



Evaluation de la mise en œuvre et des effets du projet de Sécurité Sociale de l'Alimentation Locale en Savoie - SSALSa

PREMIERS RESULTATS

Ce document propose une synthèse du premier rapport d'évaluation de **la Sécurité sociale de l'alimentation locale en Savoie (SSALSa)** réalisé par l'Agence Nouvelle des Solidarités Actives (Ansa). Il vise à fournir des éléments de compréhension et d'analyse avant le lancement de l'expérimentation et à établir une base de référence pour les futures mesures à venir. Il documente ainsi les conditions initiales de déploiement de l'expérimentation, le profil des ménages adhérents, leurs pratiques d'achat, leur rapport à l'alimentation et les premiers éléments relatifs à l'appropriation du dispositif.

Les résultats et impacts du programme seront documentés dans les deux prochaines vagues d'évaluation, qui seront publiées fin 2026 et fin 2027.

La SSALSa, une expérimentation partenariale au service de l'accès à une alimentation saine et locale

La **SSALSa** est une expérimentation lancée en 2025 par la Caisse d'Allocations Familiales (Caf) de la Savoie et la Mutualité Sociale Agricole (MSA) Alpes du Nord, avec le concours de La Monnaie Autrement et en partenariat avec la Caisse Primaire d'Assurance Maladie (CPAM) de Savoie.

Le projet poursuit **trois objectifs** :

- Favoriser **l'accès à une alimentation de qualité** dans une logique de développement local et d'évolution des pratiques alimentaires ;
- Soutenir le **pouvoir d'achat** des adhérents ;
- Encourager **les circuits courts** ainsi que l'agriculture locale.

Le dispositif cible des **allocataires de la Caf et de la MSA** résidant sur **deux territoires savoyards** : le territoire Cœur des Bauges et le canton de La Ravoire, soit 19 communes pour cette première phase de déploiement. Sont concernées, côté Caf, les familles avec au moins deux enfants à charge, et côté MSA, les familles avec au moins un enfant, les jeunes de 18 à 25 ans ainsi que les retraités bénéficiaires de l'Allocation de solidarité aux personnes âgées (ASPA). L'adhésion repose sur une **cotisation mensuelle modulée selon le quotient familial**, de 30, 45 ou 60 euros, qui ouvre droit à une **enveloppe de 90 euros par mois** versée en **monnaie locale alimentaire Elef'A**, utilisable uniquement dans un **réseau conventionné** de producteurs et de distributeurs partenaires.

Cette expérimentation s'appuie sur une coopération historique entre les organismes impliqués et a nécessité un temps de coordination à son démarrage, notamment autour de la clarification des rôles entre co-porteurs et partenaires opérationnels. Le dispositif a par ailleurs fait le choix de s'appuyer sur La Monnaie Autrement pour définir un conventionnement de l'offre alimentaire locale et de qualité, sans comité citoyen.

Une bonne adhésion des ménages portée par une communication ciblée et des valeurs mobilisatrices

En 2025, 2 178 personnes étaient éligibles à la SSALSa, dont 2 029 allocataires Caf et 149 allocataires MSA. Au lancement du programme, **480 foyers ont adhéré à la SSALSa**, avec **436 adhérents côté Caf** et **44 côté MSA** ; le taux d'adhésion atteint 21% pour la Caf et 30% pour la MSA. Le rapport relève ainsi qu'un peu plus d'**un ménage ciblé sur cinq a adhéré au projet** en juin 2025.

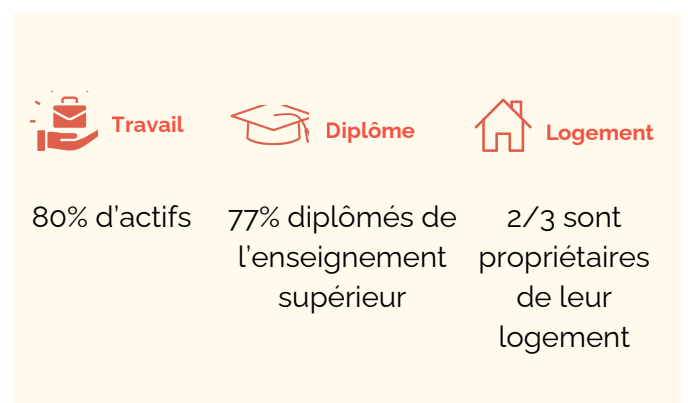
Cette adhésion est portée par une **communication ciblée**, majoritairement réalisée par mails et courriers, qui a permis de faire comprendre le fonctionnement du dispositif et de susciter l'intérêt des allocataires. **Les motivations d'adhésion** rapportées par l'évaluation sont **centrées d'abord sur les circuits courts et l'alimentation locale**, avant l'aide financière apportée par le dispositif.

La monnaie locale constitue un autre élément marquant du lancement du projet. **La majorité des foyers adhérents n'étaient pas membres de La Monnaie Autrement avant le début de l'expérimentation**, ce qui a fait de l'appropriation de ce mode de paiement un enjeu central pour la campagne d'adhésion et pour les premières semaines du dispositif. La Monnaie Autrement a mis en place des outils d'accompagnement et de communication à destination des ménages et des professionnels, **62% des répondants considèrent que la monnaie locale et son conventionnement sont adaptés au projet**, 18% y voient une contrainte pour leur foyer, 14% adoptent une position neutre et 6% ne se prononcent pas.

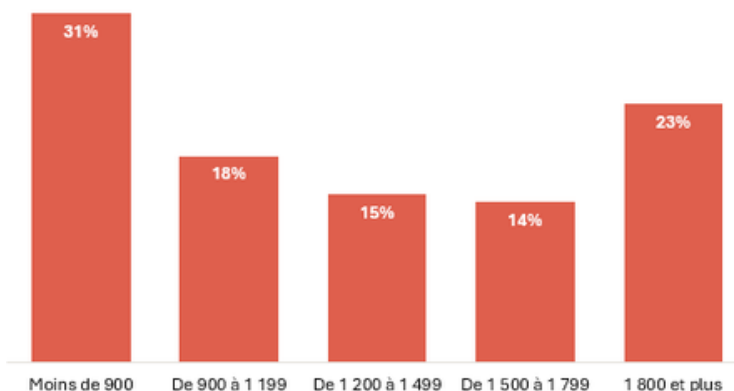
Des adhérents à la situation socio-economique globalement sécurisée mais confrontés à certaines restrictions

L'âge moyen des adhérent.es est de 41 ans, avec une forte concentration entre 34 et 50 ans ; 70% des foyers sont des couples et **27% des familles monoparentales**, ces dernières étant très majoritairement dirigées par des femmes. Les enfants bénéficiaires du programme ont en moyenne 10 ans.

Les ménages interrogés apparaissent globalement **sécurisés dans l'emploi et le logement**, et disposent d'un **niveau de diplôme très élevé**.



Répartition de l'effectif des répondant.es par quotient familial



Note de lecture : 23% des répondant.es ont un Quotient Familial supérieur à 1800 euros

Pour autant, cette relative stabilité sociale ne signifie pas absence de contraintes. **Les ménages à bas quotient familial sont les plus représentés parmi les adhérents**, avec 41% des foyers Caf adhérents situés sous le seuil de 1 000 euros de quotient familial, et des **taux d'adhésion plus élevés dans les tranches basses** que dans les tranches hautes des quotients familiaux.

On relève également la prévalence d'un sentiment de restriction budgétaire : **79% des ménages déclarent s'imposer régulièrement des restrictions** sur certains postes de leur budget. Les principaux postes cités sont les vacances et loisirs, l'habillement et l'alimentation.

Les pratiques d'achat des adhérents restent structurées autour de la grande distribution. Parmi les répondants, **85% fréquentent au moins un supermarché** parmi leurs trois principaux lieux d'achat, et **34% mentionnent un supermarché hard discount**. Les magasins bio, les AMAP (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne), les achats directs auprès de producteurs, les marchés et les commerces de proximité occupent aussi une place réelle, mais plus souvent en complément du premier lieu d'achat qu'en substitution à celui-ci, dans la mesure où 93% des adhérents fréquentent plus d'un lieu pour s'approvisionner.

Le prix apparaît comme le premier critère de choix au moment de réaliser des achats alimentaires. Viennent ensuite la saisonnalité et l'origine des produits, puis les préoccupations liées à la santé, au mode de production et aux labels. Les considérations économiques restent ainsi centrales, même si elles coexistent avec une forte sensibilité aux enjeux de santé et d'environnement.

Le rapport souligne que selon les profils, les personnes peuvent avoir tendance à concentrer leurs achats dans des commerces généralistes, en particulier pour « tout le nécessaire » et pour les produits d'épicerie ou surgelés - ou bien à répartir leurs achats sur plusieurs lieux : les produits frais sont davantage achetés dans des commerces de proximité ou dans des circuits dits alternatifs.



Profil A – Grande distribution uniquement - 19%

Ce profil regroupe les ménages qui réalisent l'ensemble de leurs achats alimentaires en grande distribution. Ils sont **moins diplômés que le reste de l'effectif**, ont majoritairement un **quotient familial inférieur à 1 200 euros**, déclarent le plus de **restrictions sur l'alimentation** et présentent la **plus faible diversité alimentaire**, avec une insécurité alimentaire surtout qualitative et parfois quantitative ; le prix constitue de très loin leur critère principal d'achat.



Profil B – Grande distribution complétée par les commerces de proximité -32%

Les ménages de ce profil commencent leurs courses en grande distribution puis complètent dans des commerces de proximité (marchés, boucheries, boulangeries, épiceries spécialisées). Ils sont **socialement plus proches de la moyenne de l'échantillon** en termes de revenus et de niveau d'étude. Leurs critères de choix restent fortement centrés sur le prix mais la santé, l'origine et le goût prennent davantage de place, et leur alimentation apparaît un peu moins contrainte que celle du profil A, avec **des restrictions fréquentes mais une diversité alimentaire plus souvent suffisante**.



Profil C – Grande distribution complétée par des lieux alternatifs - 23%

Ce profil se caractérise par un premier lieu d'achat en grande distribution, complété surtout par des lieux dits alternatifs (magasins bio, AMAP, achats directs auprès de producteurs). Les ménages qui y appartiennent ont des **niveaux de diplôme et de revenus plus élevés que la moyenne**, accordent une importance comparable au prix, à la saisonnalité et à l'origine des produits, et présentent moins de restrictions alimentaires, une diversité alimentaire plus souvent satisfaisante et **une alimentation plus fréquemment décrite comme choisie**.



Profil D – Lieux alternatifs ou de proximité en premier recours - 24%

Les ménages du profil D s'approvisionnent d'abord dans des commerces de proximité ou des lieux alternatifs, avec ou sans complément en grande distribution. Il s'agit des **ménages les plus favorisés de l'échantillon en termes de revenus et de diplôme**, déclarant le moins de restrictions et la meilleure diversité alimentaire ; chez eux, le prix n'est plus le premier critère de choix, devancé par le **mode de production et l'origine locale des produits**.

2% des ménages ont un profil d'achats marqués par le **recours à l'aide alimentaire** et aux récupérations comme sources principales d'approvisionnement.

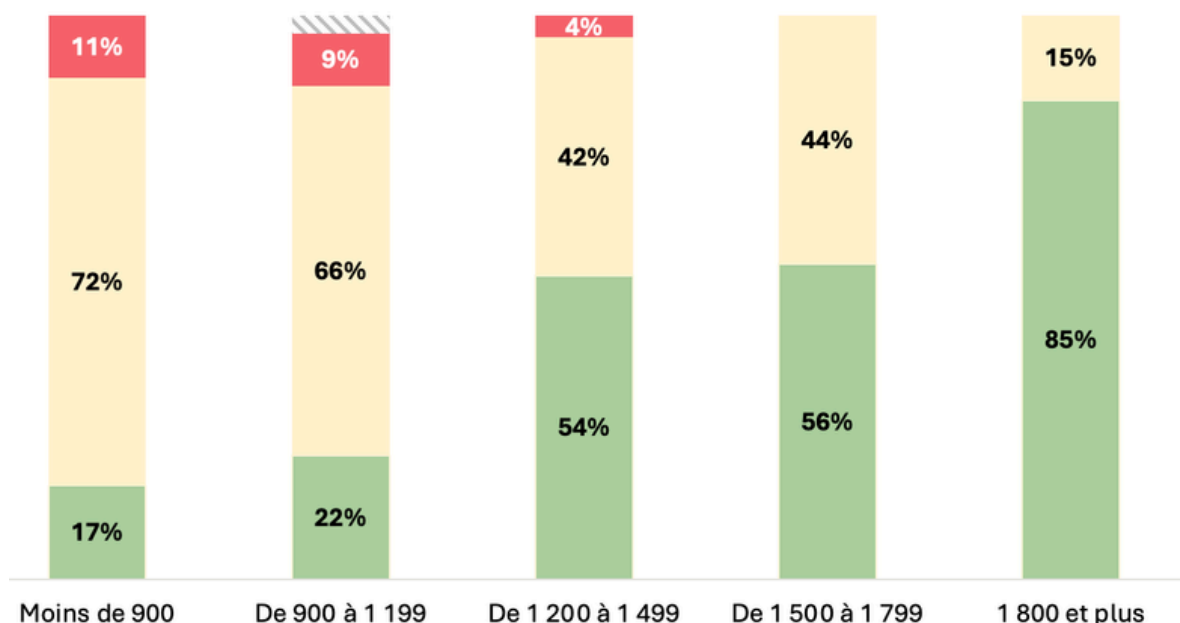
Des pratiques d'achats structurées autour de la grande distribution et des critères mêlant prix et valeurs

Le rapport documente aussi **un rapport à l'alimentation** traversé par des **restrictions** et des **arbitrages**. En matière de **sécurité alimentaire**, 44% des répondants déclarent pouvoir manger tous les aliments qu'ils souhaitent et aiment, **50% indiquent avoir assez à manger mais pas toujours les aliments souhaités**, et 6% déclarent n'avoir parfois pas assez à manger. Il s'agit donc principalement, dans l'échantillon observé, d'une insécurité alimentaire qualitative plutôt que quantitative.

Le rapport montre également qu'environ **4 répondants sur 10 ont une alimentation jugée insuffisamment diversifiée**, et que **12% présentent un risque élevé au regard de l'indicateur de diversité alimentaire** utilisé (adaptation du MDD-W). Les écarts observés selon le quotient familial sont marqués : **seuls 46% des répondants dont le quotient familial est inférieur à 900 euros ont une diversité alimentaire satisfaisante**, contre **80%** parmi ceux dont le quotient familial dépasse 1 800 euros. Le rapport souligne ainsi le rôle déterminant des ressources économiques dans la qualité et la diversité de l'alimentation.

Le frein économique est présenté comme le premier obstacle à une alimentation de qualité. Parmi les répondants concernés par l'insécurité alimentaire, **84% citent le manque de moyens financiers** comme principal frein, devant les contraintes de temps, les difficultés de déplacement, le régime alimentaire ou le manque d'équipement pour cuisiner. Le rapport relève également que **l'insécurité alimentaire se cumule à d'autres vulnérabilités** dans l'échantillon, notamment des restrictions sur de nombreux postes budgétaires, des renoncements aux soins médicaux, des fragilités liées au logement et des situations d'isolement social plus fréquentes.

Indicateur de sécurité alimentaire par quotient familial



- Vous n'avez parfois pas assez de nourriture à manger (3 à 10 fois par mois)
- Vous avez assez de nourriture, mais pas toujours les aliments que vous voulez / aimez
- Vous pouvez manger tous les aliments que vous voulez / que vous aimez
- ▨ Ne sait pas, ne souhaite pas répondre

MÉTHODOLOGIE

Le rapport initial (T0) repose sur une **méthodologie mixte**, associant un volet quantitatif et un volet qualitatif. Le recueil quantitatif a été réalisé du 2 au 12 juin 2025, avant le premier versement des Eléf'A, au moyen d'un **questionnaire en ligne adressé aux adhérents Caf et MSA**. Les réponses ont été appariées aux données administratives des deux caisses afin de renforcer la fiabilité de l'analyse tout en garantissant l'anonymat des répondants.

Le **taux de réponse était de 37%**, ce qui correspond à 177 répondants, dont 160 relevant de la Caf et 17 de la MSA. Un **contrôle de représentativité** a été réalisé sur plusieurs variables administratives et sociodémographiques, et a conclu à une bonne représentativité de l'échantillon, sans besoin de redressement.

Le volet qualitatif repose sur des **entretiens semi-directifs** menés tout au long de la première année d'expérimentation. Sept entretiens de cadrage ont d'abord été réalisés auprès des **pilotes et partenaires opérationnels** afin de documenter la genèse du projet, ses objectifs, les arbitrages de conception et les conditions de mise en œuvre. Des entretiens avec des **adhérentes** ont également été mobilisés pour éclairer les pratiques d'achat, les contraintes vécues et les motivations déclarées à rejoindre le dispositif.

Le protocole d'évaluation est longitudinal : **le questionnaire sera administré à trois reprises : au lancement (T0), puis à 12 mois (T1) et à 24 mois (T2)**. Les mesures à venir auront vocation à comparer dans le temps les mêmes indicateurs et à apprécier les évolutions liées à la mise en œuvre du programme.

Et après ?

Les rapports à un an et à deux ans documenteront si le dispositif modifie le pouvoir d'achat, réduit les restrictions budgétaires et alimentaires, fait évoluer les lieux et pratiques d'approvisionnement, et renforce le recours au réseau Eléf'A.

Ils permettront aussi d'observer si ces évolutions s'accompagnent d'une diminution de l'insécurité alimentaire, d'une amélioration de la santé perçue, du bien-être et du lien social, et dans quelle mesure les publics ciblés s'approprient réellement le dispositif, y compris à travers leur participation aux ateliers et activités proposés par les partenaires.

Les prochains rapports suivront également l'engagement des producteurs et commerces locaux, la place prise par les ventes en Eléf'A dans leur activité, les effets perçus sur la production et la commercialisation locale, ainsi que le renforcement éventuel des liens entre habitants, producteurs et offre locale conventionnée.

Enfin, la suite de l'évaluation permettra de documenter les conditions de l'essaimage de la SSALSa sur de nouveaux territoires.



Agence
nouvelle des
**solidarités
actives**

Leelo COSNIER : leelo.cosnier@solidarites-actives.com

06 69 25 72 53

Lila DUBREUIL : lila.dubreuil@solidarites-actives.com

06 25 00 07 31

Vigdis GOSSET : vigdis.gosset@solidarites-actives.com

06 60 70 65 70

