via la coordination du **réseau CALISOLI** et son activité de transfert d'expérience auprès de porteurs de projet au national ou en local.

CALISOLI ACTEUR RECONNU DU TERRITOIRE

La coordination du réseau CALISOLI qui vise à structurer et animer un réseau d'acteurs de l'alimentation solidaire et de la transition alimentaire sur Grenoble et son agglomération, dans une dynamique de mutualisation, d'entraide et de complémentarité sur le territoire.

Le réseau CALISOLI, fort de ses **6 années d'existence**, est aujourd'hui un collectif solide et fortement engagé : il rassemble près d'une vingtaine d'acteurs et est largement reconnu par les partenaires et acteurs locaux (cf Obtention du prix Societal Angels à la fin de l'année 2024).

Un signe visible est le nombre de sollicitations pour entrer dans le réseau (en 2025 : 3 nouvelles entrées).

Au total, ce sont aujourd'hui 18 structures qui en 2025 sont partenaires au sein de ce réseau. Un important travail de restructuration est lancé fin 2025.



EPISOL PASSEUR D'EXPERIENCE

Le transfert d'expérience s'est poursuivi tout au long de l'année 2025 à EPISOL via des porteurs de projets ou des acteurs de l'ESS. Plusieurs acteurs se sont déplacés depuis divers endroits du territoire national (IdF, Marseille) pour venir passer quelque temps sur nos dispositifs.

Au total, ce sont **26 accompagnements effectués en 2025**, auprès de porteurs de projets très variés, comme par exemple :

- CCAS LANDES SUD
- VILLE DE RENNES
- UNIVERSITÉ DE FREIBURG EN ALLEMAGNE
- BA 69
- INTER'AIDE WATTIGNIES
- DURTAL PROJET TARIFICATION SOLIDAIRE
- ARTISANS DE LA TRANSITION
- ISACTIS / CCAS PONT DE BEAUVOISIN
- EPICERIE HAUTE-GARONNE À CÔTÉ TOULOUSE
- INRIA

EPISOL a maintenu tout au long de l'année son engagement au sein de divers autres réseaux, notamment le GESRA et l'UGESS, Territoire et Insertion 38, la Fédération des Acteurs de la Solidarité et la Fédération d'Entraide Protestante. En 2025, EPISOL est membre du conseil d'administration de la Banque Alimentaire de l'Isère et du réseau TI38.

RÉSULTAT 2025

Nous proposons ici un compte de résultat simplifié et une analyse synthétique de notre situation financière au 31/12/2025.

L'entièreté des éléments financiers, fournis par notre cabinet d'expertise comptable, FRACTAL, et validés par notre commissaire aux comptes, le cabinet LBO Audit, est disponible sur simple demande.

Bilan compte de résultat Période du 01/01/2025 au 31/12/2025 pour la société EPISOL, siret : 80775920400025					
- COMPTE DE RESULTAT -					
	Année N	N-1		Année N	N-1
Charges d'exploitation			Produits d'exploitation		
Achats de marchandises (y compris droits de douane)	263 550 €	268 716 €	Ventes de biens et services		
Variation de stock (marchandises)	- 5 056 €	- 689 €	Ventes de biens	371 422 €	366 213 €
Autres achats et charges externes	80 081 €	84 925 €	Dont ventes de dons en nature	31 139 €	29 750 €
Aides financières			Ventes de prestations services	2 738 €	2 254 €
Impôts, taxes et versements assimilés	7 161 €	6 848 €	Dont parrainages		
Salaires et traitements	434 939 €	434 947 €	Produits de tiers financeurs		
Cotisations sociales	80 713 €	69 387 €	Concours publics et subventions d'exploitatio	486 420 €	475 451 €
Dotations aux amortissements et aux dépréciations	20 580 €	22 135 €	Versements des fondateurs ou consom		
Dotations aux provisions			Ressources liées à la générosité du public	7 290 €	10 970 €
Valeurs comptables des immo incorporelles et corporel			Dont les dons manuels		
Reports des fonds dédiés		3 000 €	Dont Mécénats		6 000 €
Autres charges	688 €	1 142 €	Dont Legs, donations et assurances		
			Contributions financières	65 572 €	55 800 €
			Reprises sur amortissements, dépréciations		
			Produits de cessions d'immo incorporelles et		
			Utilisations des fonds dédiés	3 000 €	896 €
			Autres produits	5 681 €	5 860 €
	882 656 €	890 410 €		942 123 €	917 443 €
RESULTAT D'EXPLOITATION (I - II)	59 467 €	27 034 €			
Charges Financières		- 55 €	Produits Financiers	3 180 €	2 842 €
Intérêts et charges assimilées		- 55 €	Autres intérêts et produits assimilés	3 180 €	2 842 €
RESULTAT FINANCIER (IV - III)	3 180 €	2 897 €			
RESULTAT COURANT AVANT IMPÔTS (I - II + III - IV)	62 646 €	29 931 €			
Charges Exceptionnelles					
Impôts sur les bénéfices (VII)	391 €	162 €			
	883 047 €	890 607 €		945 302 €	920 285 €
EXCEDENT OU DEFICIT	62 255 €	29 679 €			

Le compte de résultat 2025 témoigne des efforts continus de l'ensemble de l'équipe pour maintenir l'activité et diversifier les formes de soutien.

Un résultat maintenu avec une hausse des recettes de 2,7% et une baisse des charges de 0,85%, malgré la consolidation de la masse salariale.

Le niveau de subventionnement a été excellent en 2025, avec une hausse de 3%, et une diversification des axes de financement (antigaspi, paniers, secteur privé) et s'établit à 59% des recettes.

En 2025, l'association a effectué une montée en compétences d'un membre de l'équipe, Victor, qui complète sa mission de responsable des paniers solidaires avec celle de chargé de mission diversification des financements en soutien à la direction.

Cette stratégie, anticipée à EPISOL depuis début 2024, permet de réduire l'impact des baisses de subventions publiques et renforce l'hybridation de son modèle. Cette opération a de plus été financée par notre OPCO.

Les financements (mécénats) privés s'élèvent cette année à près de 70.000€

Les fonds propres de l'association se consolident à hauteur de 230.000€ (en hausse de 28,5%).

En 2025, les contributions volontaires en nature restent à un bon niveau grâce au précieux bénévolat et à nos efforts continus pour maintenir les dons en nature.

CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE	
Dons en nature	178 310 €
Prestations en nature	24 820 €
Bénévolat	150 217 €
	353 347 €

Les riches perspectives d'Episol

Avec l'**acquisition des nouveaux locaux** début 2026 et le projet d'extension, le projet associatif d'EPISOL se voit consolidé, enrichi, offrant de nouvelles perspectives pour la mixité, la convivialité, l'animation sociale, la mission de plaidoyer, le lien avec les habitants du quartier.

L'année 2025, si elle a été une année de renforcement, est aussi celle du franchissement d'une étape importante dans l'existence d'EPISOL.

Après avoir fait la preuve de sa pertinence, de la solidité de son modèle, de la diversité de ses acteurs et partenaires, notre association s'enracine encore un peu plus profondément sur son territoire, pour toujours mieux répondre à ses missions.





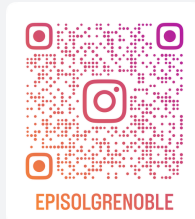
MERCI A ALICE MEYBECK POUR SES MAGNIFIQUES ILLUSTRATIONS

Retrouvez toutes nos informations et nos actualités sur notre site internet : <https://episol.fr>

Sur Facebook :



Sur Instagram :



Vous pouvez soutenir EPISOL en réalisant vos achats au magasin, à La Mobile et aux Paniers solidaires
ou en faisant **un don**

<https://episol.fr/agir-avec-nous/#faire-un-don>