



**ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET
BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB)
DANS LANAUDIÈRE**

Synthèse des rapports 1 et 2

Céline Poissant

avec la collaboration de
Geneviève Marquis

Service de surveillance, recherche et évaluation
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière

Octobre 2013

Conception de l'étude, analyse, rédaction et animation des groupes de discussion :

Céline Poissant

Réalisation des entrevues téléphoniques et traitement des données :

Geneviève Marquis

Transcription des entrevues :

Catherine Hébert et Maryse Richard

Comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation :

Annie Bélanger, Vital Deschênes, Lucie Didié, Mylène Du Bois, Céline Hudon, Diane Joly, Geneviève Marquis, Diane Nadeau, Sylvie Nadon, Céline Poissant, Martin Raby, Sabine Roblain, Nadine Saint-Georges et Sylvie Taillefer

Comité de lecture :

Élizabeth Cadieux, Mario Paquet et Caroline Richard

Conception graphique et mise en page :

Sylvie Harvey, Maryse Richard et Sylvie Prud'homme

Sous la coordination de :

Élizabeth Cadieux

Toute information extraite de ce document devra porter la mention de sa source :

POISSANT, Céline, et Geneviève MARQUIS (coll.). *Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière. Synthèse des rapports 1 et 2*, Joliette, Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière, Direction de santé publique, Service de surveillance, recherche et évaluation, 2013, 51 p.

On peut se procurer une copie de ce document en communiquant avec la :

Direction de santé publique, Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière
245, rue du Curé-Majeau, Joliette (Québec) J6E 8S8
Téléphone : 450 759-1157, poste 4268
Télécopieur : 450 755-5149

La version PDF de ce document est disponible sur le site Web de l'Agence au :

www.agencelanaudiere.qc.ca sous l'onglet *Nos publications*

Pour toute information supplémentaire relative à ce document, veuillez contacter :

Céline Poissant, agente de planification, de programmation et de recherche, au numéro de téléphone 450 759-1157 poste 4269 ou, sans frais, 1 800 668-9229, poste 4269 ou, par courriel : celine.poissant@ssss.gouv.qc.ca

© Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière, 2013

Dépôt légal

Quatrième trimestre 2013

ISBN : 978-2-89669-180-7 (version imprimée)

978-2-89669-181-4 (version PDF)

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

TABLE DES MATIERES

CONTEXTE DE L'ÉTUDE.....	5
MÉTHODOLOGIE	6
1. RÉSULTATS DE L'AN 1 SUR LA PARTICIPATION INITIALE AU PROJET	7
1.1 Constats généraux sur la participation initiale des organisations partenaires	7
Lors de la phase d'élaboration du projet	7
Lors de la phase de mise en œuvre du projet	8
1.2 Facteurs ayant facilité et limité la participation initiale des organisations partenaires	10
Facteurs facilitants	10
Facteurs limitants.....	10
1.3 Constats généraux sur la participation initiale des bénévoles et employés	12
1.4 Facteurs ayant facilité et limité la participation initiale des bénévoles et employés	16
Facteurs facilitants	16
Facteurs limitants.....	17
1.5 Constats généraux sur la participation initiale des clients.....	18
1.6 Facteurs ayant facilité et limité la participation initiale des clients	22
Facteurs facilitants	22
Facteurs limitants.....	23
1.7 Recommandations au terme de la première année d'implantation.....	24
2. RÉSULTATS DE L'AN 2 SUR LA CONTINUITÉ DU PROJET ET LE MAINTIEN DE LA PARTICIPATION	27
2.1 Constats généraux sur la continuité et l'évolution globale du projet	27
D'après le comité d'accompagnement de l'évaluation.....	27
<i>Au niveau de l'environnement et du contexte de l'implantation</i>	27
<i>Au niveau des activités</i>	28
<i>Au niveau des acteurs</i>	29
D'après les trois groupes d'acteurs visés par l'évaluation	30
2.2 Constats généraux sur le maintien de la participation des organisations partenaires	32
2.3 Facteurs ayant facilité et limité le maintien de la participation des organisations partenaires	34
Facteurs facilitants	34
Facteurs limitants.....	34
2.4 Constats généraux sur le maintien de la participation des bénévoles et employés	35
2.5 Facteurs ayant facilité et limité le maintien de la participation des bénévoles et employés	36
Facteurs facilitants	36
Facteurs limitants.....	36
2.6 Constats généraux sur le maintien de la participation des clients.....	37
2.7 Facteurs ayant facilité et limité le maintien de la participation des clients.....	40
Facteurs facilitants	40
Facteurs limitants.....	42
2.8 Recommandations au terme de la seconde année d'implantation	43
CONCLUSION GÉNÉRALE	46



LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Facteurs ayant facilité la participation initiale des organisations partenaires	10
Tableau 2	Facteurs ayant fait obstacle à la participation initiale des organisations partenaires - 1	11
Tableau 3	Facteurs ayant fait obstacle à la participation initiale des organisations partenaires - 2	12
Tableau 4	Facteurs ayant favorisé la participation initiale des bénévoles et employés	17
Tableau 5	Facteurs ayant fait obstacle à la participation initiale des bénévoles et employés	18
Tableau 6	Facteurs ayant favorisé la participation initiale des clients.....	22
Tableau 7	Facteurs ayant fait obstacle à la participation des clients.....	24
Tableau 8	Facteurs ayant facilité le maintien de la participation des organisations partenaires.....	34
Tableau 9	Facteurs ayant fait obstacle au maintien de la participation des organisations partenaires.....	34
Tableau 10	Facteurs ayant favorisé le maintien de la participation des bénévoles et employés.....	36
Tableau 11	Facteurs ayant fait obstacle au maintien de la participation des bénévoles et employés.....	37
Tableau 12	Catégorie de revenu estimée de tous les répondants du groupe des clients, An 1 et An 2.....	38
Tableau 13	Catégorie de revenu estimée des répondants du groupe des clients excluant les « anciens clients », An 2.....	39
Tableau 14	Catégorie de revenu estimée de tous les répondants du groupe des clients ayant des enfants dans leur famille, An 1 et An 2	39
Tableau 15	Catégorie de revenu estimée des répondants du groupe des clients ayant des enfants dans leur famille, excluant les « anciens clients », An 2	39
Tableau 16	Facteurs ayant favorisé le maintien de la participation des clients	41
Tableau 17	Facteurs ayant fait obstacle au maintien de la participation des clients	42

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1	Le modèle logique du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière-Laurentides.....	48
ANNEXE 2	Schéma du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière lors de la seconde année de son implantation.....	49
ANNEXE 3	Le déroulement de la collecte des données.....	50

CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanauidière-Laurentides a démarré ses activités principales de distribution alimentaire en avril 2011, à la suite d'un processus d'élaboration amorcé en 2009 et impliquant de nombreuses organisations partenaires des deux régions visées. La mise en œuvre du projet a pu être réalisée, notamment, grâce à un financement obtenu de la part de Québec en forme. Une des conditions de ce financement était que l'organisme fiduciaire, la Table des Partenaires du développement social de Lanauidière (TPDSL), s'engage à évaluer ce projet et à transmettre les résultats de l'étude au bailleur de fonds. On trouvera en annexes, à titre d'information complémentaire, le modèle logique ou plan stratégique du projet soumis à Québec en forme (Annexe 1, p. 48), ainsi qu'un schéma permettant de visualiser le projet lors de la seconde année de son implantation (Annexe 2, p. 49).

Afin de se conformer à cette exigence, la TPDSL a fait appel à un de ses alliés traditionnels, la Direction de santé publique (DSP) de l'Agence de la santé et des services sociaux (ASSS) de Lanauidière. Des discussions entre les deux organisations et les principaux partenaires du projet ont conduit à l'adoption, en mai 2011, d'une proposition d'évaluation (Poissant, 2011) lors de la première rencontre du Comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanauidière. Bien que le projet ait été déployé sur deux régions, l'évaluation a porté exclusivement sur la portion implantée sur le territoire lanauidois. Son objectif général consistait à :

Évaluer la participation des différents groupes invités à prendre part aux activités du projet BBBB Lanauidière, soit les partenaires, et surtout ceux des milieux visés pour la tenue des activités, les bénévoles et les employés de ces milieux, les clientèles cible des activités mises en œuvre, principalement des familles et enfants défavorisés et, enfin, les producteurs maraîchers¹ visés en tant que fournisseurs de fruits et légumes locaux.

Plus spécifiquement, il s'agissait d'identifier, pour les différents groupes d'acteurs concernés², les facteurs favorisant et limitant leur participation initiale au projet BBBB Lanauidière, au cours de la première année de son implantation; puis ceux favorisant et limitant le maintien de leur participation, au cours de la deuxième année d'implantation. Pour les deux années de l'étude, l'évaluation portait sur les deux volets du projet BBBB Lanauidière, soit la distribution de boîtes de fruits et légumes frais, ainsi que les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Le présent rapport synthèse résume le processus de l'étude et les résultats obtenus au terme de chacune de ces deux années.

On peut noter que, conformément à l'approche préconisée par le Service de surveillance, recherche et évaluation de la Direction de santé publique de Lanauidière, l'évaluation a été réalisée dans une perspective participative et formative. Ainsi, un comité d'accompagnement a été mis sur pied afin de suivre, de soutenir et de valider les différentes étapes de la démarche. Il était composé d'acteurs concernés par les objets d'étude. Ceux-ci ont pu, en outre, utiliser au fur et à mesure les résultats transmis afin d'ajuster certains aspects de l'implantation du projet BBBB dans Lanauidière. Soulignons qu'une relative « vérification » de ces ajustements a pu être réalisée dans la deuxième partie de l'étude, axée sur la continuité du projet et le maintien de la participation des acteurs.

¹ Il faut noter que le groupe des producteurs maraîchers n'a pas pris part à l'étude, étant donné que l'intégration de ces derniers au projet BBBB Lanauidière a été reportée à une période ultérieure à la deuxième année d'implantation du projet.

² Les trois groupes ayant effectivement pris part au projet, ainsi qu'à son évaluation, sont : les organisations partenaires des deux régions (dont les points de chute dans Lanauidière uniquement), les bénévoles et les employés du projet BBBB Lanauidière, ainsi que les clients lanauidois du projet.



MÉTHODOLOGIE

Pour chacune des deux parties de l'étude, une combinaison de deux méthodes et trois sources de données a été employée, dans une perspective de triangulation. Au préalable, une recension des écrits avait permis de mieux comprendre le fonctionnement de la formule « BBBB », telle que développée dans les projets montréalais et torontois. De façon complémentaire, la prise en compte de documents produits dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre du projet BBBB Lanaudivère-Laurentides a contribué à une meilleure compréhension de ses particularités. Il a aussi fourni un éclairage utile lors de la conception des outils de collecte des phases subséquentes.

En ce qui concerne la première année de l'implantation (participation initiale des acteurs), trois questionnaires ont d'abord été conçus et chacun a été administré, en février et mars 2012, à l'un des trois groupes d'acteurs visés. Celui visant les organisations partenaires a été envoyé par la poste, et 25 des 27 organisations ciblées l'ont retourné dûment complété à l'équipe d'évaluation. Quant aux deux autres questionnaires, adressés respectivement aux bénévoles et employés du projet BBBB Lanaudivère, ainsi qu'à ses clients, ils ont été remplis lors d'entrevues téléphoniques. Celles-ci ont aussi été réalisées en février et mars 2012, après un prétest des outils et de leur mode d'administration auprès de deux points de chute de la région des Laurentides. Au total, 91 personnes ont répondu au questionnaire visant les clients et 24 autres ont répondu à celui adressé aux bénévoles et employés. Il faut noter que, parmi tous ces répondants, 17 personnes ont répondu aux deux questionnaires, puisqu'ils étaient à la fois clients ainsi que bénévoles ou employés du projet.

Par la suite, trois groupes de discussion ont été réalisés auprès des mêmes groupes d'acteurs, en mai et juin 2012. Les thèmes abordés à l'aide de cette méthode complémentaire étaient sensiblement les mêmes que dans le cadre des questionnaires.

Pour ce qui est de la deuxième année d'implantation, l'étude recourait principalement à la méthode du questionnaire, et un complément d'information a été obtenu grâce à la recherche documentaire. Cette fois encore, trois questionnaires ont été conçus, en fonction des trois mêmes groupes d'acteurs visés lors de la première année d'implantation. Les outils ciblant les bénévoles et employés ainsi que les clients ont été administrés par le moyen d'entrevues téléphoniques en février et mars 2013. Comme la première année, le questionnaire adressé aux organisations partenaires a été transmis par la poste. Les thèmes abordés demeuraient assez similaires à ceux de la première année d'implantation. Toutefois, la perspective adoptée était celle de la continuité du projet et du maintien de la participation, et les résultats de la première partie de l'évaluation étaient pris en compte. De plus, la population visée se limitait alors aux personnes ayant répondu aux premiers questionnaires, qui portaient sur leur participation initiale au projet BBBB (An 1). Parmi ces personnes, 44 ont répondu au deuxième questionnaire visant les clients (48 % de ceux de l'An 1) et 13 autres ont répondu à celui visant les bénévoles et employés (85 % de ceux de l'An 1). Quant aux représentants d'organisations partenaires, ils ont été 10 à répondre au questionnaire imprimé de l'An 2 (50 % de ceux de l'An 1).

On peut noter que l'Annexe 3 (p. 50) présente globalement, sous forme de tableau et pour les deux années de l'évaluation, les différentes étapes du déroulement de la collecte des données.

Le type d'analyse des données réalisé a varié selon la nature de ces données. Celles obtenues par le moyen des questionnaires ont été traitées à l'aide du logiciel SPSS. Celles provenant des groupes de discussion ont été soumises à une analyse de contenu qualitative. Les résultats partiels obtenus à chacune des étapes ont alimenté les étapes subséquentes. Elles ont servi notamment à la construction de nouveaux outils de collecte. Un premier rapport d'évaluation complet (Poissant et Marquis, 2012) présentait notamment les résultats de l'analyse globale des données de la première année, portant sur la participation initiale des acteurs. De même, un second rapport complet livrait ceux de la deuxième année, portant sur la continuité du projet et le maintien de la participation des acteurs (Poissant et Marquis, 2013).

1. RÉSULTATS DE L'AN 1 SUR LA PARTICIPATION INITIALE AU PROJET

Les résultats de l'analyse globale des données portant sur la participation initiale des acteurs lors de la première année d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière devaient servir à l'améliorer éventuellement en vue d'assurer sa continuité, son développement et sa pérennité. Dans cette optique, l'analyse a permis de mieux comprendre le fonctionnement et le déroulement du projet en voie d'implantation. Puis, elle a conduit à identifier des facteurs ayant facilité et limité la participation des trois groupes d'acteurs au projet BBBB. Il est important de souligner, toutefois, qu'aucune généralisation ne pouvait être formulée à partir des informations ayant mené à identifier ces facteurs facilitants et limitants. En effet, celles-ci se rapportaient souvent à des situations spécifiques ou ponctuelles, observées par exemple dans un des points de chute. Malgré tout, il demeurerait pertinent de relever toutes ces informations plus ou moins « isolées », dans la mesure où elles contribuaient à une meilleure compréhension globale des conditions favorisant l'implantation du projet.

1.1 Constats généraux sur la participation initiale des organisations partenaires

La participation des organisations partenaires dans la première année d'implantation du projet BBBB était d'un type spécifique. Celles-ci, en effet, étaient responsables de la planification, de l'organisation et de la gestion du projet. La réalisation de ces mandats s'est répartie en deux phases principales : celle de son élaboration et celle de sa mise en œuvre.

Lors de la phase d'élaboration du projet

En ce qui a trait à la phase d'élaboration du projet, les résultats obtenus suggèrent que les choses s'étaient plutôt bien déroulées. À cette étape, les aspects concernés relevaient essentiellement de la planification du projet et de la concertation.

- Les répondants au **questionnaire** ont considéré, dans l'ensemble, que le déroulement des aspects suivants avait été positif : l'élaboration et la promotion du projet, l'adaptation des infrastructures et l'organisation d'un point de chute, le partage d'une vision commune, la circulation de l'information entre les partenaires, la prise en charge du leadership et le partage des rôles entre les partenaires. Une majorité a aussi jugé que le recrutement des points de chute s'était bien déroulé. Par ailleurs, la principale raison retenue par les répondants, pour expliquer la collaboration au projet des organisations partenaires, était le fait que les objectifs rejoignaient la mission de l'organisme. Une majorité a aussi affirmé que leur organisme avait l'intention de participer encore au projet BBBB l'année suivante.

- Le **groupe de discussion** tenu avec des représentants d'organisations partenaires a conduit notamment à une meilleure connaissance des mécanismes de fonctionnement de la concertation. En général, l'efficacité et le bon déroulement du processus ont été reconnus par les informateurs, en ce qui concerne la communication, la circulation de l'information, le partage des rôles et le leadership assumé par la TPDSL, en tant que fiduciaire du projet. Quelques bémols ont tout de même été exprimés à propos du processus d'élaboration du projet. Ils étaient en lien avec le rôle ou les attentes du principal bailleur de fonds, telle la rapidité du processus constituant un aspect irritant pour la concertation.

Lors de la phase de mise en œuvre du projet

Pour ce qui est de la phase de mise en œuvre du projet, une complexification de celui-ci a été mise en évidence. Elle découlait notamment de la multiplicité des opérations requises pour les différents types d'activités offertes. Cette complexification, d'ailleurs, semblait avoir des incidences aussi bien dans les activités de planification et de concertation que dans celles se déroulant davantage au niveau du « terrain ».

Les deux méthodes de collecte ont conduit à des résultats complémentaires au sujet des activités de planification et de concertation se rapportant à cette première phase du projet.

- Les éléments abordés par le moyen du **questionnaire** se situaient davantage au niveau des points de chute : coordination entre la chargée de projet et l'organisme servant de point de chute, supervision par la chargée de projet régionale de BBBB et recrutement des participants. À cet égard, l'appréciation des répondants était majoritairement positive.
- Par contre, les participants au **groupe de discussion** ont émis des avis pas nécessairement convergents sur des aspects plus sensibles des relations de planification impliquant plusieurs organisations partenaires. Ils ont fait état de certaines tensions vécues au niveau du partage des rôles, de la prise en charge du leadership et des communications. Ils ont aussi apporté quelques précisions sur le recrutement des différents participants. Ainsi, ils ont mentionné que la planification initiale du recrutement des points de chute avait été modifiée pour des raisons de logistique et de rationalité dans le tracé des circuits (ne plus simplement implanter des points de chute dans deux MRC par année, mais plutôt sélectionner les points de chute à partir d'une liste d'attente d'organisations intéressées et de critères préétablis). Ils ont aussi souligné la diversité des types d'organismes sélectionnés pour jouer ce rôle et rappelé qu'on avait souhaité au départ ne pas ouvrir plus d'un point de chute par municipalité. Au sujet du recrutement des bénévoles et employés, les discussions ont montré que les informateurs des organisations partenaires avaient surtout participé, selon les cas, à celui des salariés de BBBB (appel de candidatures) ou des bénévoles de l'entrepôt (communiqué de presse et démarches auprès de plusieurs organisations, dont le pénitencier, des centres de désintoxication et un organisme regroupant des personnes âgées). Quant au recrutement des clients, les informateurs ont principalement souligné l'écart observé entre ceux qui avaient été visés au départ (les familles vulnérables, par la priorisation de zones de pauvreté de certaines MRC) et ceux qui étaient effectivement rejoints par le projet (majoritairement des familles à revenu modéré)³.

L'évaluation a également permis de documenter le déroulement des activités dites « terrain », soit celles qui se rapportent directement à la mission du projet BBBB Lanaudière. Celles-ci ont été regroupées en trois catégories : les activités de préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute, les activités de distribution des boîtes dans les points de chute, ainsi que celles visant la sensibilisation et l'éducation. Les participants à l'étude ont

³ On trouvera à la page 18 des informations plus précises sur les caractéristiques des clients ayant répondu au questionnaire de l'An 1.

aussi été invités à donner leur avis sur l'adéquation des services et des produits offerts dans le cadre du projet BBBB Lanauidière.

- En ce qui concerne le déroulement des activités entourant la **préparation des boîtes** avant leur arrivée dans les points de chute :
 - ✓ L'appréciation de la majorité des répondants au **questionnaire** était favorable. Les activités soumises à leur appréciation étaient : la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, la réception des fruits et légumes et la préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides, ainsi que le transport des boîtes de cet entrepôt aux points de chute.
 - ✓ Pour leur part, les informateurs du **groupe de discussion** réunissant des représentants de ces organisations ont montré qu'ils connaissaient relativement bien ces activités. Ils ont mis en évidence les efforts d'optimisation mis en œuvre dans le cadre restreint des locaux et des installations partagés avec BBBB, ainsi que la nécessité de passer bientôt à une phase de « déploiement », avec la mise en place d'un nouvel entrepôt dans Lanauidière et d'une logistique associée.
- Pour ce qui est des activités de **distribution des boîtes** dans les points de chute :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire** ont donné une appréciation tout aussi positive de leur déroulement : prise de commande et paiement des clients, transmission des commandes à la chargée de projet régionale, réception des boîtes, et accueil des clients ainsi que distribution des boîtes.
 - ✓ Par contre, d'après les informateurs du **groupe de discussion**, la participation des organisations à ces activités variait, notamment en fonction du type d'organisation. Ils ont, en outre, mentionné le développement de modes de fonctionnement particuliers dans les différents points de chute, en lien avec les caractéristiques de chacun (locaux, main-d'œuvre disponible pour la manutention, modalités de paiement, heures d'ouverture, etc.).
- Quant aux **activités de sensibilisation et d'éducation** :
 - ✓ Les résultats du **questionnaire** tendaient à montrer une diversité de situations prévalant dans les organisations concernant les activités déjà offertes et celles qui pourraient l'être. Selon les répondants, la rédaction, la publication ou la distribution du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe* était l'activité ayant été offerte par un plus grand nombre de leurs organisations. De même, la tenue de séances d'information ou de conférences serait, à leur avis, l'activité qui pourrait être éventuellement offerte par le plus grand nombre des organismes partenaires du projet BBBB.
 - ✓ Dans le **groupe de discussion**, des informateurs ont notamment précisé que les activités de sensibilisation et d'éducation n'avaient pas été réclamées par les clients. À leur avis, elles pouvaient constituer une charge supplémentaire pour les organismes points de chute.
- Enfin, en ce qui a trait à **l'adéquation des services** (moment et lieu de la distribution, installations et équipements utilisés) **et des produits offerts** (quantité, qualité, variété, rapport qualité-prix) :
 - ✓ La plupart des répondants au **questionnaire** ont émis des avis favorables.



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

- ✓ Pour leur part, les informateurs du **groupe de discussion** ont fourni des détails illustrant leurs points de vue sur certains aspects de cette question. Ils ont ainsi expliqué comment se passait la transmission d'informations sur le projet BBBB (par le moyen d'un « kit de départ »), une fois qu'un organisme avait accepté de signer une entente afin de devenir un point de chute. Ils ont fait état également de certaines lacunes à ce niveau ou de certaines circonstances ayant pu compliquer la mise en œuvre du projet (ajustement des jours et heures d'ouverture, modification au calendrier de livraison).

1.2 Facteurs ayant facilité et limité la participation initiale des organisations partenaires

Facteurs facilitants

Les éléments identifiés comme étant susceptibles de faciliter la participation des organisations partenaires au projet BBBB Lanaudière étaient, selon les cas, spécifiques au projet ou au point de chute, ou encore d'ordre général. Ceux qui étaient **liés aux activités proposées** se rapportaient à l'existence d'un fonctionnement et d'outils préétablis offerts aux points de chute selon une formule « clé en main » : système de boîtes, grille de réservation, feuille de recettes. Ceux qui étaient plutôt **liés à l'environnement et au contexte de l'implantation** réfèrent soit à des caractéristiques des points de chute (local, main-d'œuvre) ou à des caractéristiques du projet (implication financière non requise des points de chute (possibilité d'adaptation locale du projet). Puis, un ensemble d'éléments pouvaient s'apparenter à des facteurs facilitants **liés aux acteurs engagés dans l'implantation** du projet, à leurs habiletés, à leurs comportements, etc. Il était alors question de concertation, de communication, de circulation de l'information, de partage des rôles et de leadership.

Tableau 1

Facteurs ayant facilité la participation initiale des organisations partenaires

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
Un fonctionnement et des outils préétablis (caractéristiques du projet) : <ul style="list-style-type: none"> • Un système de boîtes de différents formats et différentes couleurs • Une grille de réservation • Une feuille de recettes 	Des caractéristiques du point de chute ou du projet : <ul style="list-style-type: none"> • Disposition d'un grand local • Disposition de main-d'œuvre pour la manipulation des boîtes • Implication financière non requise des points de chute • Possibilité d'adaptation du projet en fonction des points de chute 	En phase d'élaboration du projet, concernant le projet en général : <ul style="list-style-type: none"> • Fonctionnement efficace et bon déroulement du processus de concertation • Bonne communication • Bonne circulation de l'information • Bon partage des rôles entre partenaires • Leadership adéquatement assumé par la TPDSL

Facteurs limitants

Deux types d'éléments ont été considérés comme étant des facteurs limitant la participation des organismes partenaires au projet BBBB. Certains avaient trait à des aspects de l'implantation du projet « sur le terrain » des points de chute. Ils mettaient en cause des situations problématiques le plus souvent occasionnelles ou particulières. D'autres facteurs limitants concernaient le projet en général.

Parmi les éléments limitants touchant **le « travail terrain »** dans les points de chute, plusieurs étaient **en lien avec les activités proposées**. Ils se rapportaient soit à l'un ou l'autre des deux volets des activités (horaire de livraison et modalités de paiement des boîtes, origine du besoin et charge de travail des activités de sensibilisation); soit à des caractéristiques des produits livrés (qualité, rapport qualité-prix). Plusieurs également étaient **en lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation** et la plupart réfèrent à une insuffisance de ressources (matérielles, financières, humaines). Dans le même ordre d'idée, un seul élément était plus directement **en lien avec les acteurs**. Il était formulé sous forme de souhait, celui de pouvoir compter sur un assistant-livreur.

Tableau 2

Facteurs ayant fait obstacle à la participation initiale des organisations partenaires - 1

→ Du point de vue terrain des organismes points de chute : plutôt des situations problématiques, occasionnelles ou particulières

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • Non-respect de l'horaire de livraison • Fruits ou légumes endommagés • Rapport qualité-prix insatisfaisant • Avance d'argent à des clients • Activités de sensibilisation non réclamées par les clients • Charge de travail supplémentaire des activités de sensibilisation pour les points de chute 	<ul style="list-style-type: none"> • Absence d'un local adéquat • Absence d'un financement associé à ce projet demandant du temps de gestion • Besoin d'un soutien accru au niveau des ressources humaines et financières • Projet considéré comme « <i>comportant trop d'exigences</i> » 	<ul style="list-style-type: none"> • Souhait formulé par certains de pouvoir compter sur un assistant-livreur

En ce qui concerne les éléments limitants touchant **le projet en général**, le plus grand nombre étaient liés soit à l'environnement et au contexte de l'implantation, soit aux acteurs engagés dans cette implantation. Seuls deux éléments étaient **en lien avec les activités proposées** et mettaient en cause l'organisation de la chaîne de production et le travail avec des produits frais et leurs fournisseurs. Ceux qui étaient **liés à l'environnement et au contexte de l'implantation** avaient trait à des contraintes d'infrastructures (nombre de points de chute; grandeur de la région); à des contraintes organisationnelles (partenariat entre deux régions dans l'organisation des services); ou encore, à des contraintes de processus (ampleur de la tâche confiée à la chargée de projet régionale afin de mettre en œuvre ce projet, rapidité du processus exigé par le bailleur de fonds). Enfin, les éléments limitants liés aux acteurs engagés dans l'implantation étaient de deux types. D'une part, des problèmes de ressources humaines ont été identifiés : besoin d'un assistant-livreur et de bénévoles à l'entrepôt. D'autre part, des difficultés d'ordre relationnel ont été mentionnées : différentes lacunes de communication (publicité visant la population, communication entre la permanence BBBB et certains partenaires ou points de chute); ainsi que des tensions apparues dans la concertation lors de la phase de mise en œuvre du projet.

Tableau 3

Facteurs ayant fait obstacle à la participation initiale des organisations partenaires - 2

→ Concernant le projet en général

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • Tâche considérable d'organiser la chaîne de production des boîtes dans un entrepôt servant d'abord à d'autres activités • Contraintes liées au travail avec des produits frais et leurs fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre limité de points de chute en opération • Grandeur de la région impliquant de longues distances à parcourir • Partenariat entre deux régions dans l'organisation des services • Ampleur de la tâche à accomplir pour implanter 14 points de chute et un entrepôt ainsi qu'organiser la préparation et la distribution des boîtes dans deux régions • Rapidité du processus exigé par le principal bailleur de fonds qui n'a pas permis à tous les partenaires de savoir « ce qui se passait, le comment, le pourquoi » de toutes les décisions prises 	<ul style="list-style-type: none"> • Nécessité que les points de chute informent la population du nouveau service offrant des boîtes de fruits et légumes • Importante difficulté de communication avec certains partenaires en rapport avec le soutien technique et le développement du projet • Tensions apparues dans la concertation à la phase de mise en œuvre (transfert de leadership attendu non réalisé et possibles conflits de personnalités entre acteurs-clé du processus) • Difficultés de communication entre les salariés de BBBB et des points de chute • Manque de main-d'œuvre, dont des « bénévoles avec des bras » à l'entrepôt des Laurentides

1.3 Constats généraux sur la participation initiale des bénévoles et employés

La participation des bénévoles et employés, dans la première année d'implantation du projet BBBB, s'inscrit principalement dans sa phase de mise en œuvre.

L'évaluation a permis de documenter la participation initiale des acteurs de ce groupe sous différents angles. Ont été observés notamment : ce qui les avait conduits à cette participation, en quoi elle consistait, leur appréciation de certains aspects, dont les relations développées et entretenues entre les différents participants, et ce à quoi ils contribuaient grâce à cette participation. En outre, la participation au projet des bénévoles et employés pouvait se situer à différents niveaux, selon le type d'organisation à laquelle ils étaient rattachés. On pouvait distinguer ainsi les bénévoles et employés du projet BBBB lui-même (la chargée de projet régionale, l'agente de développement, le camionneur et le commis d'entrepôt), ceux de l'entrepôt des Laurentides et ceux des points de chute.

De premiers constats portent d'abord sur **les motivations à participer et le recrutement** des bénévoles et employés.

- Selon les résultats au **questionnaire** adressé à ce groupe, c'était principalement la possibilité de contribuer à améliorer l'accès à de bons aliments pour les gens de leur milieu qui leur avait donné le goût de prendre part au projet BBBB. De plus, les deux principaux éléments retenus par ces répondants comme pouvant faciliter leur recrutement étaient : la possibilité d'obtenir soi-même des fruits et légumes à faible coût, ainsi que des heures et des jours de distribution correspondant à leurs disponibilités.

- Dans le **groupe de discussion** des représentants d'organisations partenaires, les informateurs ont signalé l'écart entre les besoins anticipés pour ce projet sans précédent et les exigences de la réalité expérimentée. Ils ont aussi souligné la contribution fournie par les employés de la TPDSL, l'organisme promoteur. Pour leur part, les informateurs du groupe des bénévoles et employés ont donné deux raisons de poursuivre leur participation à ce projet : le plaisir de confectionner de « *super beaux paniers* » et la satisfaction observée chez les clients. Parmi les précisions fournies par les mêmes informateurs, on note : le recrutement fait surtout de bouche à oreille pour les bénévoles et employés des points de chute, et plutôt par un organisme intermédiaire pour ceux de l'entrepôt; le partage possible des tâches relatives à BBBB entre le responsable du point de chute et d'autres salariés ou bénévoles de l'organisme; ainsi que la meilleure connaissance globale du projet que possédaient les employés salariés de BBBB. Enfin, les informateurs du groupe des clients ont laissé entendre que, dans l'ensemble, ils n'avaient pas été sollicités personnellement afin de devenir bénévoles pour BBBB. Leurs propos montrent aussi qu'ils avaient une méconnaissance quasi totale des personnes travaillant à BBBB en amont du point de chute, ainsi que des modalités de la préparation de leurs boîtes de fruits et légumes.

Une fois qu'ils ont été recrutés, l'expérience de participation au projet BBBB des bénévoles et employés s'est enracinée concrètement au niveau des rôles qu'ils ont joués dans les activités de ce projet, c'est-à-dire dans les **activités dites « terrain »**. L'évaluation a contribué à identifier et décrire en quoi a consisté la participation effective des différents sous-groupes, soit les salariés de BBBB, les bénévoles et employés de l'entrepôt, puis ceux des points de chute. Les participants ont aussi fait part de leur appréciation du déroulement de ces activités. On peut noter que celle-ci était généralement favorable, pour ce qui est des répondants au questionnaire visant ce groupe.

- En ce qui concerne les activités de **préparation des boîtes** de fruits et légumes :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire** ont donné une opinion plutôt favorable sur : le déroulement de la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, ainsi que la réception des fruits et légumes et la préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides.
 - ✓ Puis, **les groupes de discussion** (bénévoles et employés et organisations partenaires) ont apporté des informations supplémentaires sur : les bénévoles de l'entrepôt des Laurentides (diversité sociodémographique, habiletés et capacités requises, dont l'importance de pouvoir compter sur des hommes ayant une certaine force physique), les opérations de contrôle de la qualité à l'entrepôt de Montréal et sur la ligne de montage de celui des Laurentides, ainsi que les fonctions du commis d'entrepôt (contrôle de la qualité, production des boîtes, préparation des palettes de boîtes pour la livraison par camion, lavage des boîtes). Des informateurs ont aussi signalé des conditions de travail parfois tendues à l'entrepôt des Laurentides, dans le contexte d'une cohabitation au sein d'un espace limité avec les employés et bénévoles de Moisson Laurentides.
- À propos des activités de **distribution des boîtes** de fruits et légumes :
 - ✓ Selon les répondants au **questionnaire**, la réception des boîtes, ainsi que l'accueil des clients et la distribution des boîtes aux points de chute étaient les deux tâches auxquelles le plus d'entre eux avaient pris part. D'ailleurs, parmi les huit activités de ce volet dont ils ont jugé positivement le déroulement, ces trois tâches plus spécifiques sont celles sur lesquelles ils ont émis les perceptions les plus favorables.



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

- ✓ Puis, **les trois groupes de discussion** ont permis d'obtenir des précisions sur : les responsables de points de chute, les tâches qu'ils accomplissaient pour BBBB ; ainsi que la répartition des tâches entre eux et d'autres employés ou bénévoles de l'organisme point de chute. Il a été question de la nécessité de recourir occasionnellement, pour la manutention des boîtes, aux bénévoles et employés, aux clients ou au camionneur. Les informateurs ont également relaté les diverses opérations réalisées les jours de livraison des boîtes : vérification et comptage des boîtes, accueil des clients, remise des boîtes, vérification du paiement, collecte du paiement de la prochaine boîte, rappels téléphoniques, transmission des commandes à BBBB, etc. Ils ont, en outre, mentionné certaines difficultés en lien avec les modalités de paiement (avances parfois assumées par le responsable de BBBB au point de chute).
- Par rapport aux **activités de sensibilisation et d'éducation** :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire** (bénévoles et employés) ont identifié quatre activités étant offertes par plus de la moitié de leurs organismes : l'organisation de séances d'information ou de conférences, de cuisines collectives, d'ateliers culinaires et de dégustations. Les activités auxquelles le plus de répondants ont déclaré avoir participé personnellement étaient : la rédaction, la publication ou la distribution du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*, ainsi que l'organisation de séances d'information ou de conférences. Puis, une majorité de répondants ont considéré que leur organisme pourrait éventuellement offrir les cinq activités de ce type suggérées, soit : l'organisation de séances d'information ou de conférences, de dégustations, de cuisines collectives et d'ateliers culinaires, ainsi que le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique. Enfin, les répondants qui se sont prononcés à ce sujet ont jugé que le soutien offert par un employé de BBBB à propos de ce type d'activité était dans l'ensemble adéquat.
 - ✓ Par ailleurs, **les trois groupes de discussion** ont permis de mettre en évidence une diversité de situations concernant les activités de ce type, selon les points de chute. Il est apparu que la plupart de ces organismes avaient déjà développé des activités en lien avec l'alimentation (cuisines collectives et ateliers culinaires surtout) avant la mise en œuvre de BBBB et que d'autres projetaient d'en développer avec l'aide de l'agente de développement du projet. Concernant le rôle de cette ressource, les informateurs (employés, bénévoles et clients) en avaient une connaissance inégale et il est apparu que certains points de chute avaient déjà développé une collaboration avec une autre professionnelle offrant des services semblables (une nutritionniste de CLSC).

D'autres thématiques se situant dans le prolongement de la participation des bénévoles et employés aux activités du projet BBBB ont été abordées dans le cadre de l'évaluation : l'adéquation du nombre de bénévoles, l'adéquation des services et des produits offerts, les relations développées et entretenues, ainsi que la satisfaction globale à l'égard du projet.

- En ce qui concerne **l'adéquation du nombre de bénévoles** :
 - ✓ Les répondants à **deux questionnaires** (bénévoles et employés eux-mêmes et représentants d'organisations partenaires) se sont montrés partagés. Et ce, même si la majorité d'entre eux ont exprimé une appréciation favorable.

- Au sujet de *l'adéquation des services offerts* :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire adressé aux bénévoles et employés** ont considéré comme étant généralement adéquats : les équipements utilisés pour le transport et la manipulation des boîtes, les installations utilisées pour leur réception et leur distribution, ainsi que le moment de la distribution. Quelques commentaires plus critiques ont été exprimés sur : le moment de la livraison, la ponctualité du camion de livraison, la quantité ou la qualité des fruits et légumes, le nombre de boîtes disponibles, les infrastructures ou les modalités de fonctionnement. Des répondants ont exprimé le souhait que soient implantés plus de points de chute et ils ont souligné la nécessité de créer un entrepôt dans Lanaudière.
 - ✓ D'après les informateurs des **groupes de discussion**, une relative flexibilité serait nécessaire au regard de la ponctualité des livraisons et il faudrait développer de nouveaux points de chute dans les deux régions. Par contre, des participants se sont interrogés sur la pertinence de diffuser de la publicité sur le projet dans des milieux où aucun point de chute n'était encore implanté, ainsi que sur l'origine du besoin pour les activités de sensibilisation et d'éducation. Il a été question d'une petite lacune dans la transmission d'informations aux clients sur les modifications occasionnelles au calendrier des livraisons. Le camionneur a été identifié comme étant un intermédiaire efficace en vue de relayer ce genre d'information.
- À propos de *l'adéquation des produits offerts* :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire visant les bénévoles et employés** ont exprimé des opinions généralement favorables sur la qualité, la quantité et la variété des fruits et légumes, ainsi que le rapport qualité-prix.
 - ✓ Puis, les informateurs du **groupe de discussion** ont parlé de l'apparence de « vide » que pouvait présenter le plus petit format de boîte, et des modifications aux quantités des différents formats apportées en cours de route afin de mieux respecter les quantités de portions prévues. Ils ont aussi signalé des problèmes occasionnels dans la qualité des fruits et légumes et proposé des façons de les traiter.
- Pour ce qui est des *relations entre les différents acteurs du projet* :
 - ✓ Les répondants aux **questionnaires** adressés aux bénévoles et employés et aux représentants d'organisations partenaires ont jugé positivement, dans l'ensemble, le déroulement des relations entre les différents acteurs du projet. Ils ont ainsi apprécié : les relations entre les bénévoles et employés et la responsable du projet BBBB au point de chute, celles entre les bénévoles et employés (entre eux) au point de chute, la coordination entre la chargée de projet régionale et l'organisme servant de point de chute, ainsi que de la supervision par la chargée de projet régionale.
 - ✓ Les informateurs de deux **groupes de discussion** (bénévoles et employés ainsi que clients) ont aussi laissé entendre que toutes les relations impliquant les bénévoles et employés se passaient plutôt bien, sauf exception. Ils ont considéré : que les employés permanents de BBBB avaient développé de bonnes relations avec la plupart des points de chute, malgré des problèmes de communication occasionnels; que le camionneur était très bien accueilli dans tous les points de chute; et que ça se



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

passait en général très bien entre les bénévoles et employés et les clients aux points de chute, ainsi qu'entre les bénévoles et les gens venant aider à l'entrepôt.

- En dernier lieu, la **satisfaction globale des bénévoles et employés** à l'égard du projet BBBB auquel ils avaient participé a été abordée.
 - ✓ Les répondants au **questionnaire** ont affirmé que le projet BBBB allait bien, qu'il était intéressant et ressemblait à ce que proposait Équiterre, qu'il permettait aux gens de l'organisme d'obtenir des fruits et légumes à cuisiner, qu'il attirait de nouveaux clients pour d'autres services de l'organisme et qu'il pouvait constituer une aide à l'emploi pour les jeunes. Deux suggestions ont été formulées avec ces commentaires : celle d'organiser des visites de groupes de jeunes, par exemple à l'entrepôt des Laurentides; et celle de développer d'autres activités en vue de contribuer à ce que les gens apprennent à mieux manger.
 - ✓ Puis, les informateurs du **groupe de discussion** (bénévoles et employés) ont affirmé que le projet BBBB permettait aux clients d'avoir accès à une bonne ou une meilleure nutrition, ainsi qu'à des connaissances. Il leur permettait aussi de découvrir de nouveaux produits et de nouvelles recettes, notamment des produits de chez nous, tels les légumes racines.

1.4 Facteurs ayant facilité et limité la participation initiale des bénévoles et employés

Facteurs facilitants

Des facteurs pouvant faciliter la participation des bénévoles et employés au projet BBBB ont été relevés dans les résultats obtenus de différentes sources. Le plus grand nombre étaient liés soit aux activités proposées, soit aux acteurs engagés dans l'implantation du projet.

La plupart de ceux qui étaient **liés aux activités proposées** prenaient la forme de possibilités que le projet donnait aux bénévoles et employés : achat d'aliments à faible coût, découverte de nouveaux produits et de recettes, accès à des aliments locaux et à une bonne nutrition. D'autres avaient trait plutôt aux modalités de fonctionnement du projet : le développement d'activités, l'organisation logistique et la répartition des tâches. Par ailleurs, certains des facteurs facilitants **liés aux acteurs engagés dans l'implantation** soulignaient le bon travail de participants en particulier (détenus d'un établissement pénitencier à l'entrepôt, chargée de projet régionale pour l'ensemble de son travail et camionneur comme intermédiaire pour la transmission d'informations). Les autres facteurs facilitants liés aux acteurs mettaient en évidence les bonnes relations entre des participants (entre bénévoles et employés et clients aux points de chute; entre employés salariés de BBBB et points de chute). Quant aux deux facteurs facilitants **liés à l'environnement et au contexte de l'implantation**, ils réfèrent à des aspects relativement différents : la bonne ambiance régnant à l'entrepôt des Laurentides; et la possible contribution du projet à une évolution dans le domaine environnemental, de par son soutien aux agriculteurs locaux.

Tableau 4

Facteurs ayant favorisé la participation initiale des bénévoles et employés

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité d'acheter eux-mêmes des aliments à faible coût • Découverte de nouveaux produits et recettes grâce au bulletin • Accès à des produits québécois, locaux ou « de chez nous » • Accès à une bonne nutrition • Développement d'activités assumé principalement par l'agente de développement de BBBB • Bonne organisation logistique et bonne répartition des tâches lors de la réception des boîtes aux points de chute 	<ul style="list-style-type: none"> • Bonne humeur et bonne ambiance régnant à l'entrepôt des Laurentides • Possibilité que le projet contribue à une évolution dans le domaine environnemental en aidant des agriculteurs locaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Appréciation du rôle des détenus d'un établissement pénitencier à l'entrepôt des Laurentides pour manipuler les boîtes de fruits et légumes • Relations généralement bonnes entre bénévoles et employés et clients aux points de chute • Travail extraordinaire réalisé par la chargée de projet régionale de BBBB malgré les difficultés d'un emploi cumulant deux fonctions bien distinctes • Camionneur considéré comme un bon intermédiaire pour la transmission d'informations • Bonnes relations développées entre les employés salariés de BBBB et la plupart des points de chute, poste d'agente de développement permettant de mieux connaître les points de chute et de créer des liens plus forts entre eux

Facteurs limitants

Différents facteurs pouvant limiter la participation des bénévoles et employés au projet BBBB ont aussi été dégagés à la suite de l'analyse globale de l'ensemble des résultats de l'An 1. Ceux-ci étaient relativement nombreux dans les trois types de facteurs qui ont été distingués.

Ceux qui étaient **liés aux activités proposées** relevaient surtout des modalités de fonctionnement du volet de la distribution des fruits et légumes : fréquence des livraisons, contrôle de la qualité, modalités de paiement, gestion des plaintes. Deux seulement se rapportaient au volet des activités de sensibilisation et d'éducation : origine du besoin pour ces activités et charge de travail associée. Les facteurs limitants **en lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation** touchaient différents aspects du projet : les conditions de travail, le recrutement de bénévoles, le contexte du recours à l'agente de développement, le besoin d'ouvrir de nouveaux points de chute, la façon de faire de la publicité et la méconnaissance du système d'approvisionnement. Quant aux facteurs limitants **liés aux acteurs engagés dans l'implantation**, ils référaient aux ressources humaines nécessaires au projet (nombre et capacités exigées), ainsi qu'aux rôles respectifs des différents acteurs et aux relations entre eux (permanence de BBBB vs points de chute).

Tableau 5

Facteurs ayant fait obstacle à la participation initiale des bénévoles et employés

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • Livraison aux deux semaines qui « revient souvent » pour les bénévoles • Impossibilité pour les bénévoles de l'entrepôt de détecter tous les problèmes de qualité des fruits et légumes • Expérience négative de certains responsables de points de chute ayant fait des avances d'argent à des clients • Charge supplémentaire pour les responsables de points de chute liée aux activités de sensibilisation et d'éducation • Origine questionnée du besoin pour les activités de sensibilisation et d'éducation • Améliorations jugées nécessaires au processus de gestion des plaintes 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté à recruter des bénévoles vu la distance à parcourir sur le territoire • Froid ambiant à l'entrepôt • Stress et surplus de travail pour les employés de Moisson Laurentides associés au doublement des personnes présentes les jours de production des boîtes BBBB • Appel aux services de l'agente de développement de BBBB limité vu la collaboration préexistante entre des points de chute et une nutritionniste de CLSC • Besoin éprouvé dans les deux régions d'ouvrir de nouveaux points de chute • Nécessité d'ajuster la façon de faire la publicité du projet • Méconnaissance du système d'approvisionnement de BBBB 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigence de force physique pour la manipulation des boîtes limitant le recrutement de bénévoles (aide-livreur souhaité) • Nombre limité de bénévoles, notamment dans les points de chute, empêchant d'augmenter le volume des boîtes offertes • Relative méconnaissance des acteurs à l'égard de ceux qui travaillent à BBBB dans un autre milieu que le leur (entrepôt ou point de chute) ou du travail qu'ils font • Souhait exprimé que l'équipe de BBBB ne s'impose pas trop • Lacunes associées au « kit de départ » remis aux nouveaux points de chute (contenu et diffusion) • Quelques problèmes de communication entre la chargée de projet régionale et certains points de chute

1.5 Constats généraux sur la participation initiale des clients

Comme celle des bénévoles et employés, la participation des clients au projet BBBB, au cours de la première année de son implantation, a pris place essentiellement dans la phase de mise en œuvre du projet.

La participation initiale de ces acteurs, destinataires des services et des produits au cœur du projet BBBB, a aussi été étudiée en fonction de différentes dimensions. L'évaluation a ainsi tenté de cerner : qui étaient ces clients, ce qui les avait conduits à prendre part à ce projet, comment s'était déroulée leur participation particulière aux activités proposées, leur appréciation de certains aspects de ces activités, et ce que leur apportait cette participation.

En premier lieu, un **portrait général des clients** rejoints par le projet BBBB Lanaudière a pu être esquissé.

- Les résultats du **questionnaire** adressé aux clients ont fourni de nombreuses informations sur les caractéristiques de la clientèle. D'abord, au sujet de leur statut, ils montraient : qu'une majorité d'entre eux étaient des clients réguliers; que les clients occasionnels expliquaient principalement ce statut par une volonté de laisser la priorité des boîtes à des personnes en ayant « vraiment besoin ». D'autres résultats ont permis d'ébaucher un portrait sociodémographique des répondants. Ainsi, plus des deux cinquièmes d'entre eux ont dit habiter dans une ville plutôt que dans un village ou à la campagne. Leurs âges sont apparus variés, mais ils étaient plus nombreux à se situer dans la tranche des 45 à 64 ans (près du tiers d'entre eux). Leurs situations familiales étaient également variées, mais ils étaient plus nombreux à vivre en couple avec des enfants (plus des deux cinquièmes). Quant au revenu familial annuel déclaré, il est apparu aussi assez variable : il se situait entre 0 \$ et 39 999 \$ pour un peu plus de la moitié des répondants, mais il atteignait tout de même 70 000 \$ et plus pour près du cinquième d'entre eux. Un croisement de résultats a permis d'estimer que près du quart des répondants auraient un revenu situé sous le seuil de faible revenu, alors que près du cinquième auraient un revenu relativement « élevé » et plus de la moitié un revenu « modéré ». Enfin, en ce qui concerne leur scolarité, les répondants de ce

groupe présentait aussi une variété de situations, mais le plus grand nombre d'entre eux (plus du quart) ont dit avoir obtenu un diplôme d'études collégiales. Pour leur part, les répondants au questionnaire visant les organisations partenaires ont exprimé leurs perceptions à l'égard de certaines des caractéristiques des clients et leurs avis étaient partagés. C'était le cas au sujet de : la proportion des clients étant défavorisés ou très défavorisés, leur scolarité, ainsi que la proximité des points de chute par rapport au lieu de résidence des clients.

- Le contenu des **trois groupes de discussion** portait davantage sur l'écart entre la clientèle initialement visée et celle effectivement rejointe. Les avis étaient partagés sur deux aspects : le projet s'adressait-il au départ « à tout le monde » ou plutôt à des clientèles défavorisées associées à des territoires ou des organismes spécifiques? Voulait-on privilégier les « familles vulnérables », même si on offrait à tous la possibilité de s'inscrire? Différents constats ont aussi été émis par certains informateurs : le projet rejoignait surtout des familles « à faible revenu et à revenu modéré », il avait moins de succès dans les milieux défavorisés quand de l'aide alimentaire y était déjà offerte, ou encore, un point de chute installé dans un organisme associé à la pauvreté pouvait rebuter de potentiels clients plus favorisés. Du point de vue de ces informateurs, les clients se situeraient souvent dans une « zone grise » entre les personnes qui ne peuvent « rien se payer » et celles qui ont un bon revenu, mais une partie de ces clients seraient des prestataires d'aide sociale ayant pris l'habitude de payer leurs boîtes le premier du mois. La crainte de « prendre la place de quelqu'un » ressentie par des clients non défavorisés a été identifiée. Les participants ont aussi fourni des détails sur les caractéristiques propres aux clients de différents points de chute : selon les cas, beaucoup de personnes âgées, des employés et bénévoles de l'organisme devenus clients, des femmes plus nombreuses à aller chercher les boîtes, etc.

Des informations ont été obtenues aussi sur **les motivations à participer des clients et leur recrutement**.

- Selon les résultats au **questionnaire** adressé aux clients, les principaux moyens par lesquels ceux-ci avaient entendu parler du projet BBBB étaient, par ordre d'importance : le fait de travailler à un point de chute, la publicité, un ami ou un parent, et un organisme communautaire ou une table de concertation. Quant aux raisons les ayant amenés à décider d'acheter des boîtes de BBBB, elles étaient, par ordre d'importance : la possibilité d'encourager des producteurs québécois et locaux de fruits et légumes, le coût abordable pour des boîtes de fruits et légumes de qualité, le souci de leur santé ou celle de leur famille, et la possibilité d'obtenir près de chez eux des fruits et légumes de qualité. L'analyse a montré aussi : que les répondants s'étaient principalement inscrits au projet BBBB à son tout début, en octobre 2011; et que la plupart des répondants avaient l'intention de commander encore des boîtes au cours de l'année suivante.
- D'après **les groupes de discussion**, le principal moyen par lequel les clients avaient entendu parler du projet BBBB était le dépliant promotionnel, souvent diffusé dans le cadre d'une réunion. Les informateurs ont aussi réitéré plusieurs des motivations à participer au projet déjà identifiées grâce au questionnaire, soit, globalement, la possibilité d'avoir accès à des légumes de toutes sortes, d'origine régionale et à prix abordable. En outre, les clients appréciaient de pouvoir se les procurer à proximité de chez eux et les recettes transmises pouvaient constituer un incitatif supplémentaire. Pour certains, également, des préoccupations antérieures concernant l'environnement ou la saine alimentation pouvaient s'ajouter aux motivations initiales à s'inscrire au projet. Apparemment, des personnes à faible revenu avaient même décidé de s'inscrire à BBBB par volonté de ne plus recevoir une aide alimentaire comportant « beaucoup de cochonneries ». À l'opposé, des personnes « pas nécessairement défavorisées » pouvaient décider de s'inscrire à BBBB parce que les boîtes n'étaient « pas chères », bien que certaines pouvaient hésiter à le faire quand le point de chute était implanté dans un organisme « pour les pauvres ». On a aussi souligné l'impossibilité pour l'instant, vu l'absence d'entrepôt dans Lanaudière, d'ouvrir de nouveaux points de chute qui permettraient de desservir des populations souhaitant avoir accès aux services de BBBB.



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

Pour ce qui est de la **participation aux activités** vécue par les clients, vu leur statut de receveurs de services et de produits, elle était difficilement dissociable de leur point de vue sur l'adéquation de ces services et produits, et donc de leur satisfaction à cet égard. C'est pourquoi les informations relatives à ce sous-thème présentées dans les prochains paragraphes englobent des éléments appréciatifs et d'autres plus descriptifs. Dans leur cas, toutefois, il n'a pas été question du volet de la préparation des boîtes de fruits et légumes, activités se déroulant en amont des points de chute qu'ils fréquentaient.

- En ce qui concerne les activités entourant la **distribution des boîtes** :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire** adressé aux clients ont jugé adéquats cinq aspects des services de distribution : l'accueil par les bénévoles ou employés au point de chute, les locaux où sont situés les points de chute, l'endroit (lieu géographique) où est situé le point de chute, la distribution aux deux semaines, ainsi que le moment de la distribution. On note aussi, chez les répondants, un très haut niveau de satisfaction à l'égard de deux autres aspects de la distribution des boîtes de fruits et légumes : la possibilité d'obtenir près de chez eux des fruits et légumes de qualité; ainsi que la possibilité de contribuer à de bonnes habitudes alimentaires. Pour leur part, les répondants aux questionnaires visant les deux autres groupes ont aussi jugé favorablement, dans l'ensemble, le déroulement de l'accueil des clients et de la distribution des boîtes dans les points de chute.

Pour ce qui est des **produits**, la grande majorité des répondants du groupe des clients se sont déclarés satisfaits de leur achat personnel de boîtes de fruits et légumes par rapport : à la qualité des produits, à leur quantité dans chaque boîte, à leur variété et au coût des boîtes.

- ✓ Les **groupes de discussion** ont fourni différentes informations supplémentaires sur les modalités de la **distribution des boîtes** dans les points de chute : paiement normalement exigé d'avance, nécessité pour les clients d'apporter leurs propres sacs de transport pour y transvider le contenu de leurs boîtes, accès possible à des boîtes d'échanges dans certains points de chute, heures d'ouverture convenant en général aux clients. Il a été question aussi de la bonne accessibilité des locaux des points de chute et de la possibilité d'un entreposage d'accommodement offert dans certains points de chute, afin de s'adapter aux clients qui travaillent, moins disponibles aux heures de distribution des boîtes et d'ouverture des points de chute.

En ce qui concerne les **produits** obtenus, les répondants ne savaient pas tous que les boîtes étaient conçues pour une semaine et non deux, ni ce que représente une portion. Il semble également que les problèmes occasionnels observés dans la qualité des produits n'étaient pas systématiquement signalés aux responsables de points de chute. Des répondants ont aussi fait état de moyens d'adaptation développés par les clients afin que le format ou le contenu des boîtes convienne davantage à leurs besoins. Pour leur part, les informateurs du groupe de discussion des organismes partenaires ont considéré que les clients étaient en général satisfaits des produits obtenus, malgré des plaintes occasionnelles sur la qualité de certains fruits ou légumes (parfois abîmés) ou leur variété (trop des mêmes légumes racines pendant plusieurs semaines).

- Au sujet des **activités de sensibilisation et d'éducation** :
 - ✓ Les répondants au **questionnaire** visant les clients ont identifié celles qui étaient offertes par leurs points de chute et auxquelles ils avaient eux-mêmes participé. Par ordre d'importance, c'était : la lecture des *Bulletins Bonne Boîte Bonne Bouffe*, les dégustations, les cuisines collectives, les ateliers culinaires, ainsi que les séances d'information ou conférences. Puis, par la suite, plus de la moitié de ces répondants ont affirmé qu'ils aimeraient participer à la plupart de ces mêmes activités.
 - ✓ Les échanges dans les **trois groupes de discussion** ont permis d'apprendre que plusieurs activités de cette nature étaient offertes dans certains milieux sans que ce soit nécessairement par le projet BBBB. Quant à celles qui étaient organisées dans le cadre de BBBB, les informateurs se sont interrogés sur la clientèle particulière qu'il fallait cibler : celle qui achète les boîtes de fruits et légumes ou les usagers des autres services proposés par l'organisme point de chute? Il a été mentionné que ce type d'activité n'était pas nécessairement demandé par les clients des boîtes et qu'ils devaient faire des efforts pour y participer; que les personnes âgées pouvaient être plus réticentes à y prendre part; et que les personnes non disponibles dans le jour pouvaient avoir de la difficulté à le faire. Des informateurs ont suggéré de tenir ces activités le soir ou dans des lieux alternatifs (par exemple, les écoles). Les dégustations ont été identifiées comme étant l'activité de ce volet la moins exigeante, et une activité appréciée par ceux qui y avaient participé. Enfin, il a été souligné aussi que le bulletin constituait un moyen d'éducation efficace, apprécié et attendu par les clients, et que les recettes qui y étaient proposées étaient particulièrement appréciées et utilisées.
- Enfin, de façon globale, les différents groupes d'acteurs ont exprimé leur point de vue sur **la satisfaction des clients** à l'égard du projet BBBB, ou encore sur ce que la participation à ce projet pouvait leur apporter.
 - ✓ D'abord, certains répondants au **questionnaire** adressé aux clients ont profité d'un espace réservé aux commentaires pour faire part de leur appréciation générale du projet BBBB, en affirmant simplement que « *tout allait bien* » et qu'il était « *intéressant* ».
 - ✓ De même, dans les **trois groupes de discussion**, les informateurs qui ont abordé ce dernier thème ont émis des commentaires dans l'ensemble positifs. Ils ont affirmé que les clients étaient généralement satisfaits des services (dont le bulletin) et des produits obtenus, et que les personnes des organismes points de chute étaient contentes d'offrir ces boîtes. Dans certains cas, cette satisfaction a été déduite de deux observations concernant les activités de distribution des boîtes : les clients revenaient et le nombre de commandes augmentait. Quant aux effets de ce projet sur les clients identifiés, c'était : le fait de manger plus de fruits et légumes, l'accès à une bonne ou une meilleure nutrition, l'accès à proximité de leur domicile à des produits frais, locaux et de qualité, et ce, même pour ceux disposant d'un budget réduit, l'accès à des produits québécois même en hiver, la possibilité de réapprovisionner certains produits de chez nous tels des légumes racines, la possibilité pour les familles d'en avoir plus pour leur argent, ainsi que des effets éducatifs associés à une meilleure connaissance de l'histoire des produits et à la découverte de nouveaux produits et de nouvelles recettes. On peut noter que, du point de vue des clients, le seul élément mentionné au chapitre des améliorations à apporter au projet concernait la publicité qu'il faudrait augmenter en vue d'accroître le nombre de clients.

1.6 Facteurs ayant facilité et limité la participation initiale des clients

Facteurs facilitants

De même que pour les deux autres groupes d'acteurs, l'analyse globale des données a permis d'identifier des facteurs pouvant faciliter la participation des clients au projet BBBB. La plupart d'entre eux étaient *liés aux activités* proposées, et plus particulièrement au volet de la distribution des boîtes de fruits et légumes. De plus, ils référaient principalement à des apports particuliers, fondamentaux ou secondaires du projet pour les clients; et quelques-uns soulignaient des aspects plus techniques (équipements ou modalités de fonctionnement). Par ailleurs, les deux facteurs facilitants relevés qui étaient *liés à l'environnement et au contexte de l'implantation* se rapportaient essentiellement à une notion d'environnement physique (proximité et accessibilité des points de chute). Enfin, deux facteurs facilitants *liés aux acteurs* engagés dans l'implantation étaient formulés comme des apports généraux du projet à la communauté (effet rassembleur ou changement de mentalité). Un autre soulignait plutôt une prédisposition possible de certains clients envers le projet.

Tableau 6
Facteurs ayant favorisé la participation initiale des clients

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • Accès à des fruits et légumes de toutes sortes • Découverte de nouveaux fruits et légumes • Origine régionale des produits • Appréciation des recettes • Coût jugé abordable • Possibilité de manger plus de fruits et légumes • Appréciation du bulletin, notamment comme source d'information • Aspect éducatif du projet • Appréciation des boîtes de plastique et de leur contenu • Possibilité que le projet constitue une alternative pour les « <i>nouveaux pauvres</i> » dont le nombre augmente • Souplesse des heures d'ouverture selon les clients • Possibilité d'adapter les quantités offertes en fonction des besoins (acheter plus d'une boîte ou partager une boîte) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proximité des points de chute appréciée • Accessibilité des points de chute appréciée (stationnement, escalier, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le projet apparaissait rassembleur et susceptible de beaucoup rendre service à la communauté • Projet susceptible de contribuer à un changement de mentalité à propos des fruits et légumes parfaits • Préoccupations antérieures des clients pour l'environnement ou la saine alimentation

Facteurs limitants

L'analyse globale de l'ensemble des résultats de l'An 1 a conduit enfin à identifier des facteurs ayant pu limiter la participation initiale des clients au projet BBBB. La plupart de ceux qui étaient **en lien avec les activités** proposées portaient sur la distribution des boîtes de fruits et légumes et constituaient des éléments d'insatisfaction se rapportant à des situations particulières ou ponctuelles. Certains concernaient les produits (variété, quantité, qualité, coût), d'autres les modalités de fonctionnement du service (publicité, fréquence de distribution, ponctualité des livraisons, nombre de boîtes, connaissance du contenu des boîtes avant livraison, modalités de paiement, diffusion d'informations sur le projet). Également, d'autres éléments étaient formulés sous la forme de suggestions en vue d'améliorer les activités. Ils portaient sur le choix des dates de livraison des boîtes, l'ajout d'un format de boîte et l'instauration d'une boîte d'échange. À propos des activités de sensibilisation et d'éducation, l'origine du besoin pour ce service a été questionnée, et l'effort nécessaire pour y participer a été signalé.

En ce qui concerne les facteurs limitants **liés à l'environnement ou au contexte de l'implantation**, il a été surtout question d'environnement physique (en rapport, par exemple, avec le stationnement, l'espace au point de chute et l'emplacement de nouveaux points de chute). Le choix d'implanter des points de chute dans des milieux défavorisés ou dans des organismes desservant des clientèles défavorisées a aussi été questionné.

Quant aux facteurs limitants **en lien avec les acteurs** engagés dans l'implantation du projet, beaucoup d'entre eux se rapportaient à la distribution des boîtes de fruits et légumes. Ont été questionnés ou mis en évidence, notamment : la légitimité de certains acheteurs ou leur correspondance avec la clientèle initialement visée, la clarté et l'efficacité de la publicité, la difficulté de rejoindre les personnes défavorisées, le transport des boîtes vers les clients sans auto. D'autres facteurs limitants avaient trait à des éléments de connaissance (contenu des boîtes prévu pour une semaine, volume d'une portion, ensemble des organismes impliqués dans le projet BBBB). Enfin, au sujet des activités de sensibilisation et d'éducation, on a abordé le peu de disponibilité des clients travailleurs pour y participer, et la difficulté d'amener les personnes âgées à y prendre part.

Tableau 7
Facteurs ayant fait obstacle à la participation des clients

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<p><u>Éléments existants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Préférence pour une distribution hebdomadaire • Nombre de boîtes jugé insuffisant pour répondre aux besoins (limites données aux points de chute) • Difficulté à l'égard de la publicité • Problèmes concernant la variété, la quantité ou la qualité des fruits et légumes • Coût jugé trop élevé • Impossibilité de connaître d'avance le contenu des boîtes • Heures d'ouverture inadéquates • Non-transmission de certaines informations sur le fonctionnement du projet • Obligation de payer d'avance • Manque de ponctualité du camion de livraison ou changement d'horaire non annoncé • Absence de livraison dans le temps des fêtes et l'été <p><u>Suggestions de moyens potentiels pouvant aider les personnes et les familles à poursuivre leur participation au projet BBBB :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire coïncider les dates de livraison des boîtes avec l'émission des chèques d'aide sociale • Ajouter un format de boîtes plus grand, afin de mieux répondre aux besoins des familles nombreuses • Instaurer dans les points de chute des boîtes d'échange de fruits et légumes (pour préférences des clients ou quand des produits sont abîmés) 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de stationnement autour d'un point de chute • « Embourbement » dans un point de chute lors de la livraison à cause d'un manque d'espace • Absence de points de chute pour desservir certaines municipalités • Insuffisance d'espace d'entrepôt pour être en mesure d'ouvrir de nouveaux points de chute • Choix questionné de l'implantation d'un point de chute dans des milieux défavorisés ou des organismes leur offrant des services 	<ul style="list-style-type: none"> • Peur de priver des personnes défavorisées du service de boîtes en « prenant leur place » • Publicité insuffisamment claire quant aux clientèles visées et inefficace pour recruter un plus grand nombre de personnes • Difficulté à rejoindre les personnes défavorisées • Problème de transport pour des personnes sans auto • Ignorance du fait que le contenu des boîtes est prévu pour une et non deux semaines • Méconnaissance de ce que représente une portion • Connaissance limitée du projet au-delà du point de chute • Manque de disponibilité pour prendre part aux activités de sensibilisation et d'éducation (personnes au travail dans le jour) ou difficulté à y faire participer les personnes âgées

1.7 Recommandations au terme de la première année d'implantation

Au terme de l'An 1 de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, des recommandations ont été formulées en vue de faciliter la participation spécifique de chacun des trois groupes d'acteurs concernés.

1. En ce qui concerne la participation des organisations partenaires, il a été recommandé :

- Qu'une réflexion soit amorcée quant à l'évolution du rôle de leadership assumé jusqu'à maintenant par l'organisme promoteur (la TPDSL), en lien avec le déploiement du projet et la recherche d'un nouvel entrepôt dans Lanaudière.

- Que le futur entrepôt lanauchois puisse être implanté dans des locaux suffisamment vastes pour y installer la chaîne de montage des boîtes de fruits et légumes, et des locaux qui ne doivent pas être partagés avec un autre organisme.
- Que, parmi l'information transmise initialement à un nouvel organisme point de chute (« *kit de départ* »), l'équipe permanente de BBBB inclut une explication plus précise sur la somme de travail requise lors de chaque journée de livraison (par exemple, nombre de bénévoles, étalement de leur présence pour s'ajuster aux besoins et disponibilités des clients, etc.).
- Que soit maintenue l'autonomie appréciée des organismes points de chute leur permettant d'adapter le fonctionnement du projet en fonction des ressources dont ils disposent (locaux, bénévoles et employés, horaires de distribution des boîtes aux clients, système en vue de faciliter la distribution, etc.).
- Qu'aucune obligation ou insistance, à propos de l'offre d'activités de sensibilisation ou d'éducation, ne soit adressée aux organismes points de chute, outre une information sur les services de soutien que propose l'agente de développement de BBBB. À cet égard, aussi, une réflexion pourrait être amorcée afin de développer ce type d'activités dans les points de chute sans que cela ne représente une charge supplémentaire pour ces organismes.

2. En ce qui concerne la participation des bénévoles et employés, il a été recommandé :

- Que la description de tâches du chargée de projet régionale soit revue de manière à être plus réaliste et à ce que ce poste puisse être comblé par une personne disposant des compétences appropriées vu les particularités du projet. On peut suggérer, notamment, que cette personne ait une certaine connaissance du domaine agroalimentaire.
- Que le système de communication entre la chargée de projet régionale et les points de chute puisse être formalisé, de façon à clarifier notamment les modalités de gestion des plaintes exprimées par les clients.
- Qu'une réflexion globale soit amorcée afin de trouver les solutions les plus appropriées au manque de main-d'œuvre parfois déploré pour ce qui est de la manutention des boîtes à l'entrepôt et dans les points de chute. Évaluer, par exemple, la pertinence de créer un poste d'assistant-livreur.
- Que l'équipe permanente de BBBB s'assure que les informations écrites sur le fonctionnement du projet (« *kit de départ* ») soient bien retransmises aux bénévoles et employés susceptibles d'assister le responsable du projet dans sa mise en œuvre. Que ce « *kit* » comprenne notamment une présentation générale des rouages du projet « en amont des points de chute » (système d'approvisionnement, fournisseurs, existence de deux entrepôts, etc.). Organiser éventuellement aussi, à l'occasion et au bénéfice des bénévoles et employés des points de chute, des visites de l'entrepôt où sont produites les boîtes de fruits et légumes.
- Que l'équipe permanente de BBBB, notamment l'agente de développement, s'assure que l'information sur ce que représente une portion de fruits et légumes soit bien transmise et comprise par les points de chute, puis par les clients. Que soit précisé également ce que l'on entend par « une petite famille » (contenu calculé de la grosse boîte) : c'est-à-dire deux adultes et un enfant d'âge moyen ou deux adultes et deux jeunes enfants.



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

- Que l'équipe permanente de BBBB multiplie les sources pour la transmission d'informations importantes (ex. : changement au calendrier de livraison), en ayant recours, par exemple, à la fois au bulletin, au camionneur, aux responsables de points de chute et à l'agente de développement.
- Que les modalités de paiement des boîtes par les clients proposées par BBBB soient appliquées uniformément dans les points de chute de façon à exclure que des responsables de points de chute soient contraints à assumer eux-mêmes les coûts à la place de certains clients.
- Que soit transmis à l'ensemble des bénévoles et employés des points de chute (et non seulement aux responsables de BBBB dans ces points de chute) de l'information à propos du rôle que peut jouer et des services de soutien que peut offrir l'agente de développement de BBBB en matière d'activités de sensibilisation et d'éducation.

3. En ce qui concerne la participation des clients, il a été recommandé :

- Que le promoteur, les partenaires et les employés de BBBB redéfinissent ensemble la clientèle visée (tout le monde ou les personnes et familles défavorisées ou les personnes et familles à revenu modéré) ou qu'ils revoient les moyens d'atteindre la clientèle priorisée (si celle-ci demeure les personnes et familles défavorisées).
- Qu'une réflexion soit amorcée concernant les personnes visées spécifiquement par les activités de sensibilisation et d'éducation. S'il est convenu que ce sont les clients des boîtes de fruits et légumes, identifier des moyens permettant d'ajuster ces services à leurs disponibilités, notamment pour les clients qui travaillent.
- Que les responsables de points de chute s'engagent à expliquer et réexpliquer au besoin ce qu'est une portion (pas une bouchée et pas un légume) et que les portions sont calculées pour une semaine, dans tous les formats de boîte.
- Qu'en vue du recrutement des clients, le promoteur et les partenaires tiennent compte de l'image de l'organisme choisi comme point de chute (par exemple, un organisme associé à la pauvreté peut être rébarbatif pour certaines personnes habitant dans des milieux où tout le monde se connaît). De plus, le promoteur et les partenaires pourraient mieux insister dans la publicité du projet sur le fait qu'il s'adresse quand même à tout le monde, si cette orientation est maintenue.
- Que soit envisagée, au bénéfice des clients, la rédaction d'un court texte présentant de façon vulgarisée l'origine et l'évolution du projet BBBB Lanaudière et ses principaux rouages, notamment « en amont des points de chute ».
- Que, lors de l'inscription d'un nouveau client, celui-ci soit clairement informé de la possibilité qui lui est accordée de changer de format de boîte d'une livraison à l'autre ou de ne pas être obligé de commander une boîte à chaque livraison.

2. RÉSULTATS DE L'AN 2 SUR LA CONTINUITÉ DU PROJET ET LE MAINTIEN DE LA PARTICIPATION

L'analyse globale des résultats obtenus dans le cadre de l'An 2 de l'étude visait à mettre en évidence les principaux éléments de l'évolution du projet BBBB Lanaudière, entre sa première et sa seconde année d'implantation. Pour ce faire, les résultats de l'An 2 ont été comparés à ceux de l'An 1. Le but de la démarche demeurait de fournir aux acteurs concernés par ce projet des informations devant permettre de l'améliorer en vue d'assurer sa continuité, son développement et sa pérennité.

De la même façon que lors de l'An 1, l'analyse a conduit à distinguer des facteurs ayant facilité et limité la participation des trois groupes d'acteurs au projet BBBB Lanaudière. En premier lieu, toutefois, l'exposé de constats généraux sur la continuité et l'évolution globale du projet a permis de mettre en contexte les constats plus spécifiques se rapportant à la participation respective des acteurs de chacun des trois groupes.

2.1 Constats généraux sur la continuité et l'évolution globale du projet

Deux sources d'information ont permis de documenter la continuité globale du projet BBBB au cours de sa deuxième année d'implantation dans Lanaudière. D'une part, les comptes rendus des rencontres du comité d'accompagnement de l'évaluation comportaient toujours une première partie consacrée à un suivi de l'état d'implantation du projet⁴. Les informations factuelles qui y ont été puisées étaient fournies principalement par la chargée de projet régionale de BBBB et par la représentante de la TPDSL. D'autre part, les réponses plus subjectives à certaines des questions des trois questionnaires se rapportaient aussi à des aspects globaux de la continuité du projet, et notamment à certains changements qui pouvaient y avoir été observés. Même s'il ne s'agit pas de contenu qualitatif obtenu dans le cadre de groupes de discussion, ces données représentent toujours des points de vue exprimés par les répondants des trois groupes.

D'après le comité d'accompagnement de l'évaluation

Les comptes rendus des rencontres du comité d'accompagnement de l'évaluation ont permis de constater que, au cours de la seconde année d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, celui-ci a connu des transformations tant au niveau de l'environnement et du contexte de l'implantation, qu'aux niveaux des activités réalisées et des acteurs engagés dans cette implantation.

Au niveau de l'environnement et du contexte de l'implantation

Au niveau de l'environnement et du contexte de l'implantation, il est apparu, dans l'ensemble, que le projet passait graduellement à une phase d'ajustement et de « déploiement », après avoir traversé, au cours de sa première année d'implantation, sa phase initiale d'élaboration et celle, intermédiaire, de sa première mise en œuvre. À cet égard, le principal constat est que le projet cheminait vers un fonctionnement de plus en plus autonome des deux régions, du moins en ce qui concerne l'organisation logistique et matérielle des services offerts. Un réseautage et une collaboration élargis à l'ensemble des quatre projets BBBB de la grande région de Montréal se développaient aussi.

⁴ Plus précisément, les comptes rendus ayant servi à cette partie de l'analyse se rapportent aux six rencontres tenues entre le 13 avril 2012 et le 17 avril 2013.



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

De façon plus concrète, les démarches se sont poursuivies en vue de trouver un entrepôt lanaudois, puisque celui des Laurentides n'offrait pas d'espace suffisant pour desservir un nombre croissant de points de chute dans les deux régions. Un plan d'affaires à cet effet a été élaboré, et il était basé sur trois scénarios possibles. Le plus probable était l'achat d'un bâtiment à Saint-Jean-de-Matha et la conclusion d'une entente avec un organisme communautaire local qui deviendrait le nouveau promoteur de BBBB Lanaudière : les Cuisines collectives de Saint-Jean-de-Matha. En avril 2013, la réalisation de ce scénario demeurait conditionnelle à la confirmation de la contribution financière attendue d'un des deux principaux bailleurs de fonds. Une entente conclue avec Moisson Laurentides prévoyait que son entrepôt demeurerait le lieu de production des boîtes de fruits et légumes pour les deux régions jusqu'en juin 2013. De plus, un nouveau camion, plus gros et équipé d'une plateforme hydraulique, a été acheté pour BBBB Lanaudière.

Le déploiement du projet s'est traduit par l'ouverture effective de nouveaux points de chute, après la prise en compte d'autres priorités. Puis, en s'appuyant sur la liste d'attente, l'agente de développement de BBBB Lanaudière a rencontré les organisations intéressées et signé des ententes avec certaines. L'objectif de doubler le nombre de points de chute dans les deux régions était atteint en avril 2013. Il demeurait toutefois que, dans Lanaudière, les MRC de Joliette et de L'Assomption n'étaient pas encore desservies par le projet. Par ailleurs, un des sept points de chute initiaux a mis fin officiellement à sa participation en février 2013. Également, des difficultés avec un autre ont été mentionnées, en lien avec une insatisfaction répétée concernant la qualité des fruits et légumes. Il semble cependant que le problème ait été réglé à la suite d'échanges entre la permanence de BBBB et celle du point de chute, et après que des vérifications aient été faites auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et auprès des autres points de chute.

En ce qui concerne les démarches initialement prévues afin que le projet BBBB Lanaudière-Laurentides s'approvisionne auprès de producteurs maraîchers locaux, elles ont été reportées. Ainsi, le projet a continué à avoir recours à des fournisseurs de BBBB Montréal. Toutefois, des ajustements ont été apportés à la façon de fonctionner avec cette organisation. Par exemple, dès le printemps 2012, les employés de BBBB Lanaudière-Laurentides pouvaient composer des boîtes différentes pour les points de chute et les clients de leurs régions.

Pour ce qui est de la concertation, son évolution, au cours de la deuxième année d'implantation du projet, se traduit notamment par l'organisation de deux nouveaux types de rencontres : des rencontres entre les coordonnateurs des quatre projets BBBB de la grande région de Montréal (Montréal, Laval, Montérégie et Lanaudière-Laurentides) visant l'échange d'expertises, ainsi que des rencontres réunissant les responsables des points de chute lanaudois et l'agente de développement. La collaboration s'est aussi poursuivie entre les organisations et les ressources lanaudoises et laurentiennes, dans le cadre de ce projet conjoint en évolution.

Au niveau des activités

L'évolution du projet BBBB Lanaudière-Laurentides s'est reflétée aussi au niveau des activités réalisées dans ses deux volets.

En ce qui concerne le volet principal **des boîtes de fruits et légumes**, leur production et leur livraison ont continué à être faites une fois toutes les deux semaines pour les deux régions ensemble jusqu'au début de 2013. Puis, ces opérations sont devenues hebdomadaires, c'est-à-dire qu'elles ont commencé à être réalisées en alternance, une semaine pour les Laurentides et la semaine suivante pour Lanaudière. Ainsi, la production a pu être doublée dans chacune des deux régions. Elle est passée de 350 boîtes pour les deux régions, en avril 2012, à plus de 400 boîtes pour Lanaudière seulement, en avril 2013. On a noté, par contre, une chute de la production pendant l'été 2012, en lien avec l'absence de bénévoles et la période des vacances. Des modifications ont aussi été appliquées au contenu des boîtes destinées aux quatre projets BBBB de la grande région de Montréal, à la suite d'une analyse réalisée par

l'agente de développement du projet lanaudois. Cette analyse portait sur la conception des boîtes, l'aspect découverte, ainsi que la variété, les quantités et le coût des fruits et légumes. Par la suite, les employés permanents de BBBB ont observé une évolution des habitudes d'achat des boîtes, possiblement liée à l'ajustement du contenu. Il s'avérait que les petites boîtes étaient auparavant trop avantageuses par rapport aux autres formats. Par la suite, les quantités comprises dans les boîtes de ce format avaient été diminuées. L'agente de développement a également réalisé, en juin 2012, une analyse (en quantité, qualité, variété) du coût des trois formats de boîtes en comparaison avec un contenu similaire acheté dans les grandes chaînes d'alimentation. Les résultats montraient que les boîtes de BBBB étaient, dans l'ensemble, plus avantageuses.

Dans le volet des **activités de sensibilisation et d'éducation**, l'agente de développement de BBBB a pris en charge la rédaction du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe* pour les 4 projets de la grande région de Montréal. Elle a également élaboré et diffusé, à l'intention des points de chute, une offre de services avec calendrier.

Par ailleurs, on a signalé que des changements touchant les activités du projet BBBB Lanaudière avaient été apportés afin de tenir compte des recommandations formulées au terme du Rapport 1 de l'évaluation. Ainsi, l'agente de développement a mis au point une nouvelle formation obligatoire pour tous les nouveaux points de chute et pour toutes les nouvelles ressources recrutées afin de collaborer au projet. Cette obligation est désormais stipulée dans l'entente que doivent signer les nouveaux points de chute. Par contre, cette formation demeure optionnelle pour les anciens. Également, le « *kit de départ* » fourni aux nouveaux points de chute a été modifié et sa dernière version comporte beaucoup plus d'informations. Ce matériel doit maintenant être transmis à toute nouvelle ressource collaborant au projet dans un point de chute. Il est aussi prévu d'élaborer un outil d'information visant tous les nouveaux clients. Celui-ci devrait leur être distribué dans les points de chute. Enfin, un système formel de gestion des plaintes a été établi⁵.

Au niveau des acteurs

D'autres constats marquent l'évolution du projet BBBB Lanaudière au niveau des acteurs. Concernant **les personnes en place**, la première chargée de projet régionale a été remplacée après avoir quitté son poste pour partir en congé de maternité en juin 2012. Un commis d'entrepôt a aussi été engagé, de même qu'une agente de liaison attirée à BBBB Laurentides. On note que cette dernière a bénéficié d'une formation puis d'un accompagnement offerts par le nouveau chargé de projet régional, après quoi tous les deux devaient produire un plan de travail conjoint en vue de la séparation des deux régions. En janvier 2013, le chargé de projet régional s'occupait encore de superviser la production des boîtes pour les deux régions, tout en gardant le cap sur l'objectif de laisser peu à peu aux ressources des Laurentides la charge de la production destinée à leur territoire.

Deux **changements concernant les acteurs** ont été apportés afin de tenir compte de certaines recommandations formulées au terme du Rapport 1 de l'évaluation. D'une part, le recours au livreur/camionneur, en tant que messenger, a été formalisé pour les situations où il apparaît nécessaire de répéter certaines informations déjà diffusées par le moyen du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe* ou d'un courriel. D'autre part, un commis d'entrepôt et assistant au livreur a été engagé en vue d'aider ce dernier lors du déchargement des boîtes aux points de chute.

⁵ Il faut noter, toutefois, que les modifications apportées au projet BBBB Lanaudière à la suite du Rapport 1 de l'évaluation n'ont pas pu être mises en œuvre suffisamment rapidement pour avoir un effet observable significatif dès l'évaluation de l'An 2.



D'après les trois groupes d'acteurs visés par l'évaluation

Les réponses des trois groupes d'acteurs⁶ aux questionnaires de l'An 2 ont surtout permis de mettre en évidence des aspects de la continuité et de l'évolution globale du projet se rapportant aux activités réalisées. Pour ce faire, les résultats de l'An 2 étaient comparés à ceux de l'An 1.

D'abord, quelques **éléments nouveaux**, mis en évidence lors de l'évaluation de l'An 1, ont été **pris en compte dans l'évaluation de l'An 2**. Plusieurs étaient en lien avec les **activités de préparation et de distribution des boîtes de fruits et légumes**. Ce sont : les opérations de contrôle ou de vérification de la qualité aux entrepôts de Montréal et des Laurentides, la gestion des plaintes, les modalités respectives de paiement des boîtes et de transmission d'informations sur le projet, ainsi que la fréquence de la disposition du nombre nécessaire de bénévoles et d'employés pour accomplir les tâches. Il s'agit d'aspects du projet pour lesquels des lacunes éventuelles ou des possibilités d'ajustement avaient été identifiées par des répondants de l'An 1. Dans l'ensemble, la majorité des répondants de l'An 2 ont jugé positivement le déroulement de ces activités.

Toutefois, quelques répondants, parmi les représentants d'organisations partenaires et parmi les bénévoles et employés, ont exprimé une opinion négative à propos du déroulement des opérations de contrôle et de vérification de la qualité. Des répondants des organisations partenaires ont aussi jugé qu'il manquait parfois de bénévoles pour l'accueil des clients et la manutention des boîtes lors de la livraison. Quant aux trois autres éléments, les clients interrogés à ce sujet ont été presque unanimes à considérer qu'il n'y avait pas eu de modifications.

Par rapport aux **activités de sensibilisation et d'éducation**, les éléments ajoutés dans l'évaluation de l'An 2, du point de vue des bénévoles et employés, concernaient : les tâches ayant pu être accomplies personnellement par les répondants du groupe des bénévoles et employés, le niveau d'adaptation de ces activités aux besoins des clientèles visées et le moment de leur tenue habituelle. Puis, selon les clients, il a été question des activités auxquelles ils avaient participé, ainsi que des raisons pour lesquelles ils n'avaient pas participé aux autres. L'analyse a montré que la promotion d'activités s'avérait réalisée par un plus grand nombre d'entre eux. De leur point de vue, aussi, les activités qui avaient été offertes étaient dans l'ensemble adaptées aux besoins des clientèles visées, et elles étaient le plus souvent offertes durant le jour et pendant la semaine. Quant à la participation des clients à ces activités, selon les répondants de ce groupe, elle se rapporte principalement aux dégustations et aux cuisines collectives. Le manque de temps est la raison qui a été le plus souvent soulevée pour expliquer leur non-participation aux autres activités proposées. Pour leur part, les répondants des organisations partenaires ont émis des opinions positives concernant le travail de l'agente de développement. Ils ont ainsi apprécié la prise en compte des besoins des points de chute et de leurs ressources, ainsi que de leurs disponibilités, lors de la préparation de l'offre de services; et également la transmission d'informations sur les services de soutien qu'elle pouvait offrir dans ce cadre.

Un dernier élément nouveau ajouté dans le questionnaire de l'An 2 pouvait concerner **aussi bien les activités de préparation et de distribution des boîtes que les activités de sensibilisation et d'éducation**. Il s'agit des changements perçus dans le travail des bénévoles et employés, au cours de la dernière année. À ce sujet, la seule opinion négative émise portait sur le niveau d'organisation des bénévoles et employés à l'entrepôt des Laurentides.

⁶ Rappelons que ces trois groupes d'acteurs étaient : 1) les organisations partenaires du projet BBBB Lanaudière (dans les points de chute de cette région uniquement), 2) les bénévoles et les employés de ce projet, 3) les clients lanaudois de celui-ci. Rappelons également que les répondants de l'An 2 avaient d'abord, dans l'ensemble, répondu à l'un ou l'autre des questionnaires de l'An 1.

D'autres *aspects des activités* ont été *pris en compte dans les questionnaires des deux années de l'évaluation*. Des questions plus objectives visaient à *identifier celles qui avaient été offertes*, d'après les répondants, et *celles auxquelles eux ou leur organisme avaient pris part*. Dans l'ensemble, les principales opérations ou tâches concernant *la préparation et la distribution des boîtes* de fruits et légumes sont demeurées les mêmes au cours des deux années de l'évaluation. Parmi celles-ci, les bénévoles et employés ont été plus nombreux à participer aux tâches se déroulant dans les points de chute, soit : la prise de commande et la réception du paiement des clients, la transmission des commandes au chargé de projet régional de BBBB, la réception des boîtes, ainsi que l'accueil des clients et la distribution des boîtes. Quant aux *activités de sensibilisation et d'éducation* offertes, les réponses obtenues des trois groupes ont permis de comprendre que, pour les deux années, elles variaient selon les organismes, mis à part la rédaction, la publication, la distribution ou la lecture du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*. Enfin, la majorité des répondants du groupe des organismes partenaires et de celui des bénévoles et employés ont jugé, au cours de l'An 1, que la plupart des activités de ce type proposées pourraient être offertes par les points de chute.

Pour ce qui est de *l'appréciation du déroulement et de l'adéquation des deux types d'activités du projet BBBB Lanauidière*, dans l'ensemble, la majorité des répondants des trois groupes ont exprimé un jugement plutôt favorable, et ce, lors des deux années de l'évaluation. On constate aussi que les quelques opinions moins favorables n'étaient pas nécessairement émises à propos des mêmes éléments, d'une année à l'autre. Cela laisse supposer que, depuis la première année de l'implantation, certains des changements observés dans la mise en œuvre des activités du projet pourraient aller dans le sens d'une amélioration, d'autres plutôt dans le sens d'une relative détérioration.

Rappelons d'abord qu'*au cours de l'An 1*, les quelques points de vue plus négatifs touchant *le déroulement des activités de préparation et de distribution des boîtes* de fruits et légumes portaient sur : la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés), la prise de commande et le paiement des clients au point de chute (bénévoles et employés), la préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés), et le transport des boîtes de fruits et légumes aux points de chute (organisations partenaires).

Puis, *au cours de l'An 2*, les opinions plus négatives à propos des *activités de préparation et de distribution des boîtes* ont concerné le déroulement de toutes les opérations proposées, à l'exception du transport des boîtes de fruits et légumes. Ainsi, des points de vue défavorables avaient été émis sur : la prise de commande et le paiement des clients aux points de chute (bénévoles et employés), la transmission des commandes au chargé de projet régional de BBBB (organisations partenaires), la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal (organisations partenaires), la préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides (bénévoles et employés), la réception des boîtes de fruits et légumes aux points de chute (bénévoles et employés), ainsi que l'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute (bénévoles et employés).

Quelques opinions plus négatives avaient aussi été émises par des répondants d'au moins un des trois groupes, *au cours de l'An 1*, au sujet de *l'adéquation de certains aspects de la distribution des boîtes*. Il s'agissait : du moment de la distribution (organisations partenaires, bénévoles et employés, ainsi que clients), du lieu de la distribution (organisations partenaires, clients), des installations utilisées pour la réception et la distribution des boîtes (organisations partenaires, bénévoles et employés), des équipements utilisés pour leur transport (organisations partenaires, bénévoles et employés), ainsi que du nombre de bénévoles (organisations partenaires, bénévoles et employés). Dans l'ensemble, ces opinions négatives étaient assez réparties parmi les cinq aspects considérés.

Au cours de l'An 2, des opinions négatives ont aussi été exprimées par des répondants d'au moins un des trois groupes à propos de ***l'adéquation des mêmes aspects de la distribution des boîtes***. Cette fois, les opinions négatives portaient seulement sur : le moment de la distribution (organisations partenaires, clients), le lieu de la distribution (clients), ainsi que le nombre de bénévoles (organisations partenaires, bénévoles et employés).

D'autres points de vue négatifs exprimés par les répondants de ***l'An 1*** portaient sur ***l'adéquation de certains aspects des produits*** offerts : la quantité des fruits et légumes (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés), leur qualité (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés), de même que leur variété (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés). Quelques répondants du groupe des clients avaient aussi exprimé de l'insatisfaction à l'égard de la quantité, de la qualité et de la variété des fruits et légumes, mais également à propos de leur coût.

Parmi les trois groupes de répondants de ***l'An 2***, on observe la persistance de quelques opinions négatives concernant ***l'adéquation des mêmes quatre aspects des produits***, soit : la quantité des fruits et légumes, leur qualité, leur variété, de même que leur rapport qualité-prix (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés) ou leur coût (clients). Par contre, tous les répondants des organisations partenaires et du groupe des bénévoles et employés ont considéré que le nombre de boîtes offertes en fonction de la demande était adéquat.

Quant aux ***activités de sensibilisation et d'éducation***, les quelques notes discordantes relevées au cours de ***l'An 1*** portaient sur le soutien offert par un employé de BBBB à l'égard de toutes les activités proposées, mis à part la rédaction, la publication ou la distribution du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*, ainsi que le transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant (organisations partenaires).

Au cours de ***l'An 2***, par contre, moins d'opinions défavorables ont été émises concernant le soutien offert par une employée de BBBB à l'égard des ***activités de sensibilisation et d'éducation***. Les quelques-unes qui ont été énoncées portaient sur : la formation sur la nutrition et la saine alimentation offerte aux intervenants de l'organisme (organisations partenaires), l'organisation de rencontres de réseautage avec d'autres organismes du milieu (organisations partenaires, ainsi que bénévoles et employés), et l'évaluation des besoins de l'organisme et la planification de stratégies d'action afin de répondre à ces besoins (organisations partenaires).

Au bout du compte, il faut quand même retenir que, dans l'ensemble, la majorité des répondants des trois groupes ont surtout exprimé des opinions positives sur le déroulement et l'adéquation des activités mises en œuvre dans le cadre du projet BBBB Lanaudière, et ce, pour les deux premières années de son implantation.

2.2 Constats généraux sur le maintien de la participation des organisations partenaires

La participation propre aux organisations partenaires prenait trois formes : celle des activités de planification, d'organisation et de gestion; celle des activités de concertation; sans compter le travail « terrain » réalisé par ceux d'entre eux qui étaient des points de chute.

D'abord, parmi les tâches et les rôles se rapportant à ***la planification, l'organisation et la gestion du projet*** et ayant occupé les acteurs de ce groupe, les répondants des deux années ont été plus nombreux à affirmer que leur organisation avait participé à la promotion du projet.

Au sujet du **déroulement de toutes ces tâches et de tous ces rôles**, dans l'ensemble, **au cours des deux années**, la majorité des répondants des organisations partenaires ont émis un point de vue positif. Quelques opinions négatives avaient toutefois été exprimées, au cours de l'An 1, sur : l'adaptation des infrastructures à l'entrepôt, la promotion du projet, le recrutement des producteurs maraîchers et la coordination du projet. Puis, au cours de l'An 2, des points de vue négatifs ont été exprimés à propos de la promotion du projet, ainsi que des relations entre les bénévoles ou employés et la personne responsable du projet au point de chute.

D'autres tâches et rôles en lien avec la planification, l'organisation et la gestion du projet concernaient exclusivement l'An 1 ou l'An 2 de son implantation. Ainsi, **au cours de l'An 1**, l'évaluation avait abordé avec les répondants d'organisations partenaires l'élaboration du projet (demande de subvention), l'adaptation des infrastructures et le recrutement des producteurs maraîchers. **Au cours de l'An 2**, ces éléments concernant l'ensemble du projet ont été remplacés par d'autres qui permettaient de tenir compte de l'évolution de celui-ci : l'adaptation des modalités de fonctionnement à l'entrepôt de Montréal et à celui des Laurentides, ainsi que la recherche d'un entrepôt lanaudois. Ont été ajoutés également, pour le niveau des points de chute, des éléments plus détaillés concernant la coordination entre ceux-ci et la permanence du projet BBBB.

L'appréciation du déroulement des tâches et des rôles abordés seulement dans l'évaluation de l'An 2 a aussi été dans l'ensemble positive. Quelques opinions contraires ont toutefois été émises à propos de la recherche d'un entrepôt lanaudois. Également, quelques avis négatifs ont été exprimés par des répondants du même groupe au sujet de plusieurs des éléments se rapportant au niveau local : la gestion des plaintes exprimées par les clients et de celles exprimées par les points de chute, le maintien de l'autonomie des organismes points de chute, ainsi que la prise en compte des besoins de ces derniers lors de modifications apportées à l'horaire ou au calendrier de livraison, et également au contenu ou au format des boîtes. On peut noter que des répondants du groupe des bénévoles et employés ont aussi émis un avis négatif sur le déroulement de la gestion des plaintes exprimées par les clients ainsi que de celles exprimées par les points de chute⁷.

La majorité des répondants ont aussi donné une appréciation positive du déroulement des différents aspects de **la concertation** pris en compte **lors des deux années**, soit : la communication entre les partenaires impliqués, la circulation de l'information entre les partenaires, le partage d'une vision commune, le partage des rôles entre les partenaires, la dynamique des réunions, ainsi que la prise en charge du leadership. On note tout de même que, pour chacune de ces deux années, des répondants des organisations partenaires ont exprimé une opinion négative au sujet de chacun de ces aspects, mis à part la prise en charge du leadership au cours de l'An 2. De même, des répondants du groupe des bénévoles et employés ont jugé négativement, au cours des deux années, le déroulement de la communication entre les partenaires impliqués.

Au cours de l'An 2, la plupart des répondants ont jugé favorablement le déroulement d'un nouvel aspect : la prise en compte et l'articulation des besoins spécifiques des deux régions. Les répondants ont aussi identifié les rencontres de concertation ou de planification auxquelles leurs organisations avaient participé. On note que la participation variait selon le type de rencontre, et que celles qui ont rejoint le moins grand nombre des organisations des répondants sont : celles qui réunissaient les représentants de tous les projets BBBB du Québec, celles du comité « activités » de l'agente de développement de BBBB, ainsi que celles qui pouvaient avoir lieu entre chacun des organismes et le chargé de projet régional. Quant à l'effet principal de la participation à ces rencontres, d'après la moitié des répondants, c'était la possibilité pour leur organisme d'exprimer son point de vue sur des aspects du projet BBBB qui lui tenaient à cœur.

⁷ Ibidem.

Des informations ayant trait à **la motivation des organisations partenaires à participer** au projet ont aussi été obtenues à propos des **deux premières années de l'implantation**. Pour les deux années, la principale raison retenue pour expliquer la collaboration, ou la poursuite de la collaboration, de leur organisation au projet BBBB, est que les objectifs rejoignent (ou rejoignent encore) la mission de l'organisation. En ce qui concerne l'intention de l'organisme de participer encore au projet l'an prochain, on note que la proportion des réponses positives est passée de 80 % (20/25) la première année, à la moitié (5/10) la seconde année.

Enfin, les répondants des organisations partenaires ont considéré, au cours de **l'An 2**, que leur organisation avait surtout **apporté au projet BBBB** l'accès à la clientèle locale ou une expertise spécifique pour la planification, la coordination ou la supervision des opérations.

2.3 Facteurs ayant facilité et limité le maintien de la participation des organisations partenaires

Facteurs facilitants

On note que les réponses fournies par les répondants de ce groupe au cours de l'An 2, à la question spécifique du questionnaire abordant le thème des facteurs ayant pu faciliter la participation des organisations partenaires au projet BBBB au cours de la dernière année, étaient rares et peu élaborées. Deux seuls éléments **liés aux activités** ont été identifiés par un seul répondant. À son avis, la flexibilité du projet et l'information transmise pouvaient avoir favorisé la participation des organisations partenaires au projet BBBB au cours de la dernière année.

Tableau 8
Facteurs ayant facilité le maintien de la participation des organisations partenaires

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • La flexibilité du projet • L'information transmise 	<ul style="list-style-type: none"> • Aucun élément identifié 	<ul style="list-style-type: none"> • Aucun élément identifié

Facteurs limitants

Les répondants des organisations partenaires ont fourni seulement quelques réponses plutôt succinctes au sujet des éléments ayant pu rendre difficile la participation des organisations partenaires au projet BBBB au cours de la dernière année. En fait, ils ont mentionné un élément lié aux activités proposées, un autre lié à l'environnement ou au contexte de l'implantation, et un autre lié aux acteurs engagés dans cette implantation. De plus, deux de ces éléments se rapportaient davantage à la participation des clients qu'à celle des organisations partenaires. Également, celui associé aux activités proposées représentait davantage un moyen potentiel ou suggéré d'améliorer la participation qu'un moyen réellement expérimenté par les répondants. C'est par déduction que le manque de publicité est apparu comme une limite à la participation.

Tableau 9
Facteurs ayant fait obstacle au maintien de la participation des organisations partenaires

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> • Un manque de publicité conduisant à la suggestion d'en faire plus, notamment « dans les journaux », en vue d'« augmenter le nombre de participants » (concerne plutôt la participation des clients) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le « travail sur deux régions » 	<ul style="list-style-type: none"> • La « quantité insuffisante » de fruits et légumes entraînant une « insatisfaction de la part des participants » (concerne plutôt la participation des clients)

2.4 Constats généraux sur le maintien de la participation des bénévoles et employés

La participation des bénévoles et employés au projet BBBB Lanauidière, au cours des deux premières années de son implantation, se rapportait principalement au travail « terrain » réalisé surtout dans les points de chute, ainsi qu'aux entrepôts de Montréal et des Laurentides. Certains des acteurs de ce groupe pouvaient aussi prendre part à des activités de planification, d'organisation et de gestion, ainsi qu'à des activités de concertation. Ou du moins, les bénévoles et employés pouvaient être concernés ou affectés par les activités de ce type prises en charge au niveau des organisations partenaires ou de la permanence du projet.

La majeure partie des informations à propos du travail terrain se rapportaient aux deux volets des activités du projet qui ont été l'objet d'une section précédente, celle consacrée à la continuité et à l'évolution globale du projet, d'après les trois groupes d'acteurs. Puis, **au cours de l'An 2**, l'évaluation a tenté d'approfondir deux aspects particuliers et interreliés de ce travail terrain pour lequel des lacunes avaient été identifiées au cours de l'An 1. Il s'agit du niveau de connaissance des acteurs de ce groupe sur différents éléments du projet BBBB, ainsi que des moyens mis en œuvre pour leur transmettre de l'information à ce sujet.

Dans l'ensemble, l'analyse montre que **le niveau de connaissance des bénévoles et employés** variait selon les éléments du projet considérés. Ce niveau de connaissance apparaissait moins élevé à propos des éléments (personnes, opérations, activités) extérieurs aux points de chute, notamment ceux en lien avec les entrepôts de Montréal et des Laurentides. À l'inverse, les répondants de ce groupe ont laissé entendre qu'ils connaissaient mieux les employés permanents de BBBB et leurs rôles respectifs, les points de chute de la région, l'historique des projets BBBB du Québec, ainsi que le processus d'élaboration de celui de Lanauidière et des Laurentides, sans compter les activités des deux volets du projet réalisées dans les points de chute.

Quant à **la transmission d'informations** sur le projet aux bénévoles et employés qui y travaillent, elle a été abordée sous trois angles complémentaires avec les répondants de ce groupe. D'abord, la majorité d'entre eux ont affirmé que les personnes qui commençaient à travailler pour le projet BBBB recevaient effectivement de l'information générale sur différents éléments de celui-ci. Ils ont, de plus, identifié trois moyens qu'ils considéraient être les meilleurs pour transmettre à ces personnes ce type d'information générale, soit : de bouche à oreille par le responsable du point de chute; en les faisant participer à une formation donnée par l'agente de développement de BBBB; ainsi qu'en leur distribuant, par l'intermédiaire du responsable du point de chute, un document détaillé (« *kit de départ* ») présentant tous les aspects du projet. Enfin, les répondants de ce groupe ont été plus nombreux à considérer que la distribution de courts mémos par l'intermédiaire du responsable du point de chute pouvait être un bon moyen en vue de transmettre aux bénévoles et employés, en cours de participation, toute information ponctuelle et spécifique sur le projet.

Au cours de l'An 1, les répondants d'organisations partenaires avaient donné un avis unanimement positif au sujet du **recrutement** de bénévoles ou d'employés pour le projet BBBB. **Au cours de l'An 2**, la majorité conservait ce jugement positif, mis à part une opinion négative.

Enfin, dans **les questionnaires des deux années** adressés aux bénévoles et employés, **les motivations à participer** au projet BBBB, ou à **continuer à y participer**, ont été abordées. La raison retenue par la majorité des répondants, au cours de ces deux années, a été la possibilité (plutôt la satisfaction, en ce qui concerne l'An 2) de contribuer à améliorer l'accès à de bons aliments pour les gens de leur milieu. Lors des deux années, également, les répondants ont fait part de leur intention ou non de continuer à participer au projet l'année suivante. À cet égard, ceux de l'An 1 ont été unanimes à répondre « oui ». Par contre, parmi ceux de l'An 2, la majorité a aussi répondu « oui », mais deux ont dit « non » et un autre, « je ne sais pas ». En complément, le questionnaire de **l'An 2** comportait aussi une question sur le niveau de satisfaction par rapport à l'évolution de la participation au projet au cours de la dernière année. À ce sujet, la majorité des répondants ont exprimé une opinion positive, et un seul s'est déclaré « assez insatisfait ».

2.5 Facteurs ayant facilité et limité le maintien de la participation des bénévoles et employés

Facteurs facilitants

Au cours de l'An 2, comme précédemment au cours de l'An 1, les répondants du groupe des bénévoles et employés ont été invités à identifier ce qui avait pu faciliter la participation de ces derniers au projet BBBB, au cours de la dernière année. Dans leur cas, les éléments mentionnés étaient existants. Autrement dit, ils avaient été réellement expérimentés ou observés dans la mise en œuvre du projet, et ils ne constituaient pas des suggestions en vue d'améliorer la participation. Ils étaient en lien soit avec les activités proposées, soit avec les acteurs. Aucun ne se rapportait à l'environnement ou au contexte de l'implantation.

Les éléments liés aux activités proposées prenaient la forme d'incitatif direct à la participation des bénévoles ou employés, ou de façon de fonctionner susceptibles de leur rendre la tâche plus facile. Quant à ceux liés aux acteurs engagés dans l'implantation du projet, ils étaient tous de nature relationnelle.

Tableau 10
Facteurs ayant favorisé le maintien de la participation des bénévoles et employés

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> Le fait de leur donner « des aliments à faible coût », en leur offrant par exemple « la moitié d'une boîte » Le fait de « donner maintenant des reçus » constituant une « preuve de paiement » La fixation de « dates limites pour venir chercher les boîtes » pouvant « faciliter la gestion des paiements et des commandes » 	<ul style="list-style-type: none"> Aucun élément identifié 	<ul style="list-style-type: none"> « Une bonne ambiance et une bonne dynamique au point de chute » La « satisfaction des clients » qui serait « motivante » La « disponibilité des personnes du projet BBBB » (de la permanence) qui aurait « facilité les relations »

Facteurs limitants

Les répondants du groupe des bénévoles et employés ont aussi identifié des éléments qui, à leur avis, avaient rendu difficile leur participation au projet BBBB au cours de la dernière année. La plupart étaient formulés en termes de « manques » de différentes ressources (humaines, de temps, etc.) qui apparaissaient interreliés. Comme pour les éléments facilitants, il s'agissait d'éléments existants, vraiment expérimentés ou observés par les répondants dans leur participation à la mise en œuvre du projet. Il ne s'agissait pas de suggestions en vue d'en améliorer des aspects.

Des éléments pouvant limiter la participation des bénévoles et employés ont été identifiés dans les trois catégories, c'est-à-dire des éléments en lien avec les activités proposées, avec l'environnement ou le contexte de l'implantation et en lien avec les acteurs. Dans le premier cas, le nombre d'heures de travail requis par le point de chute (élément en lien avec les activités) touchait le fonctionnement des activités, mais aussi les ressources nécessaires (temps et bénévoles) et la façon de les réaliser. Le second facteur, lié à l'environnement et au contexte de l'implantation, concernait l'organisation globale du projet, puisqu'il s'agissait d'une lacune identifiée dans le réseautage entre ses parties. Enfin, les facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation apparaissaient tous associés à un manque de bénévoles ou à une difficulté à maintenir leur participation.

Tableau 11
Facteurs ayant fait obstacle au maintien de la participation des bénévoles et employés

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<ul style="list-style-type: none"> Les tâches relatives au projet, soit « l'accueil, les téléphones, les enregistrements, les paiements, la livraison » pouvaient nécessiter au point de chute « 7 heures de gestion par 2 semaines » plutôt que les « 3 heures par 2 semaines » annoncées au début 	<ul style="list-style-type: none"> Le fait que les bénévoles et employés ne sachent pas « ce qui se passe dans les autres points de chute » pourrait constituer une lacune au niveau du « réseautage » 	<ul style="list-style-type: none"> Le fait que le projet génèrait « un surplus de tâches » ou « beaucoup de travail pour les employés », notamment en raison du manque de bénévoles dans les points de chute Une lacune concernant « le transfert de connaissances aux nouveaux employés du projet » Les plaintes des clients insatisfaits des produits obtenus (qualité, quantité ou variété des fruits et légumes) qui étaient adressées aux bénévoles et employés

2.6 Constats généraux sur le maintien de la participation des clients

En ce qui concerne la participation des clients au projet BBBB Lanaudière, les premiers constats de l'An 1 portaient sur leur identité et, plus spécifiquement, sur l'écart entre cette clientèle et celle qui était initialement visée. Les informations obtenues à ce sujet, grâce aux trois questionnaires de l'An 2, fournissent au moins autant de nouvelles questions que de réponses. Par ailleurs, dès l'An 1, l'évaluation avait aussi mis en évidence que la participation des clients au projet BBBB se situait dans un registre différent de celle des deux autres groupes d'acteurs. En effet, en raison de leur rôle particulier de destinataires des services et des produits générés par ce projet, leur participation à celui-ci demeurerait largement associée à leur satisfaction à l'égard des services et produits obtenus.

Les informations obtenues **au cours de l'An 2 sur l'identité des clients** montrent que les répondants des trois groupes d'acteurs avaient des points de vue partagés sur : les changements perçus à la clientèle des boîtes de fruits et légumes au cours de la dernière année (sont-ils plus ou moins nombreux? défavorisés? âgés? etc.), ainsi que le principal groupe d'appartenance et la principale caractéristique sociodémographique des personnes ayant participé aux activités de sensibilisation et d'éducation. Dans chacun des groupes aussi, plusieurs répondants ont affirmé à cet égard qu'ils « ne savaient pas ».

Il faut considérer ces résultats comme étant surtout indicatifs, et ce, même s'il s'agit de réponses à des questions nouvelles visant à explorer davantage la connaissance et la perception des clients qu'avaient les différents groupes d'acteurs. Ces résultats demeurent du même ordre que d'autres à propos des clients relevés au cours de l'An 1. Par exemple, les répondants des organisations partenaires avaient alors montré une perception assez partagée au sujet de la proportion des clients qui étaient défavorisés ou très défavorisés⁸, et une perception un peu moins partagée quant à leur niveau de scolarité. Ces perceptions, surtout, ne correspondaient pas aux données sociodémographiques obtenues auprès des répondants du groupe des clients. En effet, ces dernières données montraient que les répondants de ce groupe étaient généralement assez scolarisés⁹ et, dans l'ensemble, moins défavorisés (voir tableau 12) que la clientèle plus particulièrement visée au départ. Et pourtant, le projet initial s'adressait à la population générale, tout en ciblant davantage les familles défavorisées avec enfants.

⁸ Selon plus de la moitié des répondants des organisations partenaires de l'An 1 (14/25), 21 % à 60 % des clients étaient défavorisés ou très défavorisés. Du point de vue de plus de la moitié des répondants du même groupe (16/25), la majorité des clients étaient « peu scolarisés » ou « moyennement scolarisés », c'est-à-dire qu'ils avaient obtenu un diplôme d'études primaires ou moins ou un diplôme d'études secondaires ou professionnelles.

⁹ Près des deux tiers (55/91) des répondants du groupe des clients de l'An 1 avaient affirmé que le plus haut niveau de scolarité qu'ils avaient complété (avec diplôme) était de niveau collégial (incluant le DEP) ou universitaire.

Par ailleurs, différents constats ont été tirés d'une comparaison des données sociodémographiques obtenues, au cours des deux années de l'évaluation, auprès des répondants du groupe des clients eux-mêmes. D'abord, cette comparaison laisse supposer que, dans l'ensemble, parmi ceux qui avaient maintenu leur participation au projet pendant l'An 2, la proportion des trois catégories de revenus estimées¹⁰ demeurait similaire¹¹. Ainsi, plus de la moitié des répondants se situaient encore dans la catégorie estimée des « revenus modérés » (voir tableau 12). En effet, parmi les 44 répondants du groupe des clients de l'An 2, il a été estimé que 23 % seraient sous le seuil de faible revenu, 18 % auraient un « revenu élevé » et 59 % auraient un « revenu modéré ». Toutefois, si on extrait des 44 répondants les 17 qui se sont déclarés « anciens clients », les répondants ayant vraiment maintenu leur participation au cours de l'An 2 se répartissaient ainsi selon les trois catégories de revenu estimées : 19 % seraient sous le seuil de faible revenu, 11 % auraient un « revenu élevé » et 70 % auraient un « revenu modéré » (voir tableau 13).

Pour leur part, les répondants d'organisations partenaires ont donné une opinion au sujet du **recrutement des clients** lors des deux années de l'évaluation. **Au cours de l'An 1**, tous ceux qui s'étaient prononcés à ce sujet avaient émis un avis positif. De même, **au cours de l'An 2**, la majorité conservait ce jugement positif.

Les **motivations à participer** au projet BBBB, ou à **continuer à y participer**, ont aussi été abordées dans **les questionnaires des deux années** adressés aux clients. D'abord, à propos de la décision d'acheter ou de continuer à acheter des boîtes de fruits et légumes, dans l'ensemble, aucune des raisons proposées n'est apparue marquante, et ce, pour les deux années. Ainsi, près des deux tiers des répondants de l'An 1 (57/91) au moins, et au moins les trois quarts de ceux de l'An 2 (33/44) ont considéré que chacune des sept raisons suivantes avait contribué à leur décision de continuer à acheter ces boîtes : la possibilité d'encourager des producteurs québécois et locaux de fruits et légumes, le coût abordable pour des boîtes de fruits et légumes de qualité, la possibilité d'obtenir près de chez eux des fruits et légumes de qualité, le souci de leur santé ou de celle de leur famille, le fait de ne pas être obligé de commander une boîte à chaque livraison, le fait de pouvoir changer de format de boîte à chaque commande, ainsi que la possibilité d'obtenir des recettes et des trucs culinaires faciles et économiques.

Tableau 12
Catégorie de revenu estimée de tous les répondants du groupe des clients, An 1 et An 2

Année de l'évaluation	Nombre total de répondants		Nombre de répondants étant sous le seuil de faible revenu		Nombre de répondants ayant un « revenu modéré »		Nombre de répondants ayant un « revenu élevé »	
	n	%	n	%	n	%	n	%
An 1	91	100	22/91	24	49/91	54	20/91	22
An 2	44	100	10/44	23	26/44	59	8/44	18

¹⁰ La question 17 adressée aux clients dans le questionnaire de l'An 1, de même que la question 20 dans celui de l'An 2, proposait comme choix de réponses 8 tranches de revenu familial annuel déterminées aléatoirement (7 tranches de 10 000 \$, entre 0 \$ et 70 000 \$ et une tranche de 70 000 \$ et plus). Les concepts de **seuil de faible revenu**, de même que ceux de « **revenu élevé** » et de « **revenu modéré** » n'avaient pas été pris en compte au moment de la formulation de cette question. Parmi ces trois concepts, le seul étant largement utilisé et reconnu, notamment par Statistique Canada, est celui de seuil de faible revenu. Il est basé sur des critères spécifiques. Il varie notamment selon le nombre de personnes que comptent les ménages, la taille du secteur de résidence (urbain ou rural) et le revenu avant impôt (revenu précis et non tranche de revenu). Le croisement de données a permis d'obtenir une approximation relativement réaliste en ce qui concerne les répondants dont le revenu se situait sous le seuil de faible revenu. En effet, dans ce cas, les catégories de revenu familial annuel **déclaré** ont été croisées avec les situations familiales déclarées (vivant seul, en couple, monoparental) et le nombre de personnes dans la famille (nombre d'adultes et d'enfants). (Statistique Canada, « Tableau 2 Seuils de faible revenu (base de 1992) avant impôt », *Les lignes de faible revenu, 2008-2009*, No 75F0002M au catalogue). Par contre, la catégorie dite des « **revenus élevés** » a été associée subjectivement à ceux de 60 000 \$ et plus, considérant les données disponibles. Quant aux revenus dits « **modérés** », ils regroupent tous les répondants dont les revenus et les situations familiales se retrouvent entre les deux autres catégories. En conséquence, les quelques résultats présentés à ce sujet constituent essentiellement des estimations fournies à titre indicatif.

¹¹ Il faut rappeler toutefois que ces données ne se rapportent pas à l'ensemble des clients, et qu'elles ne constituent pas non plus un échantillon statistiquement représentatif de ces derniers. À ce titre, il faut aussi les considérer comme ayant une valeur indicative.

Tableau 13

Catégorie de revenu estimée des répondants du groupe des clients excluant les « anciens clients », An 2

Nombre de répondants		Nombre de répondants sous le seuil de faible revenu		Nombre de répondants ayant un « revenu modéré »		Nombre de répondants ayant un « revenu élevé »	
n	%	n	%	n	%	n	%
27	100	5/27	19	19/27	70	3/27	11

En ce qui concerne la présence d'enfants dans les familles des clients, on en trouvait chez plus de la moitié des répondants de l'An 1 (52/91) et la moitié de ceux de l'An 2 (22/44). De plus, parmi ces familles comportant des enfants, au cours de l'An 1, un peu plus du quart (14/52) étaient sous le seuil de faible revenu, un peu plus du quart également (14/52) se situaient dans la catégorie estimée des « revenus élevés », et près de la moitié (24/52) dans celle des « revenus modérés ». De façon comparable, au cours de l'An 2, près du quart (5/22) des familles avec enfants étaient sous le seuil de faible revenu, la même proportion (5/22) se situaient dans la catégorie estimée des « revenus élevés », et plus de la moitié (12/22) dans celle des « revenus modérés » (voir tableau 14). Par contre, si on exclut de ces 22 répondants ayant des enfants ceux qui étaient des anciens clients au cours de l'An 2, soit 11 répondants, le nombre des participants effectifs de chacune des trois catégories change. Ainsi, ce serait plutôt un peu plus du quart d'entre eux (3/11) qui seraient sous le seuil de faible revenu, moins de 10 % (1/11) dans la catégorie estimée des « revenus élevés », et près des deux tiers (7/11) dans la catégorie estimée des « revenus modérés » (voir tableau 15).

Tableau 14

Catégorie de revenu estimée de tous les répondants du groupe des clients ayant des enfants dans leur famille, An 1 et An 2

Année de l'évaluation	Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille		Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille et étant sous le seuil de faible revenu		Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille et ayant un « revenu modéré »		Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille et ayant un « revenu élevé »	
	n	%	n	%	n	%	n	%
An 1	52	100	14/52	27	24/52	46	14/52	27
An 2	22	100	5/22	23	12/22	54	5/22	23

Tableau 15

Catégorie de revenu estimée des répondants du groupe des clients ayant des enfants dans leur famille, excluant les « anciens clients », An 2

Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille		Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille et étant sous le seuil de faible revenu		Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille et ayant un « revenu modéré »		Nombre de répondants ayant des enfants dans leur famille et ayant un « revenu élevé »	
n	%	n	%	n	%	n	%
11	100	3/11	27	7/11	55	1/11	9

Quant aux *intentions de participer encore aux activités de BBBB l'an prochain*, la plupart des répondants du groupe des clients (84/91) avaient répondu « oui » au cours de l'An 1. Au cours de l'An 2, par contre, cette proportion avait diminué à un peu moins des trois quarts (21/29, en excluant les 17 anciens clients des 44 répondants au questionnaire). Une analyse plus fine montrait aussi la répartition de ces répondants souhaitant continuer à acheter des boîtes en fonction des trois catégories de revenu estimées. On constatait alors que, pour



ÉVALUATION D'IMPLANTATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) DANS LANAUDIÈRE

les deux années, la majorité de ceux-ci se situaient dans la catégorie estimée des « revenus modérés ». Enfin, on note aussi, pour l'An 2, qu'en excluant les anciens clients, moins de la moitié des répondants ont déclaré avoir l'intention de participer l'an prochain à des activités en lien avec l'alimentation, à part l'achat de boîtes de fruits et légumes.

2.7 Facteurs ayant facilité et limité le maintien de la participation des clients

Facteurs facilitants

Au cours de l'An 1, les répondants du groupe des clients avaient été invités à identifier ce qui pouvait *faciliter la participation* des personnes et des familles au projet BBBB. Au cours de l'An 2, on leur a demandé ce qui pouvait aider les personnes et les familles à *poursuivre* leur participation à ce projet. Dans les deux cas, les éléments identifiés avaient tendance à prendre la forme d'éléments de satisfaction ou d'insatisfaction par rapport à des aspects particuliers du projet. Également, certains des éléments mentionnés faisaient référence à l'expérience positive avérée des répondants, et d'autres étaient plutôt des suggestions en vue d'améliorer des aspects moins appréciés. Autrement dit, c'était des facteurs facilitants potentiels.

Au cours de l'An 2, quelques répondants ont aussi profité de cette question pour transmettre des commentaires positifs globaux sur le projet. Selon les cas, ils ont considéré que celui-ci était : « *une bonne chose pour les familles démunies* » (1 répondant), « *un bon projet pour les campagnes* » (1 répondant) ou « *une belle façon de donner aux gens des légumes de qualité* » (1 répondant).

Le plus grand nombre des facteurs facilitants relevés étaient **liés aux activités proposées**. Ils réfèrent surtout au volet de la distribution des boîtes de fruits et légumes, et à des éléments aussi divers que : les caractéristiques des fruits et légumes (qualité, quantité, variété, coût, rapport qualité-prix), les horaires et la fréquence des livraisons, les apports particuliers du projet (connaissances et recettes via le bulletin, découverte de légumes, accès à des produits québécois ou régionaux), et certaines modalités de fonctionnement (partage des boîtes, boîte d'échange, connaissance du contenu des boîtes avant la livraison, livraison à domicile).

Trois facteurs facilitants potentiels identifiés (suggestion de moyens) se rapportaient plutôt **à l'environnement et au contexte de l'implantation** du projet BBBB. Ils concernaient la publicité et l'emplacement des points de chute. Et enfin, un seul élément **lié aux acteurs engagés dans cette implantation** a été mis en évidence. Il s'agit d'une entraide effectivement observée au moment d'« *aller chercher les boîtes* ».

Tableau 16
Facteurs ayant favorisé le maintien de la participation des clients

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<p><u>Éléments existants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le fait que les fruits et légumes étaient des produits québécois ou régionaux Le fait que les recettes étaient appréciées Le coût minime des aliments Un « rapport qualité-prix valant la peine » Le fait que la boîte à 10 \$ apparaissait « parfaite pour être partagée en deux » La possibilité de découvrir des légumes Le fait que le bulletin « aidait à maintenir la participation malgré un manque de légumes » <p><u>Suggestions de moyens potentiels pouvant aider les personnes et les familles à poursuivre leur participation au projet BBBB :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Modifier la fréquence des livraisons, par exemple en la rendant hebdomadaire ou plus régulière pendant l'été Améliorer la qualité ou la variété des fruits et légumes Augmenter la quantité de fruits (surtout) et légumes Permettre aux clients de connaître d'avance le contenu de leur boîte Faire des livraisons à domicile et si possible à faible coût Organiser une boîte d'échange pour les aliments abîmés ou pour tenir compte des préférences des clients Organiser un horaire de livraison plus flexible afin de mieux s'ajuster aux besoins des travailleurs Envoyer le bulletin à tous les clients même les semaines où ils n'achètent pas de boîte Développer les autres activités du projet (sensibilisation et éducation) Préparer les boîtes de fruits et légumes de manière à avoir un meilleur équilibre des quantités des différentes variétés 	<p><u>Éléments existants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Aucun élément identifié <p><u>Suggestions de moyens potentiels pouvant aider les personnes et les familles à poursuivre leur participation au projet BBBB :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Faire plus de publicité, notamment en recourant aux journaux locaux ou en faisant des liens avec la politique familiale de la municipalité ou un organisme communautaire local Ouvrir un point de chute plus rapproché du domicile Utiliser les écoles comme points de chute 	<p><u>Éléments existants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'« entraide » développée pour « aller chercher les boîtes » <p><u>Suggestions de moyens potentiels pouvant aider les personnes et les familles à poursuivre leur participation au projet BBBB :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Aucun élément identifié

Facteurs limitants

En ce qui concerne les éléments ayant pu rendre difficile, pour les personnes et les familles, le maintien de la participation au projet BBBB, les répondants du groupe des clients ont principalement identifié des éléments témoignant d'une insatisfaction par rapport à certains aspects de ce projet. Quelques suggestions d'amélioration ont aussi été formulées.

Le plus grand nombre des éléments d'insatisfaction relevés étaient **liés aux activités proposées**. Parmi eux, certains se rapportaient aux activités elles-mêmes (services offerts ou obtenus dans le cadre des deux volets et modalités de ces services), d'autres plutôt aux produits (fruits et légumes) achetés dans le cadre du projet. Quelques éléments limitants (avérés ou formulés sous forme de suggestions d'amélioration) étaient plutôt **liés à l'environnement ou au contexte de l'implantation**. Ils touchaient le déplacement nécessaire pour aller chercher les boîtes, la clientèle visée par le volet des boîtes, les modalités de livraison des boîtes, et les répercussions économiques du projet dans le milieu. Enfin, deux derniers éléments limitants identifiés sont apparus davantage **liés aux acteurs engagés dans l'implantation** du projet. Les acteurs concernés étaient les clients (les personnes défavorisées ne seraient pas rejointes) et les organisations partenaires (bénéficiaire questionné pour les points de chute de leur participation au CA du projet).

Tableau 17
Facteurs ayant fait obstacle au maintien de la participation des clients

En lien avec les activités proposées	En lien avec l'environnement et le contexte de l'implantation	En lien avec les acteurs
<p><u>Éléments concernant les activités ou services :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les heures d'ouverture jugées peu flexibles et peu adaptées aux personnes qui occupent un emploi pendant le jour • L'obligation d'aller compléter à l'épicerie pour les fruits et légumes non compris dans la boîte • Le manque de temps disponible pour participer aux autres activités • Le fait que le projet occasionnerait beaucoup de travail pour l'organisme point de chute • Le fait qu'un point de chute obligerait les clients à commander des boîtes à chaque livraison • Le manque de publicité pour le projet • Le fait que le point de chute n'offrirait pas d'accueil et aucune information sur le projet mis à part le bulletin • La fraîcheur des aliments qui serait compromise pour les clients allant chercher leur boîte le lendemain à un point de chute ne disposant pas de frigo <p><u>Éléments associés aux produits :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualité des fruits et légumes qui était jugée passable, pourrissant rapidement ou à cuisiner rapidement • La variété limitée des fruits et légumes • Les quantités variant beaucoup selon les boîtes ou qui seraient mal réparties • Le fait que les clients en auraient « moins pour leur argent » par rapport à l'achat en épicerie 	<p><u>Éléments existants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le déplacement ou le transport sur un grand territoire nécessaire pour aller chercher les boîtes au point de chute, qui pouvait être contraignant notamment pour des jeunes mères • Le fait que les gens auraient tendance à penser que le projet s'adresse plutôt aux familles à faible revenu <p><u>Suggestions de moyens potentiels pouvant aider les personnes et les familles à poursuivre leur participation au projet BBBB :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La livraison à domicile • L'ajout d'un deuxième point de chute dans une municipalité ayant un grand territoire <p><u>Effet négatif potentiel du projet :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Il pourrait entraîner des « répercussions négatives pour l'épicier du coin » 	<p><u>Éléments existants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • En raison du prix, le projet ne rejoindrait pas les personnes défavorisées • Ça ne « rapporterait pas grand-chose pour le point de chute de faire partie du CA » du projet (le point de chute considéré ici comme un organisme partenaire, acteur du projet)

2.8 Recommandations au terme de la seconde année d'implantation

1. En ce qui concerne la continuité et l'évolution globale du projet, il a été recommandé :

- Que l'appréciation généralement positive du projet par les répondants des trois groupes d'acteurs ne se traduise pas par le maintien d'un statu quo uniforme. Au contraire, que les employés permanents de BBBB Lanauidière, en collaboration avec les points de chute de la région, continuent à documenter de façon continue les forces et les faiblesses du projet expérimentées dans les différents milieux où il est implanté, de manière à pouvoir continuer à l'ajuster le plus possible en fonction des besoins et des caractéristiques propres à ces différents milieux.
- Que, lors de l'implantation de l'entrepôt lanauidois, le promoteur du projet BBBB Lanauidière, ses partenaires et ses employés permanents s'appuient sur l'expérience acquise (forces et faiblesses) lors de l'implantation et de la mise en œuvre de l'entrepôt des Laurentides.

2. En ce qui concerne le maintien de la participation des organisations partenaires, il a été recommandé :

- Que les partenaires du projet BBBB Lanauidière, lors d'une prochaine rencontre, amorcent une réflexion sur les raisons pour lesquelles une partie d'entre eux n'ont pas manifesté l'intention de poursuivre leur participation à ce projet après sa deuxième année d'implantation.
- Que le promoteur du projet BBBB Lanauidière, ainsi que ses partenaires dont les points de chute, de même que ses employés permanents, continuent d'entretenir une communication étroite sur les différents aspects du projet qui les concernent, qu'il s'agisse d'éléments de planification générale ou locale.
- De maintenir des liens de collaboration et d'échange entre les projets BBBB Lanauidière et BBBB Laurentides, quand ceux-ci auront entrepris leur fonctionnement autonome, afin de pouvoir continuer à bénéficier des expertises développées de part et d'autre.
- De poursuivre sur une base régulière, par exemple selon une fréquence de deux fois par année, les rencontres entre les points de chute lanauidois et la permanence de BBBB Lanauidière, afin de maintenir et de développer le réseautage initié entre ces organisations. Ces rencontres devraient permettre autant l'expression des différents besoins et points de vue que la transmission d'informations par les employés de BBBB Lanauidière.
- De poursuivre sur une base régulière, par exemple selon une fréquence de deux fois par année, les rencontres entre les coordonnateurs des quatre (bientôt cinq avec la séparation des régions de Lanauidière et des Laurentides) projets BBBB de la grande région de Montréal. Il s'agit de maintenir et de développer le réseautage initié entre ces projets, afin d'optimiser les échanges sur les façons de fonctionner propres à chacun, ainsi que sur les modalités de fonctionnement qui leur sont communes (par exemple, le contrôle de la qualité à l'entrepôt de Montréal, la rédaction du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*, etc.).

3. En ce qui concerne le maintien de la participation des bénévoles et employés, il a été recommandé :

- Que la permanence de BBBB Lanaudière, ainsi que les responsables de points de chute lanaudois, poursuivent les efforts entrepris afin d'améliorer le transfert vers les bénévoles et employés de connaissances de base sur le projet en recourant, pour ce faire, aux moyens jugés les plus appropriés : formation dispensée par l'agente de développement de BBBB Lanaudière, retransmission aux bénévoles et employés du « *kit de départ* » adressé aux points de chute, etc.
- Que la permanence de BBBB Lanaudière ainsi que les responsables de points de chute lanaudois poursuivent les efforts entrepris afin d'assurer le transfert vers les bénévoles et employés de toute information ponctuelle pertinente sur le projet en recourant, pour ce faire, aux moyens jugés les plus appropriés (notamment le *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*, de courts mémos et le bouche-à-oreille par la personne responsable du point de chute) et à d'autres moyens au besoin ou selon les situations.
- Que la permanence de BBBB Lanaudière ainsi que les responsables de points de chute lanaudois s'assurent que les bénévoles et employés puissent aussi bénéficier des effets positifs du réseautage amorcé entre les différents points de chute, par le moyen de rencontres les réunissant avec le chargé de projet régional : meilleure connaissance des modalités de fonctionnement de chacun, échanges de trucs afin de limiter le surplus de travail occasionné par la participation au projet, etc.
- Que la permanence de BBBB Lanaudière ainsi que les responsables de points de chute lanaudois demeurent attentifs aux besoins en bénévoles générés par le projet, notamment à la suite du non-renouvellement du poste de commis à l'entrepôt (ou aide-livreur). En outre, les solutions à cette problématique récurrente du manque de bénévoles ou du manque de temps dont ils disposent pour le projet BBBB pourraient constituer un objet de discussion lors des rencontres réunissant les points de chute lanaudois et la permanence de BBBB Lanaudière.

4. En ce qui concerne le maintien de la participation des clients, il a été recommandé :

- De continuer à faire de la publicité sur le projet selon les besoins des différents points de chute, en recourant aux moyens les plus appropriés selon les milieux (journal local, liens avec la politique familiale municipale ou un organisme communautaire local, etc.) et en insistant éventuellement sur la clientèle priorisée, soit les familles avec enfants à faibles et moyens revenus.
- Que le promoteur du projet ainsi que la permanence de BBBB Lanaudière, avec l'aide des partenaires dont les points de chute, développent des moyens en vue d'assurer un suivi des caractéristiques de la clientèle qui achète les boîtes de fruits et légumes. Dans la mesure du possible, par exemple, un outil pourrait être construit afin que les responsables de points de chute prennent en note, à leur inscription, la situation familiale ainsi que la catégorie de revenu des clients, tout en respectant l'anonymat de chacun.
- Que le promoteur du projet ainsi que la permanence de BBBB Lanaudière envisagent, de concert avec les points de chute, de collecter de l'information auprès des clients qui abandonnent leur participation au projet, afin de documenter les raisons qui motivent leur décision.



- De s'assurer que soit élaboré et distribué aux nouveaux clients l'outil d'information envisagé sur le projet.
- Dans une perspective de développement à moyen terme, de réfléchir à la possibilité de modifier la fréquence de livraison des boîtes de fruits et légumes, notamment en la rendant hebdomadaire, quand l'entrepôt lanaudivois sera en fonction et que des points de chute seront implantés dans toutes les MRC.
- Que, selon les disponibilités des points de chute et les caractéristiques de leur clientèle propre, la mise en place d'heures d'ouverture plus flexibles soit envisagée afin de mieux desservir les personnes occupant un emploi durant le jour et qui souhaiteraient acheter des boîtes de fruits et légumes.
- Que les points de chute confrontés à des problèmes de transport susceptibles de limiter l'accès au projet à des catégories spécifiques de clientèle potentielle, par exemple des jeunes mères à la maison, étudient des solutions tels la livraison à domicile à peu de frais ou l'ajout d'un deuxième point de chute dans les municipalités ayant un grand territoire.
- Que les employés permanents de BBBB Lanaudivère, et notamment l'agente de développement avec le soutien des responsables de points de chute, répètent de façon continue auprès des bénévoles et employés et des clients la transmission d'informations sur les divers éléments susceptibles d'influencer leur appréciation des fruits et légumes achetés : par exemple, la définition de la qualité, des formats, des portions, etc.
- Que, vu la proportion relativement faible des clients des boîtes participant aux activités de sensibilisation et d'éducation, notamment en raison d'un manque de temps, la permanence de BBBB Lanaudivère et les points de chute lanaudivois envisagent la possibilité que ces activités s'adressent principalement à d'autres clientèles qui pourraient, par la suite, devenir aussi des clients des boîtes. Pour la même raison, que la permanence de BBBB Lanaudivère et les points de chute lanaudivois envisagent de prioriser la diffusion du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe* comme principal moyen de sensibilisation et d'éducation ciblant les personnes et les familles ayant déjà choisi de participer au projet en tant que clients des boîtes. Dans tous les cas, toutefois, privilégier l'adaptation de ce type d'activités en fonction de la situation et des besoins propres à chaque point de chute, plutôt que d'instaurer de façon unilatérale un même mode de fonctionnement pour tous.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conformément à l'entente conclue entre le promoteur du projet, la DSP de Lanaudière et le comité d'accompagnement, l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière a porté sur les deux premières années de cette implantation. L'étude s'est penchée sur la participation de trois groupes d'acteurs à ce projet et, plus spécifiquement, sur leur participation initiale (An 1) ainsi que le maintien de cette participation (An 2), en lien avec l'évolution et le « déploiement » du projet.

Entre l'An 1 et l'An 2, les méthodes de collecte employées et les thèmes abordés ont été, dans l'ensemble, similaires et complémentaires. Il s'agissait de pouvoir évaluer l'évolution du projet dans une perspective comparative, tout en s'assurant de disposer d'une documentation sur le contexte dans lequel s'était poursuivie l'implantation du projet entre la première et la deuxième année.

L'analyse des résultats de l'An 2 a montré que, dans ce contexte en évolution, des ajustements au projet avaient été apportés, sur la base des constats et des recommandations de l'An 1 (formation offerte aux nouvelles ressources recrutées, « kit de départ » amélioré pour les points de chute, engagement d'un assistant-livreur, organisation d'un système de gestion des plaintes, etc.). D'autres ajustements également mis en place (notamment le contenu des boîtes en fonction des formats) s'appuyaient plutôt sur des analyses réalisées par l'agente de développement de BBBB Lanaudière.

Les résultats des deux années témoignaient aussi d'une appréciation globale positive du projet et de différents aspects de celui-ci. La plupart des répondants des trois groupes d'acteurs partageaient cet avis, malgré l'expression de quelques opinions divergentes sur ces différents aspects. À cet égard, d'ailleurs, on a observé une certaine fluctuation dans les éléments d'insatisfaction ou de critique, de l'An 1 à l'An 2. On peut penser que, pour chacune de ces années, ils représentaient le plus souvent des situations isolées ou ponctuelles expérimentées par des acteurs particuliers ou dans des milieux spécifiques. Certains des éléments négatifs relevés demeuraient toutefois récurrents au cours des deux années, même s'ils n'avaient pas toujours été mentionnés par les mêmes acteurs (critiques exprimées à l'égard de la qualité, de la variété, de la quantité ou du coût des fruits et légumes). D'autres ont porté à nouveau sur des aspects de la préparation ou de la distribution des boîtes, et également sur des aspects des activités de sensibilisation et d'éducation. Le manque de bénévoles a aussi été relevé. Dans l'ensemble, ces quelques notes discordantes invitaient tout de même à la vigilance. D'ailleurs, quelques suggestions d'amélioration, qui ne remettaient jamais en question les fondements du projet, avaient aussi été formulées par les répondants des deux années en vue de remédier à des éléments susceptibles, selon eux, de limiter la participation des acteurs.

Il est apparu, en conclusion de l'étude, que la participation au projet des trois groupes d'acteurs avait évolué en fonction de différents facteurs. Parmi ceux-ci, on peut mentionner les objectifs qu'ils poursuivaient (organisations partenaires) ou les attentes qu'ils avaient au départ (bénévoles et employés ainsi que clients), l'expérience réelle qu'ils vivaient en participant au projet et la satisfaction qu'ils en retiraient (les trois groupes d'acteurs), les changements qui survenaient dans le contexte (organisations partenaires) ou dans leur vie personnelle (bénévoles et employés ainsi que clients), etc. On a supposé qu'il était normal d'observer une certaine fluctuation dans la participation des différents groupes d'acteurs. Autrement dit, on a considéré normal qu'une certaine partie des acteurs de chacun des groupes se retirent du projet, pour être éventuellement remplacés par d'autres. Dans cette perspective, le maintien de la participation pouvait être jugé d'un point de vue global. Et comme l'étude n'a pas relevé de lacune profonde et insoluble à l'égard de cette participation globale, on pouvait considérer que la continuité du projet et sa pérennisation étaient sur la bonne voie, moyennant quelques ajustements. Les recommandations formulées au terme de chacune des deux années de la démarche devaient constituer une contribution en ce sens.

ANNEXES

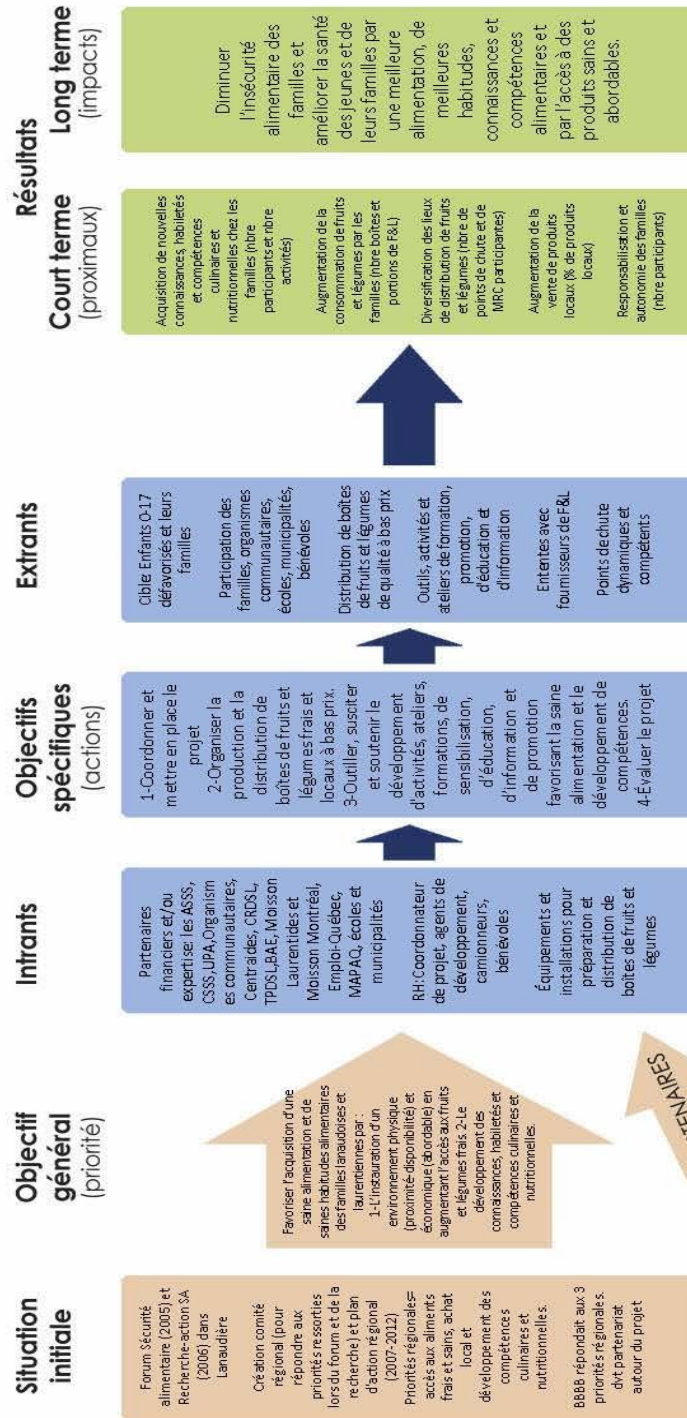
ANNEXE 1

Le modèle logique du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudivère-Laurentides

Fonds pour la promotion des saines habitudes de vie

Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudivère - Laurentides

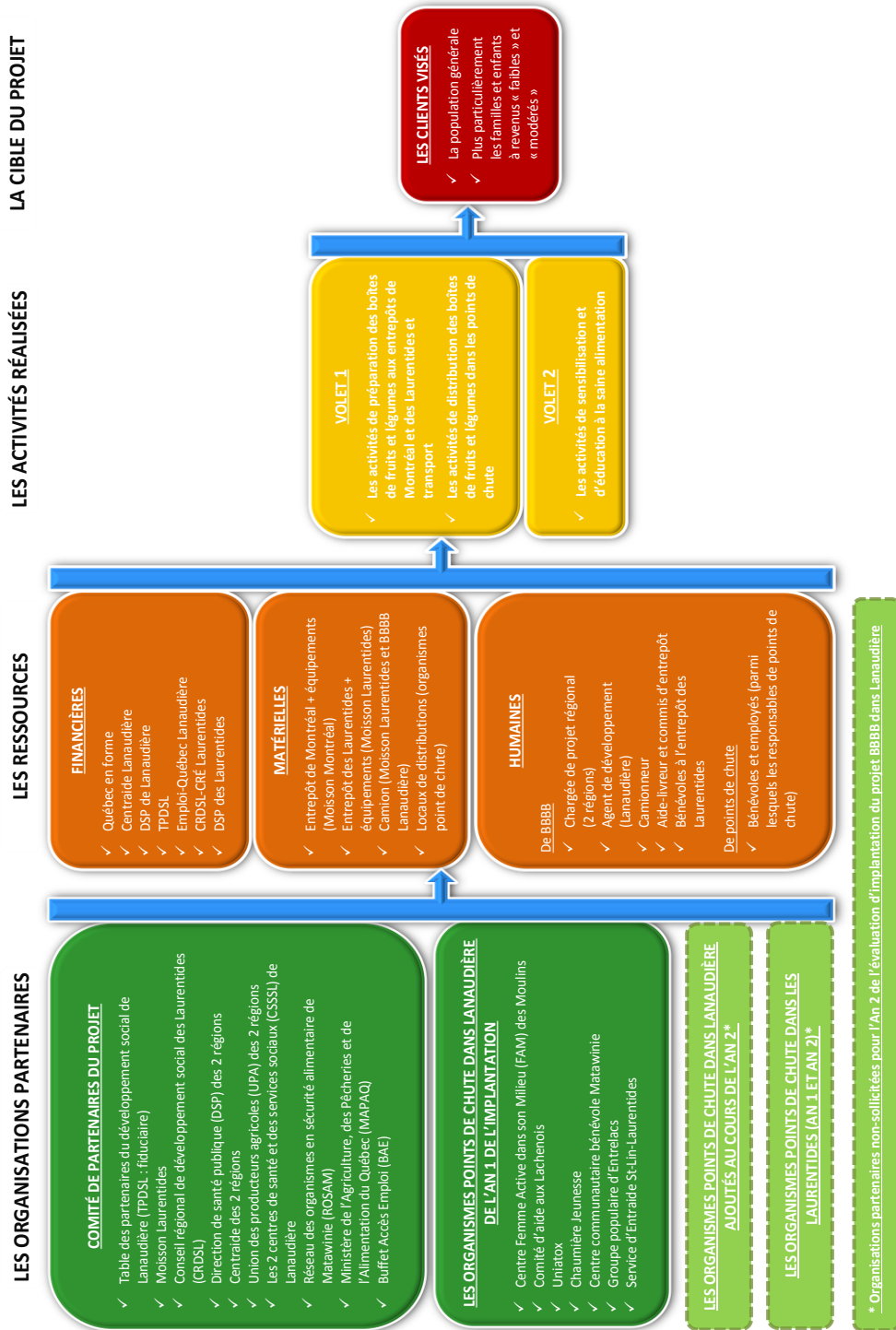
LE MODÈLE LOGIQUE (plan stratégique)



© Fonds saines habitudes de vie (2010), adapté de Genvais (2008)

ANNEXE 2

Schéma du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière lors de la seconde année de son implantation



ANNEXE 3

Le déroulement de la collecte des données

Phase	Objet	Méthode	Source de données	Moment
1	Description du projet BBBB, de son historique et de ses modèles d'influence	Recherche documentaire	Sources documentaires scientifiques et publications organisationnelles	Printemps 2011 (An 1 de l'implantation et de l'évaluation)
2	La participation initiale au projet BBBB Lanaudière de trois groupes d'acteurs de la première cohorte	Questionnaire (3)	<ul style="list-style-type: none"> • Représentants des organisations partenaires du projet BBBB Lanaudière-Laurentides • Bénévoles et employés du projet BBBB Lanaudière • Clients du projet BBBB Lanaudière 	Hiver 2012 (An 1 de l'implantation et de l'évaluation)
3	La participation initiale au projet BBBB Lanaudière de trois groupes d'acteurs de la première cohorte	Groupe de discussion (3)	<ul style="list-style-type: none"> • Représentants des organisations partenaires du projet BBBB Lanaudière-Laurentides • Bénévoles et employés du projet BBBB Lanaudière • Clients du projet BBBB Lanaudière 	Printemps 2012 (An 1 de l'implantation et de l'évaluation)
4	L'évolution du projet BBBB Lanaudière et le maintien de la participation des trois groupes d'acteurs de la première cohorte	Questionnaire (3)	<ul style="list-style-type: none"> • Représentants des organisations partenaires du projet BBBB Lanaudière-Laurentides • Bénévoles et employés du projet BBBB Lanaudière • Clients du projet BBBB Lanaudière 	Hiver 2013 (An 2 de l'implantation et de l'évaluation)
		Recherche documentaire	Comptes rendus des rencontres du Comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière	Printemps 2013 (An 2 de l'implantation et de l'évaluation)
5	La participation initiale au projet BBBB Lanaudière d'un nouveau groupe d'acteurs	Questionnaire (1)	Les producteurs maraîchers locaux	Phase annulée
6	La participation initiale au projet BBBB Lanaudière d'un nouveau groupe d'acteurs	Groupe de discussion (1)	Les producteurs maraîchers locaux	Phase annulée



Les résultats complets des deux volets de l'étude se retrouvent dans les rapports d'évaluation dont les références sont les suivantes :

POISSANT, Céline, et Geneviève MARQUIS (coll.). *Évaluation de l'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière. Rapport 1 portant sur la participation initiale des acteurs dans la première année d'implantation du projet*, Joliette, Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière, Direction de santé publique, Service de surveillance, recherche et évaluation, 2012, 295 p.

POISSANT, Céline, et Geneviève MARQUIS (coll.). *Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière. Rapport 2 portant sur la continuité du projet et le maintien de la participation des acteurs dans la seconde année d'implantation*, Joliette, Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière, Direction de santé publique, Service de surveillance, recherche et évaluation, 2013, 202 p.

**Agence de la santé
et des services sociaux
de Lanaudière**

Québec 