

**Reportage**

**Via la Fondation Simply Market**, certains magasins ont bâti un véritable partenariat avec des jardins d'insertion en maraîchage bio. Retour sur une journée d'échanges.

## Simply s'engage avec sa Journée des jardins

Il y avait soixante-dix. Soixante-dix personnes, parfois venues de très loin, pour raconter leur histoire. Le 12 janvier à Paris, la Fondation Simply Market a organisé la première Journée des jardins, un événement inédit auquel fld a pu se joindre. Objectif: rassembler les partenaires et exposer la diversité de l'engagement des magasins Simply Market aux côtés de jardins d'insertion de maraîchage bio. Car parmi les projets soutenus par la Fondation Simply Market, beaucoup concernent des jardins d'insertion, et parfois un vrai partenariat gagnant-gagnant se met en place entre le magasin et le jardin. Ici, les collaborateurs accueillent en stage des ouvriers du jardin pour leur faire découvrir les métiers d'un supermarché, ce qui peut déboucher sur un CDD, voire un CDI, là le magasin devient un point de dépôt pour les paniers de légumes du jardin...

### Recruter en magasin des personnes déjà sensibilisées aux f&l

A Voiron par exemple, les nouveaux Jardins de la Solidarité (réseau Cocagne) dans l'Isère fournissent le magasin en plants de fleurs et de légumes. La surproduction saisonnière des Potagers de Marcoussis (Cocagne) dans l'Essonne est vendue sur le magasin avec une communication et un îlot dédiés. L'exploitation maraîchère Les Serres des Prés dans le Nord (groupe Vitamine T) s'est lancée avec le soutien de Simply Market dans la transformation. La gamme, sous la marque Idées de saison, est référencée dans les magasins de la région (cf. fld magazine de septembre 2015). Les projets sont nombreux et chacun y trouve son compte... « Ce n'est pas qu'une action sociale, explique Béatrice Javary, déléguée générale de la Fondation. Ces projets peuvent permettre aux magasins de répondre à une attente de leurs clients pour le bio, la proximité. Etre point de dépôts des paniers permet aux magasins d'attirer des consommateurs pour un complément de courses et qui ne seraient pas venus sinon. Les stages en maga-



Photos: Manuel Da Costa

De g. à dr.: Jacques Pouly, président du réseau Cocagne, et Philippe Saudo, président de la Fondation Simply Market.



La surproduction des Potagers de Marcoussis (Essonne) est vendue sur un îlot dédié dans le magasin Simply Market.

sin, "passerelles emplois", permettent de recruter des personnes déjà sensibilisées au monde des fruits et légumes... Tous ces projets fonctionnent localement et nous aimerions les valoriser à un niveau plus large. »

### Reproduire le modèle à plus grande échelle

Treize projets ont été présentés, dans une ambiance détendue et enthousiaste. Les participants étaient invités à voter à la fin de chaque témoignage: est-ce que le projet est facilement reproductible? Entre macaron vert ou orange, séances photos et débats passionnés, la journée a glissé vers un après-midi "d'ateliers collaboratifs" pour envisager les mille et une façons d'aller plus loin. « On voudrait que la Fondation soit présente sur chaque magasin, que chacun ait un projet avec un jardin, que ça ne soit pas seulement un "one shot" avec une remise de chèque, s'enthousiasme le président de la Fondation, Philippe Saudo. Il y a de la simplicité, une proximité relationnelle. Il ne faut pas avoir peur des grandes sociétés! » ■

**Julia Commandeur**



Les participants, représentants des jardins, des magasins ou de la Fondation, engagés ou non dans un projet, ont débattu de la reproductibilité des expériences.