



**ÉVALUATION D'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**

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

Février 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 Dubois, Diane Joly, Thérèse McComber, Geneviève Marquis, Diane Nadeau, Sylvie Nadon, Céline Poissant, Martin Raby, Sabine Roblain, Nadine Saint-Georges et Sylvie Taillefer

Conception graphique et mise en pages :

Sylvie Harvey

Sous la coordination de :

Élizabeth Cadieux

Comité de lecture :

Élizabeth Cadieux, Sébastien Courchesne O'Neill, Abdoul Aziz Gbaya, Mario Paquet et Caroline Richard

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*.

À la condition d'en mentionner la source, sa reproduction à des fins non commerciales est autorisée. Toute information extraite de ce document devra indiquer la source suivante :

POISSANT, Céline, et Geneviève MARQUIS (coll.). *Évaluation d'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, février 2013, 295 pages.

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

Dépôt légal

Premier trimestre 2013

ISBN : 978-2-89669-137-1 (version imprimée)

978-2-89669-136-4 (version PDF)

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

REMERCIEMENTS

La contribution de plusieurs organisations, groupes et personnes a été nécessaire à la réalisation du premier volet de l'évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe dans Lanaudière, dont rend compte le présent document. L'apport spécifique de chacun mérite d'être souligné et des remerciements sincères sont adressés à tous.

En premier lieu, l'équipe d'évaluation tient à remercier les membres du Comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation qui, après avoir reçu, validé, bonifié et adopté la proposition d'évaluation initiale, ont assuré le suivi de la démarche au fur et à mesure de sa progression. Il s'agit : d'Annie Bélanger, de Moisson Laurentides; de Lucie Didié, remplacée par Martin Raby, du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière-Laurentides; de Diane Joly, remplacée par Vital Deschênes, de la Fédération de l'UPA de Lanaudière (FUPAL); de Sylvie Nadon, remplacée par Caroline Dufresne, de la Direction de santé publique (DSP) de l'Agence de la santé et des services sociaux (ASSS) des Laurentides; de Sabine Roblain, de la Table des partenaires du développement social de Lanaudière (TPDSL); de Sylvie Taillefer, remplacée par Mylène DuBois, du Conseil régional de développement social des Laurentides (CRDSL); et enfin de Nadine St-Georges, remplacée par Thérèse McComber et Diane Nadeau, du Réseau des organismes en sécurité alimentaire de la Matawinie (ROSAM).

Ensuite, d'autres collaboratrices ont été d'une aide précieuse lors de la deuxième phase de la collecte des données, soit lors du prétest de deux des trois questionnaires dans les Laurentides et lors de l'administration de leur version finale dans Lanaudière. Ce sont les responsables du projet BBBB dans les organismes points de chute visés, qui ont joué notamment un rôle d'intermédiaires dans la sollicitation à participer des clients ainsi que des bénévoles et employés du projet BBBB. Les collaboratrices pour la région des Laurentides étaient : Nassima Chalal, du Centre d'entraide Racine-Lavoie et Annick Lorrain, de la Maison de la Famille de Mirabel. Quant à celles de Lanaudière, il s'agissait de : Cathy Aubin et Andrée St-Jean, de Chaumière Jeunesse; Roxane Giroux-Lévesque, du Centre FAM des Moulins; Lyse Jalbert, du Service d'entraide St-Lin-Laurentides; Diane Laperrière, du Comité d'aide aux Lachenois; Manon Massé et Johanne Simard, de l'ASSS des Laurentides; Diane Nadeau, du Groupe populaire d'Entrelacs; et Nadine St-Georges, du Centre communautaire bénévole Matawinie (CCBM).

Par ailleurs, il ne faut pas passer sous silence la participation effective des organisations partenaires des régions de Lanaudière et des Laurentides, ainsi que des personnes qui ont accepté de répondre aux questions d'évaluation, que ce soit par le moyen d'un questionnaire ou dans le cadre d'un groupe de discussion. Au total, 25 organisations et près de 150 personnes ont ainsi consenti à fournir les informations au cœur de la présente étude.

Enfin, plusieurs collègues du Service de surveillance, recherche et évaluation de la DSP de l'ASSS de Lanaudière ont apporté diverses contributions grandement appréciées. D'abord, l'accompagnement constant de Geneviève Marquis, technicienne en recherche associée à la présente évaluation, s'est avéré indispensable, que ce soit lors de la conception des outils, dans le cadre de la collecte (administration des questionnaires téléphoniques et observation des groupes de discussion) ou lors du traitement et de l'analyse des données. Son intérêt pour l'objet de l'étude, sa capacité à comprendre les étapes de l'évaluation à partir du point de vue des populations ciblées, son approche simple et humaine



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

des participants, ainsi que sa perspicacité et son efficacité ont certainement contribué à la qualité de l'étude. Il faut mentionner aussi le rôle fort important joué par Catherine Hébert et Maryse Richard lors de la transcription du contenu des groupes de discussion. En outre, il faut souligner l'aide spécifique, appuyée sur son expertise en la matière, apportée par Louise Lemire au moment de réfléchir à des concepts portant sur le revenu, en lien avec certaines données recueillies. Plus tard, fidèles à leur bonne habitude, d'autres collègues du service ont pris part au comité de lecture ayant permis, grâce à leur regard externe rigoureux par rapport à l'étude, de peaufiner le document quant à certains éléments de contenu. Ce sont : Élisabeth Cadieux, Sébastien Courchesne O'Neill, Abdoul Aziz Gbaya, Mario Paquet et Caroline Richard. Également, ajoutant la touche finale à la forme de l'ouvrage, un excellent travail de conception graphique et de mise en pages a été réalisé par Sylvie Harvey.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	11
1. CADRE GÉNÉRAL DE L'ÉTUDE	13
1.1 Rappel du contexte	13
1.2 Objectifs de l'évaluation.....	16
1.3 Type d'évaluation	17
1.3.1 Évaluation d'implantation	17
1.3.2 Dimension formative	19
1.3.3 Dimension participative et négociée	19
1.4 Stratégie d'évaluation.....	20
1.4.1 Population à l'étude	20
1.4.2 Dimensions de la participation explorées	21
1.4.3 Méthodologie	23
1.4.3.1 La recherche documentaire	26
1.4.3.2 Le questionnaire	26
1.4.3.2.1 <i>Le prétest des questionnaires par entrevues téléphoniques</i>	26
1.4.3.2.2 <i>L'administration des questionnaires par entrevues téléphoniques</i> ...	27
1.4.3.2.3 <i>L'administration des questionnaires imprimés par voie postale</i>	30
1.4.3.3 Le groupe de discussion	31
1.4.4 Traitement et analyse des données.....	32
1.4.5 Limites de l'étude.....	32
2. ANALYSE GLOBALE	35
2.1 La participation initiale des organisations	35
2.1.1 Constats généraux.....	35
2.1.1.1 Sur la phase d'élaboration du projet.....	35
2.1.1.2 Sur la phase de mise en œuvre du projet	37
2.1.2 Facteurs facilitateurs	40
2.1.2.1 Facteurs liés aux activités proposées	41
2.1.2.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation	41
2.1.2.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation	41



2.1.3	Facteurs limitants.....	41
2.1.3.1	Facteurs liés aux activités proposées	42
2.1.3.2	Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation	42
2.1.3.3	Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation	43
2.2	La participation initiale des bénévoles et employés.....	43
2.2.1	Constats généraux.....	44
2.2.1.1	Sur les motivations à participer et le recrutement	44
2.2.1.2	Sur les rôles joués dans les activités du projet.....	45
2.2.1.3	Sur l'adéquation des services et des produits offerts	48
2.2.1.4	Sur les relations développées et entretenues	49
2.2.1.5	Sur la satisfaction globale à l'égard du projet	49
2.2.2	Facteurs facilitateurs	50
2.2.2.1	Facteurs liés aux activités proposées	50
2.2.2.2	Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation	51
2.2.2.3	Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation	51
2.2.3	Facteurs limitants.....	52
2.2.3.1	Facteurs liés aux activités proposées	52
2.2.3.2	Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation	53
2.2.3.3	Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation	53
2.3	La participation initiale des clients.....	54
2.3.1	Constats généraux.....	54
2.3.1.1	Sur l'identité des clients	55
2.3.1.2	Sur les motivations à participer et le recrutement	56
2.3.1.3	Sur la participation aux activités et l'adéquation des services et produits ..	57
2.3.1.4	Sur la satisfaction à l'égard du projet.....	59
2.3.2	Facteurs facilitateurs	60
2.3.2.1	Facteurs liés aux activités proposées	60
2.3.2.2	Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation	61
2.3.2.3	Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation	62



2.3.3	Facteurs limitants.....	62
2.3.3.1	Facteurs liés aux activités proposées	62
2.3.3.2	Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation	63
2.3.3.3	Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation.....	64
2.4	CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS.....	65
3.	RÉSULTATS DÉTAILLÉS	69
3.1	Résultats de l'analyse des questionnaires	69
3.1.1	La planification, l'organisation et la gestion du projet.....	69
3.1.1.1	Les tâches et les rôles relatifs à l'ensemble du projet	69
3.1.1.2	Les tâches et les rôles accomplis au niveau des points de chute	70
3.1.1.3	Les éléments clés de la concertation.....	72
3.1.2	Le recrutement des participants et leurs motivations à participer	73
3.1.2.1	La collaboration consentie par les organisations partenaires.....	73
3.1.2.2	Le recrutement et la motivation à participer des bénévoles et employés ...	74
3.1.2.3	Le recrutement et la motivation à participer des clients.....	75
3.1.3	Les clients : connaissance, perceptions, caractéristiques.....	77
3.1.4	Le déroulement des activités	80
3.1.4.1	La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute.....	80
3.1.4.2	La distribution des boîtes dans les points de chute	81
3.1.4.3	Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute.....	82
3.1.5	La participation à BBBB Lanaudière : facteurs facilitants et limitants.....	86
3.1.5.1	La participation des organismes partenaires	86
3.1.5.2	La participation des bénévoles et employés	88
3.1.5.3	La participation des clients	90
3.1.6	L'adéquation des services	93
3.1.7	L'adéquation des produits	95
3.1.8	La satisfaction globale à l'égard du projet BBBB	96
3.2	Résultats de l'analyse des groupes de discussion	97
3.2.1	La concertation et la planification du projet	97



3.2.2	La connaissance du projet.....	100
3.2.3	La motivation à participer au projet.....	101
3.2.4	La connaissance des participants	102
3.2.4.1	La connaissance des organisations partenaires.....	102
3.2.4.2	La connaissance des bénévoles et employés.....	104
3.2.4.3	La connaissance des clients	107
3.2.5	Les infrastructures et équipements	111
3.2.5.1	Pour les entrepôts et ce qui les entoure	111
3.2.5.2	Pour les points de chute et ce qui les entoure	112
3.2.6	Le déroulement des activités	113
3.2.6.1	La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute	114
3.2.6.2	La distribution des boîtes dans les points de chute	115
3.2.6.3	Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute ...	118
3.2.7	L'adéquation des services	121
3.2.8	L'adéquation des produits	127
3.2.9	La satisfaction globale des clients.....	131
3.2.10	Les effets du projet sur les clients	132
	RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	135
	LISTE DES TABLEAUX EN ANNEXE.....	145



LISTE DES TABLEAUX ET DES ANNEXES

Tableau 1	Le déroulement de la collecte des données.....	24
Tableau 2	Éléments de contenu abordés lors des différentes phases de l'évaluation.....	25
Tableau 3	Nombre de répondants au questionnaire étant seulement des bénévoles ou employés.....	28
Tableau 4	Nombre de répondants au questionnaire étant seulement des clients	29
Tableau 5	Nombre de répondants au questionnaire étant à la fois des bénévoles ou employés et des clients.....	29
Tableau 6	Nombre de répondants au questionnaire visant les organisations partenaires.....	31
Annexe 1	MODÈLE LOGIQUE DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE LANAUDIÈRE-LAURENTIDES.....	137
Annexe 2	SCHÉMA DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE LANAUDIÈRE-LAURENTIDES LORS DE LA PREMIÈRE ANNÉE DE SON IMPLANTATION	141
Annexe 3	TABLEAUX DES RÉSULTATS AUX QUESTIONNAIRES.....	149
Annexe 4	QUESTIONNAIRE VISANT LES ORGANISATIONS PARTENAIRES DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) LANAUDIÈRE-LAURENTIDES	191
Annexe 5	DOCUMENT DE CONSIGNES DESTINÉ AUX RESPONSABLES DES POINTS DE CHUTE DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	201
Annexe 6	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT À L'INTENTION DES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	207
Annexe 7	QUESTIONNAIRE VISANT LES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	211
Annexe 8	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT À L'INTENTION DES CLIENTS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE	219
Annexe 9	QUESTIONNAIRE VISANT LES CLIENTS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE	223
Annexe 10	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PARTENAIRES DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES.....	231
Annexe 11	GUIDE DE DISCUSSION À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PARTENAIRES DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES	235
Annexe 13	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT À L'INTENTION DES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	253



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

Annexe 14	GUIDE DE DISCUSSION À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PARTENAIRES DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES	257
Annexe 15	GUIDE D'OBSERVATION DU GROUPE DE DISCUSSION À L'INTENTION DES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	265
Annexe 16	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT À L'INTENTION DES CLIENTS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE	275
Annexe 17	GUIDE DE DISCUSSION À L'INTENTION DES CLIENTS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	279
Annexe 18	GUIDE D'OBSERVATION DU GROUPE DE DISCUSSION À L'INTENTION DES CLIENTS DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE.....	285

INTRODUCTION

Le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière-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 Lanaudière (TPDSL), s'engage à évaluer ce projet et à transmettre les résultats de l'étude au bailleur de fonds.

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 Lanaudière. 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 Lanaudière. Bien que le projet ait été déployé sur deux régions, l'évaluation porte exclusivement sur la portion implantée sur le territoire lanauois.

La proposition d'évaluation adoptée comportait six phases de collecte de données réparties sur deux ans. Le présent rapport présente le processus et les résultats obtenus lors de la première année. Il s'agit ainsi d'un rapport d'étape. Mentionnons que cette première partie de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière a été réalisée conformément à la proposition d'évaluation adoptée.

Le document compte trois principales parties. La première partie présente le cadre général de l'étude. On y trouve d'abord un rappel du contexte dans lequel le projet BBBB et l'évaluation de son implantation ont été développés. Suivent les objectifs de l'étude, la population à l'étude, la méthodologie, ainsi que les limites de l'étude. La deuxième partie du rapport est consacrée à l'analyse globale des résultats. Il s'agit d'une synthèse de l'ensemble des résultats obtenus en recourant aux deux principales méthodes de collecte de données, présentées en fonction des objectifs de l'étude. Cette partie est immédiatement suivie par la conclusion, laquelle est assortie de recommandations visant à faciliter l'opérationnalisation des résultats.

Enfin, la troisième et dernière partie du document expose, en deux sections distinctes, les résultats détaillés de l'étude sur lesquels est appuyée l'analyse globale présentée dès la deuxième partie. D'une part, il s'agit des résultats, principalement quantitatifs, tirés de l'analyse des différents questionnaires administrés. Puis, ceux-ci sont complétés par les Résultats Qualitatifs associés à la tenue de groupes de discussion.

On peut noter que deux autres documents seront produits dans le cadre de l'étude. Il s'agira, d'une part, d'un deuxième rapport d'évaluation qui portera sur la continuité du projet et le maintien de la participation des acteurs dans la seconde année d'implantation. D'autre part, un rapport synthèse résumera l'ensemble de la démarche d'évaluation et des résultats obtenus.

1. CADRE GÉNÉRAL DE L'ÉTUDE

Cette première partie du rapport présente le cadre général de l'étude. Il s'agit de situer la démarche d'évaluation qui a été entreprise à partir de quelques aspects qui en précisent les particularités.

En premier lieu, un exposé rappelle le contexte dans lequel sont nés le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanauidière-Laurentides et, en corollaire, l'évaluation de son implantation telle que proposée par la DSP de Lanauidière au comité d'accompagnement et adoptée par ce dernier. Sont présentés ensuite, successivement, les objectifs de l'étude, le type d'évaluation privilégiée, ainsi que la stratégie mise en œuvre (population à l'étude, méthodologie, traitement et analyse des données et limites de l'étude) découlant de la proposition d'évaluation validée et bonifiée par le comité.

1.1 Rappel du contexte

Le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanauidière-Laurentides reprend une formule mise en œuvre à Montréal depuis 2003, d'abord par le NDG Food Depot dans le seul quartier Notre-Dame-de-Grâce puis, à partir de 2007, sous l'égide de Moisson Montréal (Moisson Montréal, site Internet, 2011). Cette initiative devenue alors régionale dessert désormais quatorze arrondissements montréalais (Centraide du Grand Montréal, 2009). Dès ses débuts plus modestes, toutefois, elle s'inspirait largement des Good Food Box développées précédemment à Toronto, par l'organisme Food Share. Il ne s'agit donc pas d'une idée originale montréalaise, mais davantage d'une idée ayant fait ses preuves ailleurs avant d'être adaptée au contexte propre à Montréal.

De façon générale, le modèle BBBB ou Good Food Box se caractérise surtout par les objectifs de : rendre les fruits et légumes de bonne qualité abordables et faciles à obtenir, appuyer les fermes locales à petite échelle, intéresser les gens aux questions de sécurité alimentaire et encourager des habitudes de consommation saines. Des préoccupations écologiques sont également prises en compte (Moisson Montréal, site Internet, 2011).

Le projet conjoint de Lanauidière et des Laurentides, par comparaison avec ceux de Montréal et de Toronto, comportait quelques particularités. D'abord, il se distinguait justement par cette collaboration établie entre deux régions voisines partageant certaines caractéristiques communes. Notamment, il s'agissait de régions combinant des territoires urbains et ruraux. Ensuite, la source de financement du projet était relativement nouvelle. En effet, le projet BBBB Lanauidière-Laurentides constituait l'un des deux premiers projets régionaux à être financés, dans Lanauidière, par Québec en forme. Ainsi, malgré la collaboration entre les deux régions, le promoteur officiel du projet et fiduciaire de la subvention était lanauidois. C'est donc la TPDSL qui assumait cette double fonction. Pour sa part, l'organisme Moisson Laurentides a joué un rôle stratégique lors de la première année d'implantation du projet, en mettant à sa disposition, pour les deux régions, ses installations physiques (notamment un entrepôt) et ses équipements (notamment un camion).

En outre, la présence de deux régions dans le projet a nécessité aussi le concours de ressources humaines appropriées, soit une personne chargée de la coordination de l'ensemble du projet et deux autres attachées respectivement à l'un des deux territoires, en tant qu'agents de développement, en plus d'un camionneur et d'un commis d'entrepôt. Enfin, de nombreuses organisations partenaires des



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

deux régions se sont engagées dans l'élaboration et la mise en œuvre de ce projet. Il a fallu notamment solliciter la participation de plusieurs organisations qui ont accepté de devenir les premiers points de chute. Ces dernières ont mis à la disposition du projet les bénévoles et employés qui y étaient rattachés et pris part au recrutement des clientèles visées. Le projet prévoyait également le recrutement de producteurs maraîchers locaux des deux régions qui devaient devenir des fournisseurs majeurs de fruits et légumes.

Déjà au début du projet, ces quelques particularités laissaient présager la relative complexité du processus d'implantation du projet BBBB Lanaudière-Laurentides. Et ce, en dépit du fait qu'il avait été développé à partir d'un modèle existant et éprouvé. Une exploration un peu plus approfondie de ses éléments constitutifs tendait à le confirmer.

Le projet BBBB Lanaudière-Laurentides visait au départ l'objectif général de « *favoriser l'acquisition d'une saine alimentation et de saines habitudes alimentaires des familles lanaudoises et laurentiennes* » (TPDSL, 2010a). Pour y parvenir, deux objectifs spécifiques étaient poursuivis, qui consistaient en :

1. L'instauration d'un environnement physique (proximité-disponibilité) et économique (abordable) en augmentant l'accès aux fruits et légumes frais.
2. Le développement des connaissances, habiletés et compétences culinaires et nutritionnelles.

Plus précisément, le projet devait prendre forme avec la mise en place graduelle de points de chute de boîtes de fruits et légumes frais produits le plus localement possible, dans chacune des MRC des deux régions (premier objectif spécifique). La clientèle visée était principalement celle des familles défavorisées avec enfants, bien que toute la population pouvait avoir accès aux produits offerts. Dans un second volet (deuxième objectif spécifique), il était prévu de produire un bulletin hebdomadaire remis avec les boîtes de fruits et légumes et d'organiser des activités de sensibilisation aux questions relatives à la saine alimentation (dégustations, collations, ateliers culinaires, rencontres d'information, etc.).

On trouve en annexe (annexe 1) le modèle logique ou plan stratégique du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière-Laurentides, tel qu'inclus dans la demande de subvention adressée à Québec en forme en 2010. À la suite, également en annexe (annexe 2), un schéma illustre l'articulation entre les différentes composantes au projet BBBB Lanaudière-Laurentides lors de la première année de son implantation.

Cela dit, compte tenu de la complexité anticipée du projet BBBB Lanaudière-Laurentides, il est apparu illusoire d'envisager une évaluation embrassant l'ensemble des éléments de son implantation. Pour cette raison et pour d'autres considérations, quelques balises incontournables ont guidé l'élaboration de la proposition d'évaluation soumise aux membres du comité d'accompagnement et adoptée en mai 2011. Elles sont les suivantes.

1. Québec en forme, le principal bailleur de fonds du projet, suggère aux promoteurs des projets financés un *Cadre de suivi et d'évaluation* sur lequel ils sont invités à s'appuyer. Une grande partie des lignes directrices de ce cadre, voire son esprit général, réfèrent à une perspective de

suivi de gestion et de reddition de comptes, soit une forme d'évaluation de nature plutôt administrative et centrée sur l'atteinte de résultats.

2. Pour sa part, le Service de surveillance, recherche et évaluation de la DSP de Lanaudière base d'abord les travaux d'évaluation dans lesquels il s'engage sur les orientations définies dans son propre cadre de référence en évaluation (Service de surveillance, recherche et évaluation, 2011). Ce document¹ prescrit notamment l'adoption d'une perspective participative et négociée et exclut la réalisation d'évaluations de type suivi de gestion et reddition de comptes, à visée principalement administrative. Il privilégie la réalisation d'études évaluatives susceptibles de fournir des informations utiles aux différents acteurs concernés par les objets d'évaluation abordés.
3. On peut noter qu'une première évaluation du projet BBBB de Montréal avait été conduite par une firme externe en 2009 (Smits et Vanié, 2009) et qu'une seconde évaluation était en voie de finalisation au moment de la rédaction de la proposition d'évaluation. Toutefois, il n'est pas apparu opportun d'envisager la transposition de la stratégie d'évaluation montréalaise au nouveau projet conjoint de Lanaudière et des Laurentides. En effet, les deux projets se situaient à des niveaux différents d'implantation et les contextes d'implantation avaient peu en commun. De plus, l'évaluation en cours à Montréal ne rejoignait pas la culture d'évaluation propre à la DSP de Lanaudière. Celle-ci conduit généralement ses professionnels à produire des rapports d'évaluation à portée plus explicative que visant une application gestionnaire axée surtout sur la performance.
4. Parmi les actions envisagées dans le plan d'action du projet BBBB Lanaudière-Laurentides au chapitre de l'évaluation, seule celle consistant à « évaluer l'atteinte des objectifs » (TPDSL, 2010a) se rapprochait des mandats habituellement pris en charge par le Service de surveillance, recherche et évaluation de la DSP de Lanaudière.
5. Idéalement, l'évaluation proposée aurait dû pouvoir être réalisée de façon similaire et coordonnée sur les territoires de Lanaudière et des Laurentides. Toutefois, cet idéal s'est avéré impossible à atteindre. En effet, les directions de santé publique de ces deux régions fonctionnaient différemment en matière d'évaluation et celle de Lanaudière ne pouvait assumer la réalisation de ce projet sur les deux territoires (collecte et analyse des données, etc.).
6. Il s'avérait pertinent de tenir compte, dans la démarche d'évaluation, du caractère progressif de l'implantation du projet et également de la préoccupation de pérennisation au terme de la période subventionnée, exprimée par le promoteur.
7. La détermination d'un objet d'évaluation de nature « transversale » devait permettre d'aborder l'implantation des deux volets du projet, soit celui concernant la distribution des boîtes de fruits et légumes et celui concernant les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation.

¹ On peut noter qu'il s'agit d'un nouveau cadre de référence portant sur l'évaluation à la DSP de Lanaudière, qui était en rédaction lors du dépôt de la proposition d'évaluation. Auparavant, un autre document basé sur des orientations similaires balisait les pratiques évaluatives ayant cours pour l'ensemble de l'Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière (Leclerc, Lemire et Poissant, 2000). La proposition d'évaluation y faisait donc référence.



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

Bref, la proposition d'évaluation adoptée par le comité d'accompagnement de l'évaluation pouvait être vue comme un compromis à différents égards : par rapport aux attentes en la matière de Québec en forme, par rapport à celles des promoteurs qui devaient y répondre et par rapport à ce que pouvait offrir la DSP de Lanaudière.

Il faut souligner que certains partenaires des Laurentides (la DSP, le Conseil régional de développement social des Laurentides (CRDSL) et Moisson Laurentides particulièrement) ont pris une part active au comité d'accompagnement de l'évaluation proposée par la DSP de Lanaudière. Leur contribution y a été fort pertinente, sinon indispensable. Par ailleurs, le comité d'accompagnement a jugé que, même s'ils n'étaient pas directement visés par l'évaluation, les autres partenaires de cette région pourraient tout de même trouver dans ses résultats des éléments éclairants pour la poursuite du projet BBBB.

1.2 Objectifs de l'évaluation

L'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière vise un objectif général et trois objectifs spécifiques. L'objectif général, de nature transversale, consiste à :

Évaluer la participation des différents groupes invités à prendre part aux activités du projet BBBB Lanaudière-Laurentides, soit les partenaires et surtout ceux des milieux visés pour la tenue des activités (organisations tels écoles, municipalités, organismes d'aide alimentaire), les bénévoles et les employés de ces milieux, les clientèles cibles des activités qui seront mises en œuvre, principalement des familles et enfants défavorisés et enfin, les producteurs maraîchers visés en tant que fournisseurs de fruits et légumes locaux.

Pour ce faire, les trois objectifs spécifiques suivants sont poursuivis :

1. Identifier les éléments favorisant et limitant **la participation initiale et le maintien de la participation** des groupes concernés par les activités entourant **la distribution de boîtes** de fruits et légumes frais (partenaires et milieux, bénévoles et employés, clientèles cibles et producteurs maraîchers).
2. Identifier les éléments favorisant et limitant **la participation initiale et le maintien de la participation** des groupes concernés par **les activités de sensibilisation** à la saine alimentation (partenaires et milieux, bénévoles et employés, clientèles cibles).
3. Pour les deux types d'activités, distinguer principalement, parmi les facteurs favorisant et limitant la participation, ceux qui sont liés aux activités proposées, à l'environnement et au contexte de l'implantation, ainsi qu'aux acteurs responsables de cette implantation (organisations partenaires, bénévoles et employés, producteurs maraîchers).

Puisque le présent rapport d'étape concerne seulement la première année d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, l'entièreté de ces objectifs n'a pas été abordée. On doit ainsi noter que :

- Seuls **trois des quatre groupes** identifiés à l'objectif général et aux objectifs 1 et 2 ont été interrogés : les organisations partenaires, les bénévoles et employés, ainsi que les clientèles cibles. La proposition d'évaluation prévoyait de rencontrer les producteurs maraîchers uniquement lors de la deuxième année d'implantation du projet.
- Auprès de chacun des trois premiers groupes, la collecte des données de la première année d'implantation concernait exclusivement la **participation initiale** au projet. La proposition d'évaluation prévoyait d'évaluer le maintien de cette participation seulement au cours de la deuxième année d'implantation. Cette dernière étape de l'étude s'est effectivement réalisée au moment prévu.
- Enfin, l'évaluation de la participation initiale au projet des trois premiers groupes visait **les deux volets** du projet BBBB, soit les activités de distribution de boîtes de fruits et légumes, ainsi que les activités d'éducation et de sensibilisation.

On peut rappeler également que l'objet transversal de la participation devait permettre d'aborder « par la bande », par le biais des facteurs facilitants et limitants, différents aspects de l'implantation du projet. Par exemple, on supposait que des informations pourraient être obtenues sur la pertinence des activités proposées en regard des besoins propres aux milieux, sur la qualité de ces activités, sur les modalités de leur promotion et de leur mise en œuvre, ainsi que sur leur coordination locale, régionale et interrégionale. On espérait collecter aussi des informations à propos des conditions de contexte (social, politique, économique) et d'environnement (dynamiques municipales et communautaires, installations matérielles, ressources disponibles, etc.) prévalant lors de l'implantation dans chacun des milieux. De même, on s'attendait à ce que les données recueillies puissent renseigner sur l'engagement respectif des différents acteurs responsables de l'implantation du projet, leurs compétences, leurs interrelations, etc. Dans l'ensemble, on peut considérer que les résultats obtenus comportent effectivement des informations sur les différents aspects du projet BBBB Lanaudière.

1.3 Type d'évaluation

La démarche d'évaluation élaborée en vue d'atteindre les objectifs fixés présentait trois caractéristiques principales. D'abord, il s'agissait d'une évaluation d'implantation. De plus, cette évaluation devait être à la fois formative ainsi que participative et négociée. La façon dont on concevait l'intégration de ces trois dimensions est expliquée dans les prochains paragraphes.

1.3.1 Évaluation d'implantation

Contrairement à une évaluation axée sur les résultats, une évaluation d'implantation, aussi appelée évaluation de processus, s'intéresse justement au processus qui conduit (ou non) aux résultats attendus. Elle permet de mettre en évidence les conditions qui facilitent la mise en œuvre d'un projet ou y fait obstacle, donc qui concourent ou non à l'atteinte de ces résultats visés.

Champagne et coll. (2010, p. 225) considèrent que l'analyse de l'implantation consiste à « *étudier les relations entre une intervention et son contexte durant sa mise en œuvre* », de manière à « *apprécier comment, dans un contexte particulier, une intervention provoque des changements* ». Ces auteurs

précisent également que cette forme d'évaluation se distingue par un « volet explicatif important », associé à un objectif de « comprendre le déroulement d'une intervention » (*ibid.*, p. 230). En outre, ils mentionnent qu'une telle explication peut être « synchronique » ou « dynamique ». Elle serait synchronique quand elle porterait sur « l'intervention à un moment donné (ou plusieurs) ». L'explication serait plutôt dynamique quand elle s'intéresserait à l'évolution de l'intervention.

Dans le cas présent, l'évaluation du projet BBBB porte sur sa mise en œuvre dans une des deux régions visées, soit Lanaudière, à des temps précis de son déroulement. On peut donc la considérer comme une évaluation d'implantation à explication principalement synchronique. Toutefois, après la deuxième année d'implantation, l'analyse portera également un certain regard sur l'évolution et la continuité du projet, en s'intéressant au maintien de la participation des acteurs.

Par ailleurs, il est nécessaire de mentionner un autre aspect fondamental de l'approche privilégiée dans l'évaluation d'implantation envisagée. Celui-ci est bien expliqué par Alain (2010, p. 21-22), quand il expose une vision moins répandue des démarches évaluatives centrées sur « la phase pendant » (par opposition aux phases « avant » et « après ») de la mise en œuvre d'un programme :

[...] on a trop souvent tenté de confiner cette phase à des notions qui relèvent d'une forme ou une autre de reddition de comptes relative à l'adéquation entre les besoins établis lors de la première phase – donc la planification des ressources et moyens à consacrer au programme pour que celui-ci soit susceptible de répondre à ces besoins – et les ressources effectivement consacrées. Ce serait oublier un peu vite que des éléments subjectifs importants viennent ici jouer un rôle; pensons seulement à la manière dont le programme a été présenté aux intervenants (un outil qui leur appartient ou seulement une modalité supplémentaire de contrôle de leurs activités professionnelles?) et à la réception que ceux-ci lui ont fait.

L'auteur laisse entendre que, si les dimensions subjectives toujours présentes dans la mise en œuvre des programmes sont trop souvent escamotées lors de leur évaluation, cela tient en quelque sorte à la prévalence d'un certain paradigme faisant en sorte que « les économies contemporaines placent l'objectivité et la rentabilité aux premiers rangs des qualités recherchées » (*ibid.*, p. 10). Dans ce contexte, l'évaluation est :

*trop souvent laissée qui aux gestionnaires soucieux d'une efficacité essentiellement économique et administrative, qui aux évaluateurs patentés et externes à qui l'on confie le dossier du programme qui « tourne mal » et dont il convient alors de démonter la mécanique en une opération où l'on se soucie de conserver la distance garante d'une neutralité objective (*ibid.*).*

Bref, en porte-à-faux de cette perspective courante, l'évaluation d'implantation proposée accorde une place importante à la dimension subjective des principaux groupes d'acteurs en présence. Ainsi, la position adoptée rejoint celle préconisée par Werner (2004, p. 81), selon qui la collecte des données vise à raconter « l'histoire du programme » (du moins en ce qui concerne l'angle de la participation des différents groupes d'acteurs), en vue de répondre à la grande question « *Que se passe-t-il dans ce programme?* »

1.3.2 Dimension formative

La dimension formative de l'évaluation entreprise découle notamment du choix de réaliser une évaluation d'implantation, même si une telle étude pourrait aussi revêtir un aspect sommatif.

Selon Joly, Touchette et Pauzé (2010, p. 122), la dimension formative d'une évaluation d'implantation est associée à une visée d'« *amélioration du programme* ». Par contre, sa dimension sommative réfère plutôt à une orientation consistant à « *porter un jugement sur ce qui a été réalisé par rapport à ce qui était prévu* ». Ces auteurs précisent également qu'à leur avis, la dimension formative serait surtout présente à l'étape initiale de l'implantation d'une intervention, alors que la dimension sommative le serait plutôt à son étape « *mature* » (*ibid.*, p. 126).

De façon plus générale, une évaluation formative permet une rétroaction continue avec les acteurs concernés, au fur et à mesure de la progression de l'étude et de l'implantation du programme évalué. Ainsi, il peut être possible pour les acteurs concernés d'ajuster leurs pratiques à l'égard de certains des aspects abordés dans le cadre de l'évaluation, sans devoir attendre nécessairement le dépôt du rapport final.

1.3.3 Dimension participative et négociée

La dimension participative et négociée de l'évaluation se combine particulièrement bien à la formule de l'évaluation d'implantation à visée formative décrite dans les précédents paragraphes.

En outre, l'approche participative et négociée a l'avantage de faciliter l'appropriation d'une évaluation et de ses résultats par les différents acteurs concernés, d'autant plus quand le point de vue subjectif de ces derniers est pris en compte au fur et à mesure de la progression de la démarche. Lacharité (2009, p. 223) est de cet avis. Selon lui :

La démarche d'appropriation, par les agents d'un programme, des constats d'une évaluation de ce dernier ne peut reposer uniquement sur la lecture (même attentive) d'un rapport d'évaluation ou l'exposition à des présentations publiques (aussi nombreuses et détaillées soient-elles) par les responsables de l'évaluation. Cette appropriation doit être conçue, dès le départ, comme une activité s'appuyant sur la prise en compte formelle du point de vue subjectif des agents du programme (si possible, l'ensemble de ceux-ci; sinon, un sous-groupe de personnes clés).

Dans la plupart des projets d'évaluation confiés au Service de surveillance, recherche et évaluation de la DSP de Lanauidière, l'approche participative et négociée est privilégiée depuis plus d'une dizaine d'années (Service de surveillance, recherche et évaluation, 2011; Leclerc, Lemire et Poissant, 2000). Selon les façons de faire habituelles du service, cette approche consiste principalement à mettre sur pied un comité de suivi composé de personnes représentant les principaux groupes d'acteurs concernés par les objets d'évaluation.

Dans le cas présent, le Service de surveillance, recherche et évaluation, l'organisme promoteur, soit la TPDSL, ainsi que les principaux partenaires du projet ont convenu de distinguer ce comité du *comité*



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

d'évaluation et de suivi prévu dans les démarches financées par Québec en forme. Ce comité parallèle a été nommé « *comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière* ». Il est composé de la professionnelle de la DSP de Lanaudière responsable de l'étude, ainsi que de personnes représentant chacun des organismes et groupes suivants : la TPDSL, Moisson Laurentides, le CRDSL, la DSP des Laurentides (professionnelle en évaluation), les points de chute et organismes partenaires dans Lanaudière (représentés au départ par le Réseau des organismes en aide alimentaire de Matawinie ou ROSAM), ainsi que les producteurs maraîchers (représentés par l'UPA) et la clientèle cible dans Lanaudière.

Ce comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière s'est vu confier le mandat de préciser, de valider et de bonifier la proposition d'évaluation initiale (objectifs, stratégie, méthodologie). De même, il a pour tâche de suivre chacune des étapes de la démarche d'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière (les différentes phases de la collecte, du traitement et de l'analyse des données) et de formuler des avis sur des aspects particuliers le cas échéant. Son rôle consiste également à valider le ou les rapport(s) d'évaluation produit(s) et à déterminer les modalités de la diffusion des résultats. Autrement dit, conformément à l'approche participative privilégiée par la DSP de Lanaudière et spécifiquement retenue dans l'entente concernant la présente étude, ce comité conserve toute liberté de décider de la diffusion la plus appropriée des résultats, en collaboration avec la TPDSL et la DSP de Lanaudière. D'ailleurs, le comité d'accompagnement réunit déjà plusieurs des principaux partenaires de BBBB Lanaudière-Laurentides.

Le comité d'accompagnement de l'évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière a été mis sur pied au tout début de la démarche. L'agente de recherche de la DSP de Lanaudière responsable de cette évaluation d'implantation prend en charge l'animation et les convocations aux rencontres concernant cette démarche spécifique, ainsi que la rédaction des comptes rendus de celles-ci.

1.4 Stratégie d'évaluation

La stratégie d'évaluation décrit les aspects opérationnels de la réalisation de l'étude. Elle comporte la définition de la population à l'étude, ainsi que l'exposé de la méthodologie employée et des modalités de l'analyse des données collectées. Les limites de l'étude y sont également associées. Aux fins du présent rapport, seuls les éléments concernant la première année d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière sont pris en compte.

1.4.1 Population à l'étude

La démarche évaluative relative à la première année d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière visait à obtenir des informations en vue de documenter les objets d'évaluation auprès de trois des quatre groupes d'acteurs concernés. Ceux-ci sont : 1) les différents partenaires (surtout lanauchois) engagés dans la mise en œuvre de ce projet et principalement les milieux ciblés pour établir les points de chute des boîtes de fruits et légumes; 2) les bénévoles et employés attachés à ces différents milieux; 3) les clientèles visées, soient d'abord des familles et enfants défavorisés.

1.4.2 Dimensions de la participation explorées

L'objet central de l'évaluation, soit la participation initiale des trois groupes d'acteurs identifiés au projet BBBB Lanauidière, a été abordé en fonction de quelques grandes dimensions. Celles-ci correspondent surtout à des segments de l'expérience de cette participation vécue par ces groupes spécifiques. Ces derniers, selon les dimensions considérées, pouvaient occuper une position d'acteurs principaux ou secondaires (au cœur de l'action) ou plutôt une position plus passive (récepteurs, témoins, observateurs).

L'approche adoptée dans la démarche d'évaluation tenait pour acquis que ces différentes positions d'acteurs ou ces différents points de vue pouvaient constituer de l'information pertinente. La prise en compte de chacune de ces positions et leur analyse globale devaient permettre de documenter la participation initiale au projet BBBB Lanauidière. Elle devait aussi contribuer, au terme de la démarche, à une meilleure compréhension des principaux éléments ayant pu faciliter cette participation ou y faire obstacle.

Il est important d'ajouter que, en lien avec l'optique d'une étude essentiellement qualitative dans son esprit (au-delà du recours, notamment, à la méthode « quantifiée » du questionnaire), on peut considérer que celle-ci est basée sur un raisonnement plutôt inductif. Cela signifie qu'elle « repose sur l'absence d'idées préconçues » et que si des hypothèses étaient formulées, celles-ci seraient « générées d'après les données de l'observation elle-même et de l'analyse » qui en est faite (Mayer et Ouellet, 1991, p. 1). En fait, dans la présente évaluation, cette perspective s'est traduite par une ouverture à la possibilité de mettre à jour, en cours d'analyse, de nouvelles dimensions de la participation des acteurs au projet BBBB Lanauidière. Ainsi, les dimensions initiales définies dans cette section – et identifiées avec l'aide indispensable des membres du comité d'accompagnement de l'évaluation – ont servi à l'élaboration des premiers outils de collecte, soit les trois questionnaires de la phase 2 (voir section 1.4.3.2). Toutefois, l'analyse des résultats de cette deuxième phase a conduit à identifier et à intégrer, dès la phase suivante, de nouvelles dimensions ou sous-dimensions permettant d'affiner l'analyse ultérieure.

- **La planification, l'organisation et la gestion du projet** sont des fonctions associées principalement au groupe des organisations partenaires du projet BBBB Lanauidière-Laurentides. À cet égard, bien que l'évaluation se concentre sur l'implantation de BBBB dans Lanauidière, il a fallu tenir compte de la contribution de l'ensemble des partenaires ayant pris part à l'élaboration et à la mise en œuvre de ce projet couvrant les deux régions. Certains aspects de cette fonction relevaient plutôt de l'organisme promoteur du projet (la TPDSL), d'employés de BBBB (chargée de projet régional et agente de développement) ou des organismes jouant le rôle de points de chute pour la distribution des boîtes de fruits et légumes. De plus, il a fallu aussi tenir compte de l'existence de deux niveaux principaux d'ancrage de cette dimension : le niveau régional (en fait, les deux régions étaient généralement considérées ensemble) et le niveau local (celui de l'implantation des points de chute). Enfin, il a été nécessaire d'intégrer une perspective diachronique, puisque cette dimension a pris forme différemment au moment de l'élaboration et au moment de la mise en œuvre du projet.

Les principaux éléments de cette dimension qui ont été distingués sont : la concertation entre les partenaires; l'élaboration, la coordination et la promotion du projet; le partage d'une vision commune, la circulation de l'information, la prise en charge du leadership et le partage des rôles entre partenaires; la coordination entre la chargée de projet et les organismes points de chute, de même que la supervision du projet par cette employée clé; ainsi que la communication et les relations entre les différents acteurs.

- **Le recrutement des participants et leurs motivations à participer** réfèrent en quelque sorte à un temps « préprojet » et « préparticipation » à ce projet. Cette dimension englobe les raisons ayant conduit les différents groupes d'acteurs à prendre part au projet BBBB, ainsi que certaines modalités de recrutement (notamment l'identification des acteurs y ayant contribué).
- **Le déroulement des activités réalisées** fait état de ce qui se passe au cœur du projet BBBB Lanaudière, dans la mise en œuvre concrète de ses deux volets, soit la préparation et la distribution des boîtes de fruits et légumes, ainsi que les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Cette dimension a été abordée par le biais d'opérations et d'activités spécifiques.

Les activités de préparation des boîtes de fruits et légumes se déroulent en amont des points de chute. Elles comprennent notamment la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, la réception des fruits et légumes et la préparation des boîtes à l'entrepôt des Laurentides, ainsi que le transport des boîtes de l'entrepôt aux points de chute. Puis les activités de distribution des boîtes de fruits et légumes ont lieu dans les points de chute. Elles comprennent surtout la réception des boîtes, ainsi que l'accueil des clients et la distribution des boîtes.

Quant aux activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation, elles sont censées être offertes dans les points de chute. Il s'agit, par exemple, de la rédaction et la distribution du *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*, d'ateliers culinaires, de séances d'information ou de conférences, de dégustations, de cuisines collectives, et du développement d'outils. Toutefois, une part importante du travail à ce sujet est également accompli en amont des points de chute, mais à leur intention, par l'agente de développement du projet BBBB : transfert d'outils, développement d'ateliers, formations, développement de nouveaux outils, conseils sur la nutrition et la saine alimentation, organisation de rencontres de réseautage, évaluation des besoins des organismes.

- **L'adéquation des services et des produits** concerne ce qui est généré par le projet. Il s'agit, d'une part, des deux types de services correspondant aux deux volets du projet, offerts principalement aux points de chute : donc les activités de distribution des boîtes de fruits et légumes, ainsi que les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Quant aux produits, il s'agit surtout du contenu des boîtes de fruits et légumes (quantité, qualité, rapport qualité-prix et variété des fruits et légumes).

L'adéquation des services et des produits est appréhendée à partir de l'appréciation qu'en ont les différents groupes d'acteurs.

- **La connaissance du projet et des acteurs** représente une dimension complémentaire, incluse en raison de son éventuelle influence sur la participation au projet et sur le jugement que les acteurs portent sur des aspects de ce dernier. S'intéresser à cette dimension permet, en outre, de vérifier l'écart entre ce que savent les acteurs et la réalité observée.

1.4.3 Méthodologie

Comme prévu dans la *Proposition d'évaluation (ibid.)*, trois méthodes principales de collecte de données ont été employées dans les trois premières étapes de l'étude. Il s'agit de la recherche documentaire, du questionnaire et du groupe de discussion. Au fil des prochaines pages, les modalités du recours à chacune des trois méthodes et leur place respective dans le déroulement de l'étude sont présentées en détail. Le tableau 1 offre, d'entrée de jeu, une illustration du déroulement logique de l'étude et de ses différentes phases. Quant au tableau 2, il permet de préciser les éléments de contenu (dimensions) abordés auprès des différents groupes d'acteurs lors des différentes phases de l'évaluation.

On retrouvera notamment, à travers les divers éléments de la méthodologie, la mise en application des orientations adoptées quant aux dimensions formative, participative et négociée de l'évaluation d'implantation réalisée. Rappelons qu'en vue de documenter, dans une perspective à la fois formative et synchronique, l'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, deux temps spécifiques de cette implantation étaient visés par la collecte des données sur le terrain. La première et la deuxième étapes de l'évaluation, dont rend compte principalement le présent rapport, correspondent au premier de ces deux temps. Les données collectées et analysées se rapportent strictement à la première cohorte des points de chute implantés au cours de la première année.

On peut noter que l'attention accordée principalement à cette première cohorte servait aussi une finalité pragmatique. Il s'agissait de permettre que l'information obtenue et analysée puisse être le plus rapidement possible utilisée afin d'ajuster et d'améliorer éventuellement l'implantation du projet dans les cohortes suivantes. Ainsi, les deux phases de la collecte des données sur le terrain faisant suite à la recherche documentaire (phases 2 et 3, recourant respectivement aux méthodes du questionnaire et du groupe de discussion) ont servi à documenter la participation initiale au projet de trois des groupes d'acteurs : les représentants d'organisations partenaires (groupe 1), les bénévoles et employés des points de chute, de l'entrepôt des Laurentides et du projet BBBB (groupe 2), ainsi que les clientèles visées (groupe 3).

Les phases suivantes (phases 4, 5 et 6), non encore réalisées, concernent la deuxième année d'implantation du projet. Elles seront prises en compte seulement dans le second rapport de l'évaluation. En fait, on peut mentionner d'ores et déjà que seule la phase 4, portant sur le maintien de la participation des trois premiers groupes d'acteurs, sera réalisée. Cela s'explique par le fait que les phases 5 et 6 devaient s'intéresser à la participation initiale du quatrième groupe, soit les producteurs maraîchers locaux, alors que le début de leur participation a dû être reporté.



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

Tableau 1
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 	À venir : Hiver 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

Tableau 2
Éléments de contenu abordés lors des différentes phases de l'évaluation

Dimensions de la participation	Informateurs	Méthode de collecte
Planification, organisation et gestion du projet	Organisations partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Bénévoles et employés	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
Recrutement des participants et motivations à participer	Organisations partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2)
	Bénévoles et employés	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
Déroulement des activités réalisées	Organisations partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Bénévoles et employés	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
Adéquation des services et des produits	Organisations partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Bénévoles et employés	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
Connaissance du projet et des acteurs	Organisations partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire (phase 2) • Groupe de discussion (phase 3)
	Bénévoles et employés	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe de discussion (phase 3)
	Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe de discussion (phase 3)

1.4.3.1 La recherche documentaire

La première phase de la collecte des données consistait à réaliser une recherche documentaire. Les résultats de celle-ci ont été intégrés dans la rédaction de la proposition d'évaluation précédemment mentionnée (*ibid.*).

1.4.3.2 Le questionnaire

Le questionnaire constitue la principale méthode de collecte de données employée dans le cadre de cette étude. La construction de plusieurs outils a été planifiée afin d'obtenir des informations à deux temps spécifiques de l'implantation du projet et auprès des trois différents groupes d'acteurs. Pour ce qui est du temps 1, portant sur la participation initiale de ces trois groupes d'acteurs, cette méthode a été utilisée lors de la phase 2.

Trois outils différents ont été construits par l'équipe d'évaluation², puis ils ont été discutés, validés et bonifiés avec le comité d'accompagnement en décembre 2011. Deux d'entre eux ont été soumis à un prétest, soit celui visant les bénévoles et employés et celui visant les clients. Ils ont tous ensuite été administrés aux populations ciblées à l'hiver et au printemps 2012.

De façon plus précise, les modalités d'administration des questionnaires ont été adaptées aux particularités de chacun des groupes ciblés. Celui visant les partenaires était imprimé et envoyé par la poste aux organisations concernées (annexe 4). Ces dernières devaient le retourner également par la poste. Quant aux questionnaires visant les bénévoles et employés ainsi que les clients, leur administration a été faite par voie téléphonique (annexes 7 et 9). Un prétest de ces deux derniers outils a été réalisé en janvier 2012 dans les Laurentides. Puis, la collecte dans les points de chute lanaudois ainsi qu'auprès des organisations partenaires a été réalisée en février et mars 2012.

En ce qui concerne la procédure d'échantillonnage, on peut noter que l'ensemble des acteurs visés dans Lanaudière (soit la population totale) étaient invités à répondre aux questionnaires les concernant. Toutefois, il n'a pas été possible de les rejoindre tous.

1.4.3.2.1 **Le prétest des questionnaires par entrevues téléphoniques**

Le prétest a été réalisé dans deux points de chute du projet BBBB dans les Laurentides. Il a porté autant sur les questionnaires eux-mêmes que sur les modalités de leur administration et sur des outils associés. Après analyse du déroulement de ce prétest, il y a eu ajustement des outils et des modalités de la collecte.

Plus précisément, un total de 23 entrevues téléphoniques ont été réalisées par la technicienne en recherche de la DSP de Lanaudière, dans deux points de chute qui s'étaient portés volontaires pour expérimenter cette démarche évaluative. Parmi les répondants à ces entrevues, on comptait des clients seulement (11), des bénévoles ou employés seulement (3) et des personnes cumulant le double statut de clients et de bénévoles ou employés (9). On a constaté notamment que, dans le recrutement des participants, la collaboration des responsables des points de chute s'avérait essentielle. Dans cette foulée,

² « L'équipe d'évaluation » fait référence à l'agente de recherche et la technicienne en recherche de la DSP de Lanaudière affectées à cette étude.

on a observé cependant qu'il semblait particulièrement exigeant pour ces personnes de solliciter et d'obtenir la participation à l'évaluation des anciens clients.

La procédure expérimentée était détaillée dans un document de consignes destiné aux responsables des points de chute. On demandait principalement à ces personnes de faire remplir un formulaire de consentement aux participants potentiels, afin qu'ils signifient leur accord à être contactés par la technicienne de recherche afin de répondre à l'un ou l'autre des deux questionnaires ou même aux deux. De cette façon, l'équipe d'évaluation n'avait pas accès directement à la liste des clients, dont la confidentialité était respectée. Les formulaires de consentement dûment remplis étaient transmis à l'équipe d'évaluation par les responsables des points de chute. Ils comportaient les noms et numéros de téléphone des personnes qui avaient accepté de participer à l'étude. À partir de ces informations, la technicienne de recherche pouvait téléphoner à ces dernières et leur poser les questions relatives au(x) questionnaire(s) les concernant. La durée moyenne des appels a été de 15 minutes, ce qui était jugé raisonnable par l'équipe d'évaluation et par les responsables des points de chute. En ce qui concerne le taux de réponse obtenu globalement pour les deux organismes, il a été de près des deux cinquièmes (23/58). Plus précisément, les répondants se répartissaient ainsi : plus du quart (11/39) pour les clients seulement, les trois quarts (3/4) pour les bénévoles ou employés seulement et plus des deux tiers (9/13) pour les personnes ayant un double statut, c'est-à-dire étant à la fois clients et bénévoles ou employés.

Notons que les données obtenues dans le cadre du prétest, c'est-à-dire les réponses aux questions, n'ont pas été prises en compte dans l'analyse dont les résultats sont présentés dans la troisième partie de ce rapport (section 3.1).

1.4.3.2.2 L'administration des questionnaires par entrevues téléphoniques

En ce qui concerne les questionnaires visant les bénévoles ou employés ainsi que les clients (annexes 7 et 9), la procédure de recrutement des participants prétestée dans les Laurentides a été retenue lors de la collecte dans Lanaudière. Elle s'appuyait donc toujours sur la collaboration des responsables de chacun des points de chute lanaudois, qui étaient, cette fois, au nombre de sept. Ces personnes servaient d'intermédiaires en vue d'obtenir le consentement des répondants visés (annexes 6 et 8). La façon de procéder leur était décrite dans un document de consignes amélioré (annexe 5). Selon ce qui leur convenait le mieux, elles ont transmis les formulaires de consentement dûment remplis par télécopieur, par courriel ou par la poste. À cet effet, une date limite avait été fixée.

Ce mode de sollicitation avait été adopté pour des raisons éthiques et de confidentialité, notamment parce qu'on s'attendait à ce qu'une grande partie des personnes visées soient plutôt défavorisées. Cette procédure ne permettait donc pas à l'équipe d'évaluation d'avoir accès à la liste initiale des noms et des coordonnées des groupes visés pour répondre aux questionnaires. Par contre, les responsables des points de chute étaient invités à transmettre les informations les plus détaillées possible quant au nombre initial de chacun des groupes visés. Il s'agissait pour l'agente de recherche et son assistante d'être en mesure, par la suite, d'estimer un taux de réponse pour les différents groupes et sous-groupes de participants. Pour les clients, par exemple, on espérait être en mesure de distinguer ceux qui étaient réguliers, occasionnels et anciens. À cet égard, toutefois, les résultats ont été décevants. En effet, il s'est avéré compliqué, sinon impossible d'obtenir le même genre d'informations de départ auprès de chacun des points de chute. Cette situation s'explique par le fait que leurs responsables ne tenaient pas des listes à la

fois exhaustives et comparables de l'ensemble des participants (clients ainsi que bénévoles et employés) ayant pris part au projet BBBB depuis le début de son implantation, en octobre 2011. En outre, les efforts consentis par les responsables de points de chute pour rejoindre les anciens participants ne fréquentant plus l'organisme, notamment les anciens clients, demeuraient volontaires et limités par leurs disponibilités. Il s'agissait, pour eux, d'une contribution exigeante. Sur cette base, il n'était donc pas possible de prendre en compte le nombre des refus de participer obtenus auprès de ces anciens participants. Enfin, le défi d'ébaucher un tableau global de tous ces participants se compliquait encore du fait qu'un certain nombre d'entre eux présentaient un « double statut », étant à la fois bénévoles ou employés pour le projet BBBB et clients de ce même projet (c'est-à-dire eux-mêmes acheteurs de boîtes de fruits et légumes).

Cela étant précisé, les tableaux 3, 4 et 5 présentent, respectivement, une version simplifiée du nombre de répondants aux deux questionnaires, pour chacun des trois types de participants (les bénévoles et employés, les clients, ainsi que les personnes ayant ces deux statuts). On y distingue essentiellement, pour chacun des sept points de chute et pour le projet BBBB lui-même³ : le nombre de répondants potentiels signataires d'un formulaire de consentement ayant été reçu à la DSP, le nombre des personnes parmi ces signataires qui n'ont pas été rejointes, puis le nombre de signataires ayant effectivement répondu aux questionnaires. Autrement dit, pour toutes les raisons exposées au paragraphe précédent, les données présentées ne pouvaient remonter à une liste de départs en amont des formulaires de consentement reçus à la DSP. En conséquence, les taux de réponse présentés plus bas demeurent relatifs, puisqu'ils se rapportent seulement à la liste de départ des signataires des formulaires de consentement reçus à la DSP.

Tableau 3

Nombre de répondants au questionnaire étant seulement des bénévoles ou employés

Organisme	Nombre de signataires de formulaires de consentement reçus à la DSP	Nombre de signataires de formulaires de consentement non rejoints par la DSP	Nombre de répondants au questionnaire
Centre Femme Action dans son Milieu (FAM) des Moulins	0	NSP*	0
Comité d'aide aux Lachenois	0	NSP	0
Uniatox	0	NSP	0
Chaumière Jeunesse	0	NSP	0
Centre communautaire bénévole Matawinie	0	NSP	0
Groupe populaire d'Entrelacs	0	NSP	0
Service d'Entraide St-Lin-Laurentides	2	0	2
BBBB	5	0	5
Total	7	0	7

*NSP : Ne s'applique pas

³ Parmi les répondants aux questionnaires, on retrouve des employés salariés assurant la permanence de BBBB Lanaudière-Laurentides et étant rémunérés directement à partir des fonds du projet (chargé de projet, agente de développement, camionneur et commis d'entrepôt), ainsi que des bénévoles recrutés par la permanence du projet et travaillant à l'entrepôt des Laurentides.

Tableau 4**Nombre de répondants au questionnaire étant seulement des clients**

Organisme	Nombre de signataires de formulaires de consentement reçus à la DSP	Nombre de signataires de formulaires de consentement non rejoints par la DSP	Nombre de répondants au questionnaire
Centre Femme Action dans son Milieu (FAM) des Moulins	0	NSP*	0
Comité d'aide aux Lachenois	1	0	1
Uniatox	25	3	22
Chaumière Jeunesse	3	2	1
Centre communautaire bénévole Matawinie	24	1	23
Groupe populaire d'Entrelacs	12	3	9
Service d'Entraide St-Lin-Laurentides	18	0	18
BBBB	0	NSP	0
Total	83	9	74

NSP : Ne s'applique pas

Tableau 5**Nombre de répondants au questionnaire étant à la fois des bénévoles ou employés et des clients**

Organisme	Nombre de signataires de formulaires de consentement reçus à la DSP	Nombre de signataires de formulaires de consentement non rejoints par la DSP	Nombre de répondants au questionnaire
Centre Femme Action dans son Milieu (FAM) des Moulins	4	0	4
Comité d'aide aux Lachenois	2	0	2
Uniatox	2	0	2
Chaumière Jeunesse	3	0	3
Centre communautaire bénévole Matawinie	3	0	3
Groupe populaire d'Entrelacs	2	0	2
Service d'Entraide St-Lin-Laurentides	1	0	1
BBBB	0	NSP*	0
Total	17	0	17

*NSP : Ne s'applique pas



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

Les appels téléphoniques, en vue d'assister les répondants aux questionnaires, ont été faits par la technicienne en recherche. Elle s'appuyait, pour ce faire, sur les noms et coordonnées des personnes ayant accepté de participer à l'étude, inclus dans les formulaires de consentement que ces dernières avaient préalablement signés. Selon les disponibilités de ces personnes, qui ont été inscrites sur les formulaires, les appels ont été effectués pendant le jour, le soir ou la fin de semaine. Il faut souligner que, parmi les répondants, les personnes présentant le double statut de bénévoles ou employés et clients ont été invités à répondre successivement aux deux questionnaires lors du même appel.

En ce qui concerne les personnes étant seulement bénévoles ou employées du projet BBBB, sept formulaires de consentement signés provenant de ce groupe ont été reçus à la DSP. Toutes ces personnes (100 %) ont été rejointes et ont répondu au questionnaire les concernant.

Pour ce qui est des personnes étant seulement des clients de BBBB, la DSP a reçu au total 83 formulaires de consentement signés provenant de ce groupe. Parmi elles, 74 personnes (soit 89 %) ont été rejointes et ont répondu au questionnaire les concernant. On peut noter qu'on trouvera, dans la partie consacrée aux résultats détaillés, d'autres données caractérisant spécifiquement les clients du projet (section 3.1.3).

Quant aux personnes ayant le double statut de bénévoles ou employés et clients de BBBB, 17 formulaires de consentement signés provenant de ce groupe ont été reçus au départ par la DSP. Toutes (100 %) ont répondu successivement aux deux questionnaires.

Au total donc, en additionnant les répondants à statut simple et ceux présentant un double statut, ce sont 24 bénévoles ou employés qui ont répondu au questionnaire les concernant et 91 clients qui ont fait de même pour l'autre questionnaire.

On peut noter que, parmi l'ensemble des 24 personnes ayant rempli le questionnaire destiné aux bénévoles et employés (statut simple plus statut double), les deux tiers (16/24) ont déclaré être des employés salariés d'un point de chute et trois répondants ont dit être des employés salariés de BBBB. Par ailleurs, trois autres répondants ont déclaré être des bénévoles à un organisme point de chute et deux autres ont dit être des bénévoles à l'entrepôt. On constate ainsi que, dans l'ensemble, plus des trois quarts des répondants à ce questionnaire (19/24) étaient des employés salariés plutôt que des bénévoles.

1.4.3.2.3 L'administration des questionnaires imprimés par voie postale

Pour ce qui est du questionnaire adressé aux organismes partenaires (annexe 4), qui visait un nombre limité de répondants, aucun prétest de cet outil ou de son mode d'administration n'a été fait. À partir d'une liste initiale fournie par la TPDSL, promoteur du projet BBBB Lanaudière-Laurentides, les noms de 27 personnes ont été retenus, chacune étant considérée comme étant « responsable » du projet au sein d'un des organismes partenaires identifiés. À ce titre, on recherchait des personnes ayant une connaissance du projet qui se rapproche plus de sa mise en œuvre concrète que de sa seule planification administrative. Parmi les 27 organismes de la liste, on comptait quatorze points de chute, soit les sept Lanaudois et les sept Laurentiens, ainsi que treize organismes « autres », membres du comité des partenaires du projet. De ce nombre total, 25 (93 %) ont retourné par la poste, dans le délai prescrit, un questionnaire dûment rempli à la DSP de Lanaudière. Il faut noter que, parmi eux, un répondant a déclaré que son organisme appartenait aux deux groupes.

Tableau 6

Nombre de répondants au questionnaire visant les organisations partenaires

Type d'organisme	Nombre de questionnaires envoyés	Nombre de questionnaires remplis reçus à la DSP
Point de chute	14	13
Organisme « autre » membre du comité des partenaires	13	11
Organisme appartenant aux deux groupes	0	1
Total	27	25

Plus précisément, la moitié des répondants à ce questionnaire (13/25) se sont identifiés comme étant des « employés salariés », les deux cinquièmes (10/25) ont dit être des « coordonnateurs ou directeurs salariés » et les deux autres répondants ont déclaré être des « bénévoles ».

1.4.3.3 Le groupe de discussion

Le groupe de discussion a constitué une méthode de collecte de données complémentaire. Il a servi à approfondir certaines des informations obtenues précédemment par le moyen du questionnaire, auprès des trois premiers groupes d'acteurs visés. Le contenu abordé concernait donc toujours la participation initiale de ces mêmes groupes au projet BBBB implanté dans Lanaudière.

Les résultats de l'analyse préliminaire des données obtenues par la méthode du questionnaire ont servi de matériau de base lors de l'élaboration de trois guides de discussion. Une première version de ceux-ci a été conçue par l'équipe d'évaluation. Puis, ces outils ont été discutés, validés et bonifiés avec les membres du comité d'accompagnement. Les guides de discussion bonifiés (annexes 11, 14 et 17) ont ensuite été utilisés pour réaliser, en mai et juin 2012, la troisième phase de la collecte des données. Trois groupes de discussion ont alors été réalisés, chacun auprès de représentants d'un des trois mêmes groupes d'acteurs visés.

Pour chacune des rencontres de trois heures, le nombre de participants se situait entre quatre et neuf. Dans les trois cas, leur recrutement a été opéré à partir d'une liste constituée à la suite de la passation du questionnaire par entrevues téléphoniques. En effet, une dernière question portait sur l'intérêt du répondant à participer à un groupe de discussion afin d'approfondir certains des thèmes du questionnaire. Si le répondant acceptait, ses coordonnées ainsi que ses disponibilités (jour, soir) étaient inscrites sur le questionnaire. On doit noter également, surtout en ce qui concerne le groupe des clients, que des efforts particuliers ont été investis afin d'obtenir un échantillon le plus représentatif possible des principaux types de clients, à partir de la liste de ces volontaires. Ainsi, des critères de géographie (point de chute d'attache), de revenu et de situation familiale ont été appliqués. Toutefois, plusieurs des participants potentiels se sont désistés au moment de l'appel téléphonique visant à les inviter formellement à participer à la rencontre prévue pour une date et un lieu précis. Il faut souligner aussi, en ce qui concerne les clients et les bénévoles, que l'annonce du paiement de leurs frais de déplacement et le recours à un incitatif (remise d'un coupon échangeable contre une boîte de fruits et légumes du projet BBBB de format moyen) ne semblent pas avoir eu l'effet escompté auprès de plusieurs d'entre eux.

En conséquence, il n'a pas été possible d'obtenir la participation à cette étape de personnes ayant certaines caractéristiques spécialement recherchées au départ, en ce qui concerne la population visée par le projet BBBB. Ainsi, aucune personne représentant une famille défavorisée et même aucune personne à faible revenu n'ont participé au groupe de discussion des clients.

Le contenu des discussions a été enregistré sur support audio, sous réserve de l'autorisation obtenue auprès des participants, par le moyen d'un formulaire à cet effet (annexes 10, 13 et 16).

1.4.4 Traitement et analyse des données

Les réponses aux trois questionnaires ont été saisies, puis traitées à l'aide du logiciel SPSS, par la technicienne en recherche. Une analyse préliminaire de ces données a d'abord été réalisée par l'agente de recherche responsable de l'étude, afin de permettre la construction des guides de discussion de la phase suivante. Puis, la même professionnelle a procédé par la suite à une analyse plus approfondie de ces premières données, dont les résultats sont présentés à la section 3.1.

Quant au contenu des discussions tenues lors de la phase suivante, elles ont d'abord été transcrites intégralement sur support électronique par une agente administrative. Par la suite, une analyse de contenu thématique, essentiellement qualitative, a été réalisée par l'agente de recherche responsable de l'étude. Ses résultats sont présentés à la section 3.2.

Enfin, une analyse globale de l'ensemble des résultats des phases 2 et 3 a été effectuée. Elle a conduit à une synthèse intégrant des éléments de discussion. Ces derniers résultats et pistes de réflexion sont l'objet de la troisième partie du rapport.

1.4.5 Limites de l'étude

Comme toute étude, la présente évaluation comporte des limites. Les signaler permet d'apprécier à leur juste valeur les résultats obtenus. Cela permet aussi d'en tenir compte par la suite, c'est-à-dire de demeurer alerte et de concevoir des stratégies alternatives, afin de les contourner, si possible, dans les étapes ultérieures de l'étude, quand une telle continuité est prévue.

D'abord, comme il a été mentionné à la section 1.4.3.2 portant sur le recours à la méthode du questionnaire auprès des bénévoles et employés et auprès des clients, il n'a pas été possible d'obtenir un nombre précis pour les deux populations cibles ainsi que pour les sous-populations identifiées par la suite (personnes présentant le double statut, puis clients réguliers, occasionnels et anciens). En conséquence, il n'a pas été possible de calculer un taux de réponse précis pour ces deux questionnaires. D'autres constats peuvent aussi être associés à cette situation :

- Le point de vue des anciens participants, notamment les anciens clients, n'a pas pu être pris en compte de façon significative. En effet, seuls deux répondants ont déclaré être des anciens clients (résultats Q4C, tableau 22). Pourtant, disposer d'un plus grand nombre de réponses de ce groupe aurait permis d'obtenir une plus juste compréhension des raisons expliquant la fin de leur participation au projet. On peut, par contre, faire en sorte que, lors de la seconde étape de l'évaluation portant sur le maintien de la participation lors de la deuxième année d'implantation

du projet, la population cible comprenne toutes les personnes ayant répondu au questionnaire de la première année.

- Il est apparu exigeant, pour les responsables de points de chute, d'être mandatés pour retrouver et solliciter les anciens participants à BBBB et même les participants actifs, afin qu'ils acceptent de prendre part à l'évaluation. Le recours à ces intermédiaires était justifié par des considérations éthiques et de confidentialité. Notamment, des membres du comité d'accompagnement avaient exprimé la crainte que la population visée, dont on s'attendait qu'elle soit composée en bonne partie de personnes défavorisées, soit réticente à participer à l'étude si la sollicitation n'était pas conduite d'abord par des personnes connues associées au point de chute. Au terme de ce premier volet de l'étude, toutefois, on peut se demander si ces précautions étaient absolument nécessaires. Les résultats de ce volet, en effet, montrent que les répondants n'étaient pas en majorité des personnes défavorisées, comme on s'y attendait (voir section 3.1.3). De plus, aucun d'entre eux n'a refusé de répondre aux questions sociodémographiques, comme des membres du comité d'accompagnement en avaient exprimé la crainte. Autrement dit, il aurait été possible de mettre au point une procédure de recrutement différente, moins lourde pour les responsables de points de chute, plus efficace quant aux résultats et respectant tout de même les mesures de base en matière d'éthique et de confidentialité. L'équipe d'évaluation aurait-elle pu se voir confier la liste des clients et celle des bénévoles et employés de chaque point de chute, selon une entente stricte et en fonction d'une utilisation limitée, de manière à procéder directement au recrutement des participants à l'évaluation? Aurait-il été suffisant, en termes d'autorisation auprès des populations visées, d'annoncer publiquement la tenue de l'évaluation dans les milieux de vie des participants, anciens et actuels?

On peut noter, par ailleurs, en ce qui concerne le questionnaire visant les organisations partenaires, une petite lacune quant à l'identification de certains destinataires et répondants. En fait, cette faiblesse concerne les points de chute des Laurentides. D'abord, le comité d'accompagnement de l'évaluation n'avait pas précisé s'ils seraient aussi visés par ce questionnaire. L'équipe d'évaluation a pris l'initiative de leur faire parvenir tout de même le questionnaire, en présumant qu'il serait possible de traiter à part leurs réponses. On s'attendait, en effet, à ce que le cachet de la poste permette de discriminer ces questionnaires selon leur provenance, ce qui ne fut pas le cas. Pour le second volet de l'évaluation (deuxième année de l'implantation du projet), il faudra déterminer si la participation de ces acteurs demeure pertinente. Si le comité d'accompagnement de l'évaluation juge que c'est le cas, il faudrait éventuellement prévoir, à même le questionnaire, une façon de discriminer les réponses en fonction de la région d'origine des répondants.

Enfin, ainsi qu'il a été mentionné précédemment (section 1.4.3.3), la représentativité des participants aux groupes de discussion, notamment à celui des clients, présente une certaine faiblesse, vu l'absence de personnes défavorisées. Il s'avère nécessaire d'en tenir compte dans l'interprétation des résultats.

2. ANALYSE GLOBALE

Le processus d'évaluation décrit précédemment reposait sur l'emploi des deux principales méthodes de collecte que sont le questionnaire et le groupe de discussion. Celles-ci ont permis d'obtenir des résultats détaillés qui sont présentés de façon exhaustive dans la troisième et dernière partie du document. Cette deuxième partie expose de façon synthétique une analyse globale de l'ensemble relativement dense de ces résultats.

Le but de cette analyse globale est de mettre en évidence les principaux éléments qui permettront éventuellement d'améliorer le projet BBBB Lanaudière en vue d'assurer sa continuité, son développement et sa pérennité. Dans cette optique, cette synthèse est construite en fonction des objectifs de l'évaluation. Elle permet ainsi de distinguer les facteurs facilitant et limitant la participation des trois groupes d'acteurs au projet BBBB. De plus, pour chacun de ces types de facteurs, ceux-ci sont regroupés selon qu'ils sont liés soit aux activités proposées, soit à l'environnement ou au contexte de l'implantation, soit aux acteurs engagés dans cette implantation. En outre, l'adoption de cette perspective a eu l'avantage de faciliter par la suite la formulation de recommandations le plus possibles claires, précises et potentiellement applicables pour les acteurs concernés.

2.1 La participation initiale des organisations

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. On peut considérer que la réalisation de ces mandats, dans la première année d'implantation du projet, s'est répartie en deux phases principales : celle de son élaboration et celle de sa mise en œuvre. Certains aspects chevauchent cependant ces deux phases, puisqu'ils s'inscrivent dans un processus relativement continu (par exemple, l'organisation d'un point de chute, le recrutement des bénévoles et des clients, etc.). De plus, certains aspects de cette participation ont trait à des considérations portant sur l'ensemble du projet (régional ou suprarégional), alors que d'autres concernent davantage le niveau plus local des points de chute.

Il faut souligner, aussi, que les informations à propos de la participation des organisations au projet BBBB proviennent principalement des répondants au questionnaire adressé aux organisations partenaires et des participants au groupe de discussion réunissant des représentants de celles-ci.

2.1.1 Constats généraux

Il s'est avéré nécessaire de distinguer deux catégories de constats généraux en ce qui concerne la participation des organisations partenaires : ceux qui se rapportent à la phase d'élaboration du projet, puis ceux qui réfèrent à la phase de sa mise en œuvre.

2.1.1.1 Sur la phase d'élaboration du projet

En ce qui a trait d'abord à la phase d'élaboration du projet, les répondants au questionnaire ainsi que les participants au groupe de discussion ont considéré que les choses s'étaient plutôt bien déroulées.

Le groupe de discussion a permis d'approfondir et de documenter davantage ce processus, au-delà d'un niveau d'appréciation favorable associé à quelques aspects spécifiques et complémentaires, se rapportant selon les cas à l'ensemble (régional ou suprarégional) du projet ou au niveau plus local d'un point de chute.

- Les aspects appréciés au moyen du **questionnaire** étaient d'abord : l'élaboration et la promotion du projet, l'adaptation des infrastructures et l'organisation d'un point de chute. Les répondants ont considéré dans l'ensemble que les choses s'étaient bien déroulées à l'égard de chacun de ces trois aspects de la planification du projet. Puis, en ce qui concerne plus spécifiquement la concertation, ils ont exprimé une appréciation généralement favorable au sujet du déroulement des quatre éléments clés suivant : 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. En outre, une majorité de répondants avaient aussi jugé que le recrutement des points de chute s'était bien déroulé.

Le questionnaire a également permis d'identifier, comme principale raison retenue par les répondants (surtout d'organismes « autres » qu'un point de chute) pour expliquer la collaboration au projet des organisations partenaires, le fait que les objectifs rejoignaient la mission de l'organisme. On notait, par contre, que les points de vue à ce sujet des répondants d'organismes points de chute étaient plus partagés. En effet, certains parmi eux étaient d'avis que leur organisme collaborait à BBBB plutôt en raison de la plus-value de la concertation pour améliorer l'accès aux aliments ou parce qu'ils avaient ainsi la possibilité d'offrir un nouveau service à leurs usagers. Quoi qu'il en soit, une majorité de ces répondants ont affirmé que leur organisme avait l'intention de participer encore au projet BBBB l'année suivante.

- Parmi les précisions que le **groupe de discussion** tenu avec des représentants d'organisations partenaires a permis d'apporter, on peut mentionner d'abord une meilleure connaissance des mécanismes de fonctionnement de la concertation, dont la répartition des mandats entre un « *grand comité* » et un plus restreint « *comité de travail* » ou « *comité de coordination* ». En général, l'efficacité du fonctionnement et le bon déroulement du processus ont été reconnus par les informateurs, notamment 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. Les informateurs ont aussi expliqué que les différents partenaires avaient pu jouer des rôles particuliers et à des niveaux variables au cours du processus d'élaboration du projet : présence puis retrait de Moisson Lanaudière, contribution importante de Moisson Laurentides, participation marginale de l'UPA et du MAPAQ.

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 dans l'élaboration du projet. D'une part, des informateurs ont tenu à souligner que le projet BBBB n'avait pas été élaboré en réponse à un appel de projet de Québec en forme. Au contraire, à leur avis, ce projet était déjà en cours d'élaboration de façon indépendante depuis plusieurs mois et le fiduciaire était déjà choisi quand les promoteurs ont fait appel à ce bailleur de fonds et à d'autres. Par ailleurs, il a été mentionné que la rapidité du processus exigé par Québec en

forme pouvait représenter un « *irritant* » à la concertation et se traduire par une éventuelle difficulté « *d'assimilation de tout le projet* » chez certains partenaires.

2.1.1.2 Sur la phase de mise en œuvre du projet

Pour ce qui est de la phase de mise en œuvre du projet, les deux méthodes de collecte des données ont permis de mettre en évidence la complexification du projet, découlant notamment de la multiplicité des opérations requises pour les différents types d'activités offertes. Les résultats du questionnaire ont montré une opinion toujours généralement positive à l'égard des aspects de cette mise en œuvre de BBBB soumis à l'appréciation des répondants. Par contre, l'analyse du contenu des groupes de discussion a révélé l'émergence de quelques difficultés associées à cette nouvelle complexité. Si celles-ci peuvent avoir affecté les organisations partenaires et leur concertation à propos du projet, elles n'ont apparemment pas empêché la réalisation de celui-ci. Elles ne semblent pas, non plus, avoir eu pour conséquence une remise en cause de la participation des organisations au projet.

Il faut rappeler, par ailleurs, que l'analyse a tenu compte d'une différenciation des rôles joués par les organisations partenaires, notamment en fonction de leur type. En effet, le rôle de celles qui n'étaient pas des points de chute (les organisations « autres ») tendait à se situer plutôt « en amont » des activités se déroulant directement « sur le terrain » des points de chute. Par exemple, les organisations « autres » étaient plus nombreuses à avoir pris part à l'élaboration du projet précédant sa mise en œuvre et au processus de concertation associé. Leurs répondants et informateurs ayant participé à l'évaluation semblaient aussi plus au courant des activités de préparation des boîtes de fruits et légumes se déroulant à l'entrepôt montréalais et à celui des Laurentides.

Dans les prochains paragraphes, l'analyse portera d'abord sur les activités de planification qui ont eu lieu dans la phase de mise en œuvre du projet. Les activités plus « terrain » s'étant déroulées dans la même phase seront abordées par la suite.

2.1.1.2.1 Les activités de planification

Les activités de planification se rapportant à la phase de mise en œuvre du projet étaient diverses. Celles abordées 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. Par contre, les participants au groupe de discussion ont échangé et émis des avis sur des aspects plus sensibles des relations de planification impliquant plusieurs organisations partenaires.

- La majorité des répondants au **questionnaire** visant les organisations partenaires ont jugé que la coordination entre la chargée de projet et l'organisme servant de point de chute, ainsi que la supervision par la chargée de projet régionale de BBBB s'étaient bien déroulées.

L'appréciation de la majorité des répondants était également favorable à propos du recrutement des bénévoles et employés, comme à propos du recrutement des clients.

- Le **groupe de discussion** a permis de mieux documenter certaines tensions vécues au niveau du partage des rôles, de la prise en charge du leadership et des communications. Les points de vue émis à ce sujet n'étaient pas nécessairement convergents. On a soulevé, par exemple, le fait qu'il n'y ait pas eu de « *transfert de leadership* » au moment où le projet était entré « *dans le feu de l'action* ». Cette nouvelle étape de l'implantation aurait nécessité une compréhension plus étroite de cette action et une capacité de réaction plus rapide, supposant une proximité plus grande par rapport au lieu de l'action. Selon un autre point de vue, ces tensions s'expliquaient davantage par des relations interpersonnelles difficiles découlant de conflits de personnalités ou de lacunes personnelles propres à un acteur clé. Une autre explication recueillie faisait état d'une sous-estimation de l'ampleur de la tâche à accomplir (une gestion de projet combinée à une logistique de distribution des boîtes, le tout en couvrant deux régions), ainsi que des ressources humaines requises pour y parvenir. À cet effet, une solution possible mentionnée consisterait à engager deux personnes ayant des compétences différentes pour occuper deux postes différents remplaçant celui de chargée de projet.

Par ailleurs, les informateurs ont abordé aussi le recrutement des différents participants. À propos de celui des points de chute, ils ont mentionné que la planification initiale avait dû être modifiée pour des raisons de logistique et de rationalité dans le tracé des circuits de distribution des boîtes et que la sélection s'était opérée à partir d'une liste d'attente d'organisations intéressées et de critères préétablis. Ils ont également souligné la diversité des types d'organismes sélectionnés pour jouer ce rôle, ainsi que la limite générale fixée à un point de chute par municipalité. Au sujet du recrutement des bénévoles et employés, les discussions ont montré que certains informateurs des organisations partenaires avaient surtout participé à celui des salariés de BBBB (appel de candidatures) et d'autres à celui 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 surtout souligné l'écart observé entre ceux qui avaient été visés au départ (les familles vulnérables, par la priorisation des MRC les plus défavorisées) et ceux qui étaient effectivement rejoints par le projet (majoritairement des familles à revenu modéré).

2.1.1.2.2 Les activités « terrain »

Les activités dites « terrain » sont celles qui se rapportent directement à la mission du projet BBBB Lanaudière. Aux fins de l'étude, elles 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 répondants au questionnaire adressé aux organisations partenaires ainsi que les représentants de ces organisations au groupe de discussion se sont prononcés sur des éléments de ces trois catégories d'activités. Puis, dans une perspective plus synthétique, ils ont aussi tous été invités à donner leur avis sur l'adéquation des services et des produits offerts dans le cadre du projet BBBB Lanaudière.

- L'appréciation de la majorité des répondants au **questionnaire** adressé aux organisations partenaires était favorable au sujet du déroulement des **activités entourant la préparation des boîtes** avant leur arrivée dans les points de chute : préparation des commandes en vrac à

l'entrepôt de Montréal, réception des fruits et légumes et préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides et transport des boîtes de cet entrepôt aux points de chute.

Les répondants ont donné une appréciation tout aussi positive en ce qui a trait au déroulement des **activités de distribution des boîtes** dans les points de chute : prise de commande et paiement des clients aux points de chute, transmission des commandes à la chargée de projet régional, réception des boîtes aux points de chute et accueil des clients ainsi que distribution des boîtes aux points de chute.

Quant aux **activités de sensibilisation et d'éducation**, les résultats du questionnaire tendaient à montrer une diversité de situations prévalant dans les organisations concernant celles qui étaient déjà offertes et celles qui pourraient l'être. Selon les répondants, parmi sept activités proposées, un plus grand nombre de ces organisations avaient déjà offert la rédaction, la publication ou la distribution du **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe**. De même, l'organisation 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. Enfin, on peut noter que moins de la moitié des répondants d'organisations partenaires ont donné une appréciation du soutien offert aux points de chute, en matière d'activités de sensibilisation et d'éducation, par un employé de BBBB. Les opinions exprimées à l'égard des sept activités proposées étaient toujours favorables.

Enfin, en ce qui concerne **l'adéquation des services** (moment et lieu de la distribution, installations et équipements utilisés) **et des produits offerts** (quantité, qualité, variété, rapport qualité-prix), dans l'ensemble, encore une fois, la plupart des répondants ont émis des avis favorables.

- Pour ce qui est des trois volets des activités offertes dans le cadre du projet, l'ensemble des propos des informateurs du **groupe de discussion** a permis de constituer une description plus élaborée de la façon dont les choses pouvaient s'être passées à cet égard dans la première année d'implantation du projet. Les discussions sur ces activités représentant le cœur du projet BBBB ont notamment mis en évidence quelques éléments illustrant le bon déroulement de cette implantation et quelques difficultés expérimentées en cours de processus. Dans plusieurs cas, on peut considérer qu'il s'agit de facteurs ayant facilité ou limité la participation des organisations partenaires au projet BBBB. C'est pourquoi ceux-ci seront présentés de façon plus spécifique plutôt à la section suivante (2.1.2).

En premier lieu, les activités de **préparation des boîtes de fruits et légumes** sont apparues relativement bien connues par les informateurs représentant des organisations partenaires. Ceux-ci 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 le développement possible d'un entrepôt dans Lanaudière et d'une logistique associée. Les préoccupations ainsi que les capacités décisionnelles à cet égard demeurent d'ailleurs en bonne partie du ressort des organisations partenaires regroupées en comité autour du fiduciaire, la TPDSL.

En deuxième lieu, la participation des organisations partenaires aux activités de **distribution des boîtes de fruits et légumes** est apparue plus variable, notamment en fonction du type d'organisme. Les informateurs de ce groupe ont adopté une approche relativement globale pour en discuter. Ils ont, en outre, fait état du développement de modes de fonctionnement particuliers dans les différents points de chute, en fonction des caractéristiques de chacun (locaux, main-d'œuvre disponible pour la manutention, modalités de paiement, heures d'ouverture, etc.).

En troisième et dernier lieu, on peut rappeler que seuls des informateurs associés à des points de chute ont discuté des **activités de sensibilisation et d'éducation**. Ils ont notamment précisé que les activités de ce type n'avaient pas été réclamées par les clients et qu'elles pouvaient constituer une charge supplémentaire pour les organismes points de chute.

Enfin, au sujet de **l'adéquation des services et des produits**, offerts notamment grâce à la participation des organisations partenaires (points de chute et « autres »), les informateurs ont fourni des détails illustrant leurs points de vue sur certains aspects de cette question. Par exemple, ils ont expliqué comment se passait la transmission d'informations sur le projet BBBB, une fois qu'un organisme avait accepté de signer une entente afin de devenir point de chute (remise d'un « kit de départ », transmission et circulation de celui-ci au sein du point de chute, informations présentes et manquantes dans ce « kit », etc.). Ils ont fait état également de certaines lacunes dans la transmission de certaines informations (nombre d'heures de travail requises et nombre de bénévoles nécessaires pour un point de chute, ce que représente une portion) 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).

2.1.2 Facteurs facilitants

Que ce soit par le biais de la question ouverte spécifique intégrée au questionnaire visant les répondants d'organisations partenaires (QP19) ou à travers les propos des informateurs du groupe de discussion tenus avec des représentants des mêmes organisations, sur différents aspects du projet BBBB, des éléments susceptibles de faciliter la participation des organisations partenaires à ce projet ont été identifiés. Dans les prochains paragraphes, ils sont présentés selon leur appartenance à l'une ou l'autre des trois catégories suivantes : ceux qui sont liés aux activités proposées, ceux qui sont liés à l'environnement et au contexte de l'implantation et ceux qui sont liés aux acteurs responsables de cette implantation. Les facteurs facilitants identifiés dans le cadre du questionnaire seront également distingués selon qu'ils l'ont été par des répondants rattachés à des points de chute ou à des organismes « autres ».

On peut noter que, dans l'ensemble, les répondants au questionnaire et les informateurs du groupe de discussion ont identifié plus de facteurs limitants que de facteurs facilitants. Il est important de souligner, également, que les éléments présentés ne font pas nécessairement l'unanimité parmi l'ensemble des répondants et informateurs.

2.1.2.1 Facteurs liés aux activités proposées

Par le moyen du **questionnaire**, trois facteurs facilitants liés aux activités proposées ont été identifiés par des répondants d'organisations points de chute. Ce sont : les boîtes de différents formats et de différentes couleurs qui arrivent déjà préparées, le recours à une grille de réservation déjà disponible, ainsi que la distribution d'une feuille de recettes. Par contre, aucun facteur facilitant de cette catégorie n'a été identifié par des répondants d'organismes « autres ».

Par ailleurs, lors du **groupe de discussion** avec les informateurs représentant des organisations partenaires, aucun facteur facilitant lié spécifiquement aux activités proposées n'a été mis en évidence.

2.1.2.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation

Les répondants d'organismes points de chute ont identifié, par le moyen du **questionnaire**, trois facteurs facilitants la participation des organisations au projet BBBB qui étaient liés à l'environnement et au contexte de l'implantation. Il s'agit du fait de disposer d'un grand local et de la main-d'œuvre nécessaire pour la manipulation des boîtes, ainsi que de l'installation du point de chute dans l'organisme (déjà fréquenté par le répondant). Pour leur part, les répondants d'organismes « autres » ont mentionné un autre facteur facilitant de cette catégorie : le fait que le projet ne demande pas d'implication financière et pas trop de temps de la part des organismes.

En ce qui concerne le contenu du **groupe de discussion**, son analyse a permis de relever un seul facteur facilitant de cette nature. Ce serait la possibilité d'adapter le projet BBBB en fonction des caractéristiques propres à chaque point de chute (locaux, main-d'œuvre disponible pour la manutention, modalités de paiement, heures d'ouverture, etc.).

2.1.2.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation

En ce qui concerne les facteurs facilitants liés davantage aux acteurs engagés dans l'implantation de BBBB, les répondants au **questionnaire** n'en ont mentionné aucun, qu'ils soient rattachés à des organismes points de chute ou « autres ».

Par contre, un ensemble d'éléments mis en évidence dans le cadre du **groupe de discussion** peuvent s'apparenter à des facteurs facilitants liés aux acteurs responsables de l'implantation du projet. Il s'agit de l'efficacité du fonctionnement et du bon déroulement du processus de concertation lors de la phase d'élaboration du projet. Ceux-ci ont été associés à une bonne communication et une bonne circulation de l'information entre les partenaires et les deux comités auxquels ils ont participé, un bon partage des rôles entre eux, ainsi qu'un leadership adéquatement assumé par la TPDSL.

2.1.3 Facteurs limitants

Les facteurs limitant la participation des organismes partenaires au projet BBBB sont présentés de façon similaire à ceux qui pouvaient faciliter cette participation (section 2.1.2). Ils sont donc distingués en fonction de la source de l'information (questionnaire ou groupe de discussion, répondant d'un



organisme point de chute ou « autre ») et selon la catégorie de facteurs identifiés (liés aux activités proposées, à l'environnement et au contexte de l'implantation ou encore aux acteurs responsables de cette implantation).

On peut noter que les facteurs limitants identifiés étaient généralement associés davantage à la phase de mise en oeuvre du projet BBBB plutôt qu'à celle de son élaboration.

2.1.3.1 Facteurs liés aux activités proposées

Parmi les répondants au **questionnaire**, seuls ceux étant rattachés à des organismes points de chute ont fait état de facteurs limitant la participation des organisations qui seraient liés aux activités. Ces éléments étaient : le non-respect de l'horaire de livraison, le fait que les fruits et légumes étaient parfois pourris, la difficulté de justifier la quantité par rapport au prix, le recours à l'avance d'argent dans la collecte du paiement des clients, l'obligation pour un point de chute de manipuler et transvider le contenu des boîtes afin de garder celles-ci au point de chute. Également, deux éléments formulés sous forme de suggestions par des répondants rattachés à des points de chute s'apparentent à des facteurs limitants : faire davantage d'activités avec les points de chute et offrir des boîtes différentes d'une semaine à l'autre.

Des facteurs limitants liés aux activités ont aussi été relevés dans le contenu du **groupe de discussion**. De façon générale, il a été question de l'ampleur de la tâche consistant à organiser la chaîne de montage des boîtes et la semaine de leur production dans un entrepôt servant déjà à d'autres activités. De façon plus spécifique, les informateurs ont mentionné aussi : les contraintes liées au travail avec des produits frais et les fournisseurs de ces produits, certaines modalités de paiement des boîtes ayant occasionné des difficultés (avance d'argent pour certains clients), le caractère « non réclamé par les clients » des activités de sensibilisation et d'éducation, ainsi que la charge supplémentaire (temps et salaire) que représente ce dernier type d'activité pour les points de chute.

2.1.3.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation

Parmi les résultats au **questionnaire**, on retrouve trois facteurs limitant la participation des organisations à BBBB qui apparaissent liés à l'environnement et au contexte de l'implantation et qui ont été identifiés par des répondants d'organisations points de chute. Ce sont : le fait de ne pas avoir le local nécessaire, le fait de ne pas pouvoir compter sur un financement associé à ce projet qui demande beaucoup de temps à gérer et la suggestion d'ouvrir deux ou trois points de chute supplémentaires dans les Laurentides. De plus, quatre autres facteurs limitants pouvant être classés dans cette catégorie ont été mentionnés par des répondants d'organismes « autres ». Il s'agit de : la grandeur de la région impliquant de longues distances à parcourir, le partenariat entre deux régions dans l'organisation des services, le besoin d'un soutien accru au niveau des ressources humaines et financières, ainsi que le fait que ce projet « comporte trop d'exigences ».

On peut considérer que deux principaux facteurs limitants liés à l'environnement et au contexte de l'implantation ont aussi été mentionnés dans le cadre du **groupe de discussion**. Il s'agit, d'abord, de la difficulté persistante de concilier dans un même espace (l'entrepôt des Laurentides) les activités de BBBB et celles de Moisson Laurentides, même après des efforts d'optimisation. En second lieu, on peut

situer dans cette catégorie de facteurs l'ampleur de la tâche à accomplir lors de la mise en œuvre du projet, notamment l'implantation de quatorze points de chute et d'un entrepôt, ainsi que l'organisation de la préparation et de la distribution des boîtes dans deux régions. Dans le même ordre d'idée, on peut ajouter la rapidité du processus exigé par le bailleur de fonds, faisant en sorte que tous les partenaires ne « *savaient pas ce qui se passait, le comment, le pourquoi* » de toutes les décisions prises.

2.1.3.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation

En dernier lieu, les répondants au **questionnaire** d'organismes points de chute ont mentionné un seul facteur susceptible de limiter la participation des organisations au projet BBBB qui soit lié aux acteurs engagés dans cette implantation. Celui-ci était exprimé sous forme de souhait : celui de pouvoir compter sur l'aide d'un aide-livreur. Pour leur part, les répondants d'organismes « autres » ont identifié deux facteurs qui peuvent être rangés dans cette catégorie. Ce sont : la nécessité que les points de chute informent la population de ce nouveau service (l'offre de boîtes de fruits et légumes) afin que les clients ne soient pas seulement les utilisateurs antérieurs des services de l'organisme, ainsi qu'une importante difficulté de communication avec certains partenaires en rapport avec le soutien technique et le développement du projet.

D'autres facteurs limitants de cette nature ont été relevés dans le contenu du **groupe de discussion**. Ce sont d'abord les tensions apparues dans la concertation lors de la phase de mise en œuvre du projet, en lien avec le partage des rôles, la prise en charge du leadership, la communication, la circulation de l'information et les relations interpersonnelles. Ces tensions ont été expliquées, en outre, par une attente non réalisée de « *transfert de leadership* » vers le chargé de projet au moment de la phase de mise en œuvre et par de possibles « *conflits de personnalités* » entre des acteurs clés du processus. On retrouve dans la même catégorie des difficultés de communication observées entre les salariés de BBBB et des points de chute, ainsi qu'un manque de main-d'œuvre dans les rouages de BBBB et notamment de « *bénévoles avec des bras* » à l'entrepôt.

2.2 La participation initiale des bénévoles et employés

Contrairement à la participation des organisations partenaires, celle des bénévoles et employés, dans la première année d'implantation du projet BBBB, s'inscrit principalement dans la phase de mise en œuvre du projet.

On peut noter que les informations à ce propos proviennent de l'ensemble des principales sources utilisées dans l'étude, soit les trois questionnaires ainsi que les trois groupes de discussion. Toutefois, les répondants et les informateurs appartenant eux-mêmes au groupe des bénévoles et employés de BBBB étaient les mieux placés pour avoir une connaissance étroite et détaillée des modalités de la mise en œuvre concrète du projet, notamment sur le terrain des points de chute et celui des deux entrepôts. Le point de vue de ces acteurs centraux aide à mieux comprendre les modalités de fonctionnement du projet implanté, tout en contribuant à mieux saisir leur propre expérience de participation à ce projet.



2.2.1 Constats généraux

L'évaluation a permis de documenter la participation des bénévoles et employés de BBBB sous différents angles. Ont été observés notamment : ce qui les a conduits à cette participation, en quoi consiste leur participation particulière, leur appréciation de certains aspects de celle-ci, dont les relations développées et entretenues entre les différents participants et ce à quoi ils contribuent grâce à cette participation. On peut noter que plusieurs des constats se rapportant à ces dimensions de la participation des bénévoles et employés ont été traduits sous forme de facteurs facilitants ou limitants. Ils sont donc présentés spécifiquement dans les sections qui y sont consacrées (2.2.2 et 2.2.3).

La participation au projet BBBB des bénévoles et employés pouvait se situer à différents niveaux, selon le type d'organisation à laquelle ils étaient rattachés. On peut distinguer ainsi les bénévoles et employés du projet BBBB lui-même (soit les salariés que sont 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.

2.2.1.1 Sur les motivations à participer et le recrutement

En ce qui concerne d'abord les motivations à participer et le recrutement des bénévoles et employés, ces aspects ont été abordés surtout avec les bénévoles et employés ainsi que les représentants d'organisations partenaires.

- Selon les résultats au **questionnaire** adressé aux **bénévoles et employés eux-mêmes**, 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.

Pour leur part, dans le cadre de leur propre questionnaire, les **représentants d'organismes** partenaires ont jugé dans l'ensemble que ce recrutement s'était bien déroulé.

Dans le cadre du **groupe de discussion** des représentants d'**organisations partenaires**, les participants ont relaté les modalités de recrutement des salariés de BBBB et surtout celles se rapportant au poste de chargé de projet régional (appel de candidatures, compétences et habiletés recherchées, etc.). Puis, ils ont discuté de l'écart entre les besoins anticipés pour ce projet sans précédent et les exigences de la réalité expérimentée. Ils ont aussi raconté comment s'était passé le recrutement des bénévoles à l'entrepôt des Laurentides (organisations sollicitées comme intermédiaires, caractéristiques des principaux groupes, forces et faiblesses respectifs). En outre, ces informateurs ont mentionné que des employés de la TPDSL, l'organisme promoteur, avaient continué à consacrer une partie de leur temps de travail au projet BBBB, même après l'étape de son élaboration.

Pour leur part, les informateurs **du groupe des bénévoles et employés** ont réitéré que leur principale motivation à participer au projet BBBB avait été de « *permettre aux gens de bien ou*

mieux s'alimenter » en se procurant des produits frais et de qualité tout en économisant. Puis, ils ont donné, comme raisons de poursuivre leur participation à ce projet, le plaisir de confectionner de « *super beaux paniers* » et la satisfaction observée chez les clients. Ils ont mentionné aussi qu'aux points de chute, leur recrutement s'était fait surtout de bouche à oreille, par le biais d'une personne rattachée à l'organisme point de chute. Ils ont laissé entendre que les responsables de points de chute n'occupaient pas nécessairement cette fonction depuis le début du projet et qu'ils pouvaient aussi partager les tâches relatives à BBBB avec d'autres salariés ou bénévoles de l'organisme. Les bénévoles et employés de l'entrepôt ont expliqué qu'ils avaient plutôt été recrutés par un organisme intermédiaire (par exemple la FADOQ). Les propos des participants de ce groupe montraient aussi que, parmi eux, les employés salariés de BBBB étaient ceux qui avaient une meilleure connaissance globale du projet, alors que les autres connaissaient surtout leur propre milieu (entrepôt ou point de chute). En outre, pour ces derniers, le camionneur est apparu comme étant le mieux connu des employés de BBBB.

Quant à eux, les informateurs du **groupe des clients** ont laissé entendre que, dans l'ensemble, ils n'avaient pas été sollicités afin de devenir bénévoles pour BBBB. Par contre, ils ont mentionné qu'un appel général avait été lancé par le moyen du **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** afin de « *trouver des bénévoles pour remplir les boîtes* ». D'autre part, leurs propos montrent qu'ils avaient une méconnaissance quasi totale des personnes travaillant à BBBB en amont du point de chute et des modalités de la préparation de leurs boîtes de fruits et légumes.

2.2.1.2 Sur les rôles joués dans les activités du projet

Une fois qu'ils ont été recrutés, l'expérience de participation au projet BBBB des bénévoles et employés s'est enracinée concrètement dans les rôles qu'ils ont joués en lien avec les activités de ce projet. L'évaluation a contribué à identifier et décrire en quoi a consisté la participation effective des différents sous-groupes de ces participants, 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.

- Deux des **questionnaires** ont abordé le déroulement de ces activités d'un point de vue qui touche la participation des bénévoles et employés : celui visant les bénévoles et employés eux-mêmes et celui adressé aux représentants d'organisations partenaires.

Mentionnons d'abord que ces deux questionnaires ont abordé un thème plus général à propos de la participation des bénévoles et employés, soit celui de ***l'adéquation du nombre de bénévoles***. À cet égard, les répondants des deux groupes se sont montrés partagés, même si la majorité d'entre eux ont exprimé une appréciation favorable.

Les répondants du groupe des ***bénévoles et employés*** ont identifié les tâches en lien avec la ***distribution des boîtes*** auxquelles ils avaient personnellement participé. 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. Puis, les répondants ont donné leur appréciation du déroulement de huit activités de ce même volet. Dans l'ensemble, ils étaient



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

d'avis qu'elles s'étaient bien déroulées. Toutefois, les perceptions les plus favorables portaient sur la réception des boîtes ainsi que l'accueil des clients et la distribution des boîtes aux points de chute.

Les répondants à ce questionnaire ont aussi identifié quatre **activités de sensibilisation et d'éducation** offertes par plus de la moitié de leurs organismes. Il s'agit de l'organisation : de séances d'information ou de conférences, de cuisines collectives, d'ateliers culinaires et de dégustations. Parmi ces activités, celles 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 (l'organisation de séances d'information ou conférences, dégustations, cuisines collectives et 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.

En ce qui concerne les activités de **préparation des boîtes** ayant lieu en amont des points de chute, les répondants du **groupe des bénévoles et employés** ont seulement donné une appréciation de leur déroulement. En fait, moins de la moitié des répondants se sont prononcés à ce sujet. Ils ont donné une opinion plutôt favorable sur le déroulement de la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, la réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides et la préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides.

Bref, on peut donc considérer que l'appréciation généralement favorable des répondants du **groupe des bénévoles et employés**, à l'égard du déroulement des trois volets des activités du projet BBBB (préparation des boîtes en amont des points de chute, distribution des boîtes aux points de chute et activités de sensibilisation et d'éducation), rejoignait celle des répondants des **organisations partenaires**, exposées précédemment (section 2.1.1).

- Les trois **groupes de discussion** ont permis de documenter davantage comment se passaient les activités « terrain » des trois volets du projet BBBB, notamment du point de vue de ceux qui y jouaient un rôle actif.

Au sujet des activités de **préparation des boîtes**, les informateurs du **groupe des bénévoles et employés** ont apporté des éléments de description des bénévoles de l'entrepôt des Laurentides : diversité sociodémographique, habiletés et capacités requises, notamment importance de pouvoir compter sur des hommes ayant une certaine force physique, etc. Ils ont aussi expliqué les opérations de contrôle de la qualité à l'entrepôt de Montréal et sur la chaîne de montage de celui des Laurentides. De leur côté, les informateurs du **groupe des organisations partenaires** ont fourni des précisions sur 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). Ils ont aussi fait état des conditions de travail parfois tendues à l'entrepôt des Laurentides, dans le contexte d'une cohabitation dans un espace limité avec les employés et bénévoles de Moisson Laurentides.

En ce qui concerne les activités de **distribution des boîtes** aux points de chute, les informateurs du **groupe des bénévoles et employés** ont donné quelques précisions sur qui étaient les responsables de points de chute (surtout des employés salariés) et quelles tâches ils accomplissaient pour BBBB (surtout noter et transmettre les commandes, ainsi que collecter les paiements). Ils ont parlé de la répartition des tâches entre ceux-ci et d'autres employés ou bénévoles de l'organisme point de chute. Ils ont mentionné le rôle occasionnel que pouvaient jouer certains d'entre eux, ainsi que des clients, dans la manutention des boîtes. Ils ont également réitéré qu'à leur avis, la distribution des boîtes se passait généralement bien. Par ailleurs, les informateurs des **organisations partenaires**, notamment ceux qui étaient rattachés à des points de chute, ont aussi signalé que les points de chute devaient parfois faire appel à leurs propres bénévoles et employés ou encore au camionneur les jours de livraison pour la manutention des boîtes. Ils ont énuméré les diverses autres opérations réalisées ces jours-là : vérification et comptage des boîtes, accueil des clients, remise des boîtes, vérification du paiement, collecte du prochain, rappels téléphoniques, transmission des commandes à BBBB, etc. De plus, ils ont signalé le développement de « systèmes » d'organisation adaptés de la distribution des boîtes dans certains points de chute (ex. cartons d'identification). Puis, les informateurs du **groupe des clients** ont décrit ce qu'ils savaient des tâches accomplies en lien avec la distribution des boîtes par les bénévoles et employés s'occupant de BBBB dans leurs points de chute (gestion des listes de clients, des commandes, appels et rappels téléphoniques, collecte des paiements). En outre, ils ont rapporté certaines difficultés en lien avec les modalités de paiement (avances assumées par le responsable de BBBB au point de chute).

Pour ce qui est des **activités de sensibilisation et d'éducation**, les propos des informateurs du **groupe des bénévoles et employés** ont permis de mettre en évidence une diversité de situations selon les points de chute. Ils ont conduit à constater 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 cet employé spécifique de BBBB, il est apparu que les informateurs en avaient une connaissance inégale et que certains points de chute avaient plutôt développé une collaboration avec un autre professionnel offrant des services semblables (par exemple une nutritionniste du CLSC). Il a été mentionné, aussi, que le rôle d'agente de développement n'existait pas dans les autres projets BBBB implantés au Québec. À ce sujet, les informateurs du **groupe des clients** ont aussi laissé entendre qu'ils n'étaient pas tous au courant de la présence de cet acteur spécifique à BBBB Lanaudière ni du soutien qu'il pouvait apporter dans les points de chute. Quant aux informateurs du **groupe des organisations partenaires**, rappelons-le, ils avaient déclaré que les activités de sensibilisation et d'éducation pouvaient représenter une charge supplémentaire pour les responsables de points de chute, même si elles étaient assumées par l'agente de développement.

2.2.1.3 Sur l'adéquation des services et des produits offerts

Dans le prolongement de leur participation aux activités du projet BBBB, les participants à l'évaluation ont été invités à réfléchir à l'adéquation des services et des produits offerts dans le cadre de ce projet.

- Selon les résultats au **questionnaire** adressé aux **bénévoles et employés**, ces derniers ont considéré comme étant généralement adéquats les aspects suivants des **services offerts** : 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. Certains ont, par contre, émis quelques commentaires plus critiques 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 la nécessité de créer un entrepôt dans Lanaudière. De même, malgré quelques avis contraires, les répondants de ce groupe ont émis des opinions généralement favorables sur différents aspects des **produits offerts** : la qualité, la quantité et la variété des fruits et légumes, ainsi que le rapport qualité-prix.
- Dans le cadre du **groupe de discussion** avec les **bénévoles et employés**, les informateurs ont ajouté quelques compléments d'information pour expliquer leur point de vue sur l'adéquation de certains aspects des services et des produits. Concernant les **services**, il a été question d'une relative flexibilité nécessaire au regard de la ponctualité des livraisons, de la communication entre le camionneur et les points de chute et du besoin de 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. Quant aux **produits**, les informateurs ont discuté de l'adéquation des formats de boîtes proposés, de l'apparence de « vide » que pouvait présenter le plus petit format 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 parlé de problèmes occasionnels dans la qualité des fruits et légumes et de la façon de les gérer (communication entre les points de chute et les employés permanents de BBBB). Leurs propos ont alors permis d'observer chez certains une relative méconnaissance du système d'approvisionnement de BBBB (sélection des produits, fournisseur, existence et fonction de l'entrepôt de Montréal, etc.).

On peut noter que, dans le groupe de discussion avec les **représentants d'organisations partenaires**, un aspect particulier des services a été discuté : celui de la communication entre la permanence de BBBB et les points de chute. Il a été question d'une petite lacune dans la transmission d'informations importantes aux clients, notamment sur les modifications occasionnelles au calendrier des livraisons. À cet égard, il a été mentionné que le camionneur pouvait constituer un bon moyen complémentaire (par rapport au bulletin) ou un intermédiaire efficace en vue de transmettre ou rappeler ce genre d'information.

2.2.1.4 Sur les relations développées et entretenues

Un autre aspect de la participation des différents bénévoles et employés au projet BBBB a trait aux relations développées et entretenues entre les uns et les autres.

- Les répondants au **questionnaire** adressé aux **bénévoles et employés** ont jugé, dans l'ensemble, que les relations entre les bénévoles et employés et la responsable du projet BBBB au point de chute, de même que celles entre les bénévoles et employés (entre eux) au point de chute s'étaient bien déroulées. Également, la plupart des répondants qui se sont prononcés à ce sujet ont donné un avis favorable sur le déroulement de la coordination entre la chargée de projet régionale et l'organisme servant de point de chute, ainsi que sur la supervision par la chargée de projet régionale.

Pour leur part, aussi, les répondants au questionnaire visant les **représentants d'organisations partenaires** étaient pour la plupart d'avis que tous ces types de relations s'étaient bien déroulées : relations entre bénévoles ou employés et personne responsable du projet BBBB au point de chute et entre bénévoles ou employés (entre eux) au point de chute; puis coordination et supervision par la chargée de projet régionale.

- Dans le **groupe de discussion** avec les **bénévoles et employés**, les informateurs ont laissé entendre que, dans l'ensemble, toutes les relations impliquant ces acteurs 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, mis à part l'un d'eux qui serait demeuré totalement inconnu, notamment, pour l'agente de développement. Ils ont fait état, toutefois, de problèmes de communication occasionnels. Ils ont aussi mentionné que le camionneur était très bien accueilli dans tous les points de chute. Enfin, ils ont affirmé que ça se 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, où l'ambiance de travail a été décrite comme étant particulièrement agréable.

De leur côté, les informateurs du **groupe des clients** ont aussi exprimé un avis unanime à propos des relations prévalant entre les bénévoles et employés et les clients aux points de chute. Selon eux, elles étaient bonnes et cette situation s'expliquerait par le fait que les personnes fréquentant l'organisme point de chute se connaîtraient depuis longtemps, ainsi que par la bonne organisation logistique et la bonne répartition des tâches lors de la réception des commandes.

2.2.1.5 Sur la satisfaction globale à l'égard du projet

En dernier lieu, la satisfaction globale des bénévoles et employés à l'égard du projet BBBB auquel ils avaient participé a été exprimée dans le cadre du questionnaire leur étant adressé et du groupe de discussion auquel ils ont pris part. Ils ont, en outre, parlé de ce à quoi ils avaient l'impression de contribuer en participant à ce projet.



- Sous la forme de commentaires émis dans le **questionnaire**, les répondants de ce groupe ont affirmé que c'était un projet qui 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, en outre, été formulées avec ces commentaires : celle de « *montrer le projet à des autobus de jeunes* », c'est-à-dire 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, dans le **groupe de discussion** avec les bénévoles et employés, les informateurs ont affirmé que le projet BBBB permettait aux clients d'avoir accès à une bonne ou une meilleure nutrition, ainsi qu'à des connaissances en lien avec la saine alimentation. Il leur permettait aussi de découvrir de nouveaux produits et de nouvelles recettes et notamment des produits de chez nous. Par exemple, il aidait les clients à « *réapprovisionner les racines* ».

2.2.2 Facteurs facilitants

Des facteurs susceptibles de faciliter la participation des bénévoles et employés au projet BBBB ont été repérés dans les réponses au questionnaire adressé à ce groupe (notamment la Q15B) et les échanges tenus en groupe de discussion dans les trois groupes d'acteurs concernés par l'étude. En outre, certains étaient exprimés sous forme d'éléments de satisfaction ou de suggestions en vue d'améliorer des aspects du projet. Ou encore, ils ont été relevés parmi les motivations à participer au projet ou les raisons justifiant l'intention de poursuivre cette participation.

Encore une fois, les trois mêmes types de facteurs facilitants sont distingués dans les prochains paragraphes. Il s'agit de ceux qui sont liés aux activités proposées, ceux qui sont liés à l'environnement et au contexte de l'évaluation et ceux qui sont liés aux acteurs responsables de cette implantation. Également, un moins grand nombre de facteurs facilitants a été mis en évidence, comparativement au nombre de facteurs limitants. Il faut rappeler aussi que l'ensemble des répondants et informateurs des trois groupes n'endossaient pas nécessairement tous les éléments identifiés.

2.2.2.1 Facteurs liés aux activités proposées

Un seul facteur facilitant lié aux activités proposées a été relevé dans les résultats au **questionnaire**. Il s'agit du fait de pouvoir acheter eux-mêmes des aliments à faible coût, identifié dans celui adressé aux bénévoles et employés eux-mêmes.

Par ailleurs, plus d'un facteur facilitant a été retracé dans le contenu de chacun des trois **groupes de discussion**. Certains ont même été relevés dans plus d'un groupe de discussion : la découverte de nouveaux produits et de nouvelles recettes grâce au **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** (3 groupes); l'accès à des produits québécois, « locaux » ou « de chez nous » (3 groupes); l'aspect informatif ou éducatif du bulletin (2 groupes); l'accès à une bonne, saine ou meilleure nutrition (2 groupes); ainsi que la possibilité d'avoir accès à des produits frais et de qualité tout en réalisant des économies (2 groupes).

Dans le **groupe de discussion des bénévoles et employés**, deux autres éléments facilitants ont été identifiés. D'une part, il s'agit du fait que l'agente de développement de BBBB propose des activités pour lesquelles les responsables de points de chute n'ont rien à faire ou à fournir. D'autre part, une suggestion a été exprimée afin de faciliter la gestion des plaintes de clients. Il était proposé que le responsable de point de chute téléphone d'abord directement à un employé de BBBB pour discuter de la question et trouver une solution, plutôt que d'inviter les clients insatisfaits à s'adresser eux-mêmes à l'employé de BBBB.

Enfin, dans le **groupe des clients** il a été fait mention que la bonne organisation logistique et la bonne répartition des tâches lors de la réception des commandes contribuaient à développer et maintenir de bonnes relations entre les bénévoles et employés et les clients.

2.2.2.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation

Un seul facteur facilitant lié à l'environnement et au contexte de l'implantation a été identifié dans le **questionnaire**. Le répondant y affirmait que le travail à l'entrepôt des Laurentides se faisait dans la bonne humeur et une bonne ambiance.

De même, un seul facteur a été retracé dans le contenu d'un seul **groupe de discussion**, celui des clients. Il était question d'une évolution dans le domaine environnemental à laquelle pouvait contribuer le projet en aidant des agriculteurs locaux.

2.2.2.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation

Deux facteurs facilitants liés aux acteurs engagés dans l'implantation de BBBB ont été relevés dans les résultats du **questionnaire** adressé aux bénévoles et employés. Tous les deux concernaient le besoin de bénévoles capables de manipuler les boîtes de fruits et légumes. D'une part, le fait de pouvoir compter sur des détenus pour accomplir cette tâche à l'entrepôt des Laurentides était considéré comme une chance. De même, dans une perspective d'amélioration, le souhait était exprimé que le camionneur puisse être accompagné d'un assistant afin de l'aider à faire la manutention des boîtes lors de leur livraison aux points de chute.

Quant aux facteurs facilitants mis en évidence dans le cadre des **groupes de discussion**, ils étaient plus nombreux et présents dans chacun des groupes de discussion. Un seul de ces facteurs a été retrouvé dans les propos de deux groupes, celui des bénévoles et employés et celui des clients. Il s'agit des relations jugées généralement bonnes entre les bénévoles et employés et les clients aux points de chute. On a ajouté, dans le **groupe des clients**, que ces bonnes relations pouvaient s'expliquer notamment par le fait que les personnes fréquentant l'organisme point de chute se connaissent depuis longtemps et par la gentillesse du responsable de BBBB au point de chute.

Dans le **groupe de discussion avec des représentants d'organisations partenaires**, deux facteurs facilitants liés aux acteurs ont été retracés. D'une part, il a été mentionné que la chargée de projet régionale de BBBB avait réalisé un travail extraordinaire malgré les difficultés inhérentes à son emploi cumulant deux fonctions presque opposées. D'autre part, un avis a été exprimé selon lequel le camionneur pouvait représenter un bon intermédiaire ou moyen complémentaire afin de transmettre



aux points de chute des informations importantes (par exemple, sur une modification au calendrier de livraison).

Dans le **groupe de discussion des bénévoles et employés**, des facteurs facilitants en lien avec les salariés de BBBB ont aussi été mentionnés. On a considéré que les employés permanents de BBBB avaient développé de bonnes ou très bonnes relations avec la plupart des points de chute. On a affirmé aussi que le camionneur était très bien accueilli dans tous les points de chute. Quant à l'agente de développement, on a mentionné que cette fonction n'existant pas dans les autres régions où était implanté BBBB permettait de créer des liens plus forts entre les points de chute et de mieux les connaître.

Enfin, on peut aussi compter parmi les facteurs relevés dans le contenu du groupe de discussion avec les bénévoles et employés, le plaisir exprimé par les employés de l'entrepôt de confectionner « *de super beaux paniers* », ainsi que la satisfaction des clients observée généralement.

2.2.3 Facteurs limitants

Différents facteurs susceptibles de 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'évaluation. Comme dans les précédentes sections, ils sont présentés dans les prochains paragraphes en fonction de la source de l'information (questionnaire ou groupe de discussion) et selon la catégorie de facteurs identifiés (liés aux activités proposées, à l'environnement et au contexte de l'évaluation ou encore aux acteurs engagés dans cette implantation).

2.2.3.1 Facteurs liés aux activités proposées

Un seul facteur limitant lié aux activités a été retracé dans les résultats au **questionnaire**. Il s'agit du fait que « *la livraison aux deux semaines, ça revient souvent pour les bénévoles* ».

Par ailleurs, quelques facteurs limitants ont été identifiés dans deux des **groupes de discussion** : celui avec des représentants d'organisations points de chute et celui avec des bénévoles et employés. Deux concernaient les activités de sensibilisation et d'éducation. D'une part, il a été mentionné, parmi les représentants d'organisations partenaires, que ces activités pouvaient constituer une charge supplémentaire pour les responsables de points de chute, même quand l'activité (par exemple une dégustation) était prise en charge par l'agente de développement de BBBB. D'autre part, dans le groupe des bénévoles et employés, on a questionné l'origine du besoin pour ces activités, suggérant qu'il pouvait provenir plus de l'équipe permanente de BBBB plutôt que des points de chute. On ajoutait que l'équipe permanente de BBBB devait prendre garde de ne pas « *trop s'imposer* ».

Un autre facteur limitant relevé dans deux groupes de discussion, celui des responsables d'organismes partenaires et celui des clients, portait sur les activités de distribution des boîtes. Il s'agissait de l'expérience négative de quelques responsables de points de chute à propos de la gestion du paiement des boîtes. Ainsi, ceux-ci avaient parfois payé de leur poche des avances de paiement pour certains clients qui parfois ne les remboursaient pas ou ne venaient pas chercher leurs commandes.

Enfin, un dernier facteur limitant tiré du groupe de discussion des bénévoles et employés concernait plutôt les activités de préparation des boîtes. On soulignait que les bénévoles de l'entrepôt affectés à la chaîne de montage ne pouvaient pas détecter tous les problèmes de qualité des fruits et légumes. Ils pouvaient surtout contribuer à préserver leur apparence en procédant à une disposition réfléchie des denrées dans les boîtes et en assurant un certain contrôle à la fin de la chaîne de montage.

2.2.3.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation

Deux facteurs limitants liés à l'environnement ont été retrouvés dans les résultats au **questionnaire**. L'un d'eux était la difficulté à recruter des bénévoles en raison de la distance à parcourir sur le territoire et de la difficulté pour eux à se déplacer. L'autre était le froid ambiant à l'entrepôt constituant une condition de travail difficile.

D'autres facteurs limitants ont été identifiés dans le contenu de deux **groupes de discussion**. D'abord, dans celui avec des **représentants d'organisations partenaires**, il a été mentionné que le doublement du nombre de bénévoles présents dans l'entrepôt de Moisson Laurentides, les jours de production des boîtes BBBB, causait un surplus de travail et de stress pour les employés de cet organisme.

Puis, quatre facteurs limitants ont été retrouvés dans les propos des **employés et bénévoles**. Il a été mentionné que certains points de chute ne faisaient pas appel à l'agente de développement de BBBB parce qu'ils auraient déjà développé une collaboration avec une nutritionniste du CLSC. Les informateurs de ce groupe ont fait état aussi d'un besoin de nouveaux points de chute dans les deux régions, d'une publicité sur le projet pas toujours adéquate quand elle était diffusée (par exemple par un article de journal) dans des milieux où aucun point de chute n'était implanté et d'une méconnaissance du système d'approvisionnement de BBBB observée parmi les bénévoles et employés.

2.2.3.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation

Trois facteurs limitant la participation des bénévoles et employés au projet BBBB ont été identifiés dans les résultats au **questionnaire**. Ces facteurs se rapportent surtout aux activités de préparation et de distribution des boîtes. Il s'agit en premier lieu du fait que les personnes éventuellement disponibles pour ce type de bénévolat avaient des enfants dont elles devaient s'occuper dans le jour et que personne ne pouvait le faire à leur place. Ensuite, on retrouve l'exigence d'une certaine force physique associée à la manipulation de boîtes lourdes. En troisième lieu, il a été mentionné que le nombre limité de bénévoles empêchait d'augmenter le volume de boîtes offertes.

Puis, plusieurs facteurs limitants ont été relevés dans le contenu de chacun des trois **groupes de discussion**. Un seul de ces facteurs a été abordé dans les trois groupes : une relative méconnaissance ou connaissance limitée des acteurs (mis à part les employés permanents de BBBB) à l'égard de ceux qui oeuvraient à BBBB dans un autre milieu que le leur (entrepôt ou point de chute) ou à propos de ce qui était ou avait été fait dans ces autres milieux dans le cadre du projet. En outre, une connaissance inégale du rôle de l'agente de développement a été notée dans le groupe des bénévoles et employés.

Dans deux des groupes aussi, celui des représentants d'organismes partenaires et celui des bénévoles et employés, on a mentionné la difficulté de recruter des bénévoles ayant la force physique nécessaire



pour s'occuper de la manutention des boîtes, notamment à l'entrepôt quand les détenus n'étaient pas disponibles ou aux points de chute où il arrivait qu'on fasse appel à des employés salariés. Dans le même ordre d'idée, il a été précisé dans le groupe de discussion des bénévoles et employés que, pour des raisons légales, on ne pouvait compter en même temps sur l'aide bénévole de détenus et d'étudiants mineurs du secondaire ou du cégep. Et dans le groupe de discussion des représentants d'organismes partenaires, quelqu'un était d'avis qu'il manquait de main-d'œuvre dans l'ensemble des rouages du projet.

On a relevé aussi dans deux des groupes de discussion des limites se rapportant au « kit de départ » d'informations sur le fonctionnement du projet BBBB remis aux points de chute. Dans le groupe des représentants d'organisations partenaires, on a signalé comme une information erronée la mention selon laquelle une seule personne bénévole serait requise par point de chute. Dans le groupe des bénévoles et employés, c'est la non-retransmission de ce « kit de départ » des responsables de points de chute aux autres bénévoles ou employés du projet dans ces points de chute qui a été déplorée. Également, dans le même groupe, on a fait état de petits problèmes de communication entre la chargée de projet régionale de BBBB et certains points de chute.

Enfin, dans le groupe de discussion des clients, on a souligné que le projet BBBB demeurait un luxe pour certains clients plus défavorisés qui choisissaient quand même de s'y inscrire.

2.3 La participation initiale des clients

La participation initiale des clients au projet BBBB, c'est-à-dire celle qui a eu lieu au cours de la première année de son implantation, a pris place essentiellement dans la phase de mise en œuvre du projet.

Comme dans le cas de la participation des bénévoles et employés, les sources des informations sur celle des clients ont été les trois questionnaires ainsi que les trois groupes de discussion. Bien sûr, les répondants et les informateurs appartenant eux-mêmes au groupe des clients de BBBB demeuraient les mieux placés pour faire état de leur propre expérience de participation à ce sujet, surtout sur le terrain des points de chute qu'ils fréquentaient et de leur point de vue de destinataires des services et produits offerts.

2.3.1 Constats généraux

La participation des clients au projet BBBB a été étudiée sous différents angles. L'évaluation a ainsi tenté de cerner qui ils étaient, ce qui les a conduits à prendre part à ce projet, comment s'est déroulée leur participation particulière aux activités proposées, leur appréciation de certains aspects de ces activités et ce que leur apporte cette participation. On peut noter que, en raison du statut particulier des clients, en tant que destinataires des services et des produits offerts dans le cadre de BBBB, certains des constats se rapportant à leur participation pouvaient être formulés spontanément comme des éléments de satisfaction ou d'insatisfaction. Plusieurs ont été traduits sous forme de facteurs facilitants ou limitants leur participation au projet, de manière à harmoniser les différentes parties de l'analyse. Ils sont donc présentés plus en détail dans les sections consacrées à ces deux types de facteurs (2.3.2 et 2.3.3).

2.3.1.1 Sur l'identité des clients

En premier lieu, l'identité des clients du projet BBBB a été explorée en fonction du point de vue des trois groupes d'acteurs. Ont été distinguées notamment la clientèle initialement visée et celle ayant été effectivement rejointe.

- Deux des **questionnaires** comportaient des questions portant sur les caractéristiques de la clientèle rejointe par le projet : celui leur étant adressé directement et celui visant les représentants d'organisations partenaires.

Les résultats de celui adressé aux **clients** montraient d'abord qu'une majorité d'entre eux étaient des clients réguliers, les autres étant soit des clients occasionnels, nouveaux ou anciens. Puis, la principale raison invoquée par les clients occasionnels pour expliquer ce statut était que le point de chute n'offrait pas un nombre suffisant de boîtes pour répondre à toutes les demandes et que, en conséquence, ils préféreraient laisser la priorité 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) et celle des 35 à 44 ans (même proportion; près du tiers). Leurs situations familiales étaient également variées, toutefois 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. S'il se situait entre 0 \$ et 39 999 \$ pour un peu plus de la moitié des répondants, 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 aurait un revenu situé sous le seuil de faible revenu, alors que près du cinquième aurait un revenu relativement « élevé » et plus de la moitié un revenu « modéré ». Enfin, en ce qui concerne leur scolarité, les répondants de ce groupe présentaient 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 d'**organisations partenaires** ont fait part de leurs perceptions à l'égard de certaines des caractéristiques des clients. Pour chacune, leurs avis étaient partagés. C'était le cas au sujet de : la proportion des clients étant défavorisés ou très défavorisés, leur scolarité (plus de la moitié des répondants croyaient que la majorité des clients avaient obtenu au maximum un diplôme d'études secondaires ou professionnelles), 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 informateurs des **organisations partenaires** ont affirmé que c'était des familles vulnérables qui avaient été ciblées prioritairement au départ, et ce, par le moyen de l'implantation des points de chute dans des MRC plus défavorisées, et dans celles-ci, des zones de « *pauvreté plus identifiée* » et des organismes desservant cette clientèle particulière. On constatait, par ailleurs, que le projet rejoignait plutôt des familles « *à faible revenu et à revenu modéré* ».



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

Dans le **groupe des bénévoles et employés**, les discussions ont porté notamment sur le fait que le projet BBBB s'adressait à tout le monde, mais qu'il visait malgré tout à rejoindre des personnes défavorisées. On précisait que c'était pour cette raison que les points de chute avaient été implantés dans des milieux défavorisés. Toutefois, ce choix a été remis en question devant deux constats : celui que le projet avait moins de succès dans ces milieux quand de l'aide alimentaire y était déjà offerte et celui qu'un point de chute 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, malgré le fait qu'une partie de ces clients seraient des prestataires d'aide sociale ayant pris l'habitude de payer leurs boîtes le premier du mois. Les participants ont aussi fourni des détails sur les caractéristiques propres aux clients de différents points de chute : beaucoup de personnes âgées dans certains, des employés et bénévoles de l'organisme devenus clients, le fait que les femmes sont plus nombreuses que les hommes à aller chercher les boîtes, etc.

Pour leur part, les informateurs du **groupe des clients** étaient d'avis, pour la plupart, que le projet BBBB s'adressait à tout le monde. Toutefois, certains laissaient entendre qu'il pourrait viser davantage les familles « qui en ont vraiment besoin », bien qu'il semblait difficile de rejoindre les utilisateurs de l'aide alimentaire. En ce sens, la crainte de « prendre la place de quelqu'un » a été exprimée. Les propos des participants suggéraient aussi que la clientèle pouvait varier selon les points de chute, notamment quant à des caractéristiques d'âge, de revenus et de situations familiales.

2.3.1.2 Sur les motivations à participer et le recrutement

En ce qui concerne ensuite les motivations à participer des clients et leur recrutement, ces aspects ont aussi été abordés avec les trois groupes d'acteurs, bien que le point de vue des clients eux-mêmes demeure central.

- 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. En ce qui concerne les 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. Deux autres constats en lien avec ce thème ont été tirés de l'analyse des questionnaires : celui que les répondants s'étaient principalement inscrits au projet BBBB à son tout début, en octobre 2011; et celui que la plupart des répondants avaient l'intention de commander encore des boîtes au cours de l'année suivante.
- Le contenu du **groupe de discussion** des **clients** a mis en évidence le principal moyen par lequel les informateurs avaient entendu parler du projet BBBB, soit le dépliant promotionnel, celui-ci ayant souvent été diffusé dans le cadre d'une réunion. À leur avis, cette source d'information

avait suffi à les convaincre « *d'embarquer là-dedans* ». Puis, les participants ont 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. Ils ont précisé qu'ils appréciaient la possibilité de se les procurer à proximité de chez eux et laissaient entendre que les recettes transmises constituaient 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 de personnes spécialement « *éveillées à beaucoup de choses* ». Il a même été précisé que des personnes à faible revenu avaient décidé de s'inscrire à BBBB parce qu'elles ne souhaitaient plus recevoir d'aide alimentaire, celle-ci comportant à leur avis « *beaucoup de cochonneries* ». Par contre, selon les informateurs, des personnes « *pas nécessairement défavorisées* » pouvaient décider de s'inscrire à BBBB parce que les boîtes n'étaient « *pas chères* ». On mentionnait aussi, toutefois, que certains d'entre eux pouvaient hésiter à le faire quand le point de chute était implanté dans un organisme « *pour les pauvres* ».

On peut rappeler que, dans le groupe de discussion des **représentants d'organisations partenaires**, ce dernier commentaire avait aussi été émis. Par ailleurs, dans celui des **bénévoles et employés**, on avait souligné l'impossibilité pour l'instant, vu l'absence d'entrepôt dans Lanaudière, d'ouvrir de nouveaux points de chute qui permettraient de desservir les clientèles ayant manifesté le souhait d'avoir accès aux services de BBBB.

2.3.1.3 Sur la participation aux activités et l'adéquation des services et produits

Pour ce qui est de la participation aux activités vécue par les clients, ce sont également les trois groupes d'acteurs qui ont donné leur point de vue. 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. Il faut noter aussi que, vu leur statut de receveurs de services et de produits, la participation des clients au projet BBBB 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.

- En ce qui concerne les activités entourant la **distribution des boîtes**, les résultats au **questionnaire** adressé aux **clients** montraient que la majorité des répondants ont jugé adéquats cinq aspects en lien avec la distribution des boîtes : 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. Par ailleurs, on note 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. Il s'agit de : la possibilité d'obtenir près de chez eux des fruits et légumes de qualité; ainsi que de la possibilité de contribuer à de bonnes habitudes alimentaires. Pour ce qui est des **produits**, la majorité 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.



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

Quant aux questionnaires adressés aux **représentants d'organisations partenaires** et aux **bénévoles et employés**, ils ont aussi abordé la distribution des boîtes sous un angle concernant plus directement les clients. Dans les deux cas, les répondants étaient invités à juger du déroulement de l'accueil des clients et de la distribution des boîtes dans les points de chute. Dans l'ensemble, ces deux groupes étaient d'avis que ces activités s'étaient bien déroulées.

Par ailleurs, les répondants au questionnaire visant les **clients** ont identifié les **activités de sensibilisation et d'éducation** 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* (participation nettement plus importante par rapport aux autres activités), les dégustations, les cuisines collectives, les ateliers culinaires, ainsi que les séances d'information ou conférences. Puis, la majorité de ces répondants ont affirmé qu'ils aimeraient participer à la plupart de ces mêmes activités.

- Quelques informations puisées au contenu des **groupes de discussion** ont permis de documenter un peu plus le déroulement des activités de distribution des boîtes ainsi que des activités de sensibilisation et d'éducation.

Dans le **groupe des clients**, les participants ont précisé, en ce qui concerne la **distribution des boîtes** : qu'ils devaient payer celles qui leur seraient livrées par la suite; qu'au moment de la livraison, ils devaient transvider le contenu de leur boîte dans leurs propres sacs de transport; que dans certains points de chute, ils pouvaient avoir accès à des boîtes d'échanges; et que les heures d'ouverture leur convenaient en général. Le contenu des discussions a permis d'obtenir aussi d'autres précisions plus en lien avec les **produits** obtenus. Ainsi, il est apparu que les répondants avaient une connaissance inégale quant au fait que les boîtes étaient conçues pour une semaine et non deux et sur ce que représente une portion. Il a été mentionné que les problèmes occasionnels observés dans la qualité des produits n'étaient pas systématiquement signalés aux responsables de points de chute. Également, des répondants ont fait état de moyens d'adaptation développés par les clients afin que le format ou le contenu des boîtes convienne davantage à leurs besoins.

Au sujet des activités de **sensibilisation et d'éducation**, des informateurs du **groupe des clients** ont affirmé que plusieurs activités de cette nature étaient offertes dans leurs milieux sans que ce soit nécessairement par le projet BBBB. D'autres commentaires ont porté sur les efforts que devaient faire les clients pour participer à ce type d'activité, sur la suggestion de lieux alternatifs où les tenir (par exemple les écoles) et sur leur appréciation par ceux qui y avaient participé (par exemple une dégustation de potage).

Par ailleurs, dans le **groupe de discussion des bénévoles et employés**, les informateurs ont aussi expliqué, à propos de la **distribution des boîtes**, que les clients devaient fournir leurs propres sacs de transport dans lesquels ils devaient transvider le contenu de leur boîte. Ils ont également jugé que les points de chute ne représentaient pas, à leur avis, de problèmes particuliers d'accessibilité pour les clients. À cet égard, il a été mentionné que c'était normal, pour des personnes habitant loin des services de leur municipalité, d'assumer le transport nécessaire de leurs boîtes s'ils s'inscrivaient au projet BBBB. Des participants ont aussi fait état

de la possibilité d'un entreposage d'accommodement, offert dans certains points de chute, afin de s'adapter aux disponibilités des clients, notamment ceux qui travaillent, par rapport aux heures de distribution des boîtes et d'ouverture des points de chute. Dans le même ordre d'idée, il a été suggéré de tenir plutôt en soirée les activités de sensibilisation et d'éducation afin de les rendre plus accessibles à ces mêmes clients. En outre, la dégustation a été identifiée comme étant l'activité de sensibilisation et d'éducation la moins exigeante.

En ce qui concerne les **activités de sensibilisation et d'éducation**, les informateurs du **groupe des bénévoles et employés** ont discuté notamment de la clientèle spécifique qu'il fallait viser avec ce type d'activité : 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 souligné aussi que le *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe* constituait un moyen d'éducation efficace, apprécié et attendu par les clients.

Puis, les informateurs du **groupe de discussion des organismes partenaires** ont considéré, en lien avec la **distribution des boîtes**, que les clients étaient en général satisfaits des produits obtenus, malgré des plaintes occasionnelles sur la qualité de certains fruits ou légumes (par exemple, la présence de piments abîmés) ou leur variété (trop des mêmes légumes racines pendant plusieurs semaines).

Quant aux **activités de sensibilisation et d'éducation**, les informateurs de ce dernier groupe ont souligné que les clients utilisaient et appréciaient les recettes proposées dans le bulletin. Ils ont précisé que certaines familles préféraient réserver le contenu des boîtes pour les collations des enfants. Ils ont fait remarquer que ce type d'activité n'était pas nécessairement demandé par les clients et ils ont fait état de réticences possibles des personnes âgées à y participer.

2.3.1.4 Sur la satisfaction à l'égard du projet

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 ce que la participation à ce projet pouvait leur apporter.

- Certains répondants du groupe des **clients** ont profité d'un espace de commentaires dans le **questionnaire** leur étant adressé pour faire part de leur appréciation de ce projet, en affirmant simplement que « *tout allait bien* » et que ce projet 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. Ainsi, ceux du **groupe des représentants d'organisations partenaires** ont affirmé que les clients étaient généralement satisfaits des services et des produits obtenus et que les personnes des organismes points de chute étaient contentes d'offrir ces boîtes-là. Quant aux effets de ce projet sur les clients identifiés dans ce groupe, c'était : le fait de manger plus de fruits et légumes, l'accès à des produits québécois même en hiver, 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.

Dans le **groupe de discussion des bénévoles et employés**, la satisfaction des clients a été déduite de deux observations concernant les activités de distribution des boîtes : les clients revenaient et le nombre de commandes augmentait. Ils ont aussi affirmé que les clients étaient généralement satisfaits des produits obtenus. En outre, il a été mentionné que certains d'entre eux les avaient d'abord « testés » en achetant le plus petit format de boîte, avant d'opter pour un format plus grand. Pour ce qui est des effets du projet sur les clients, les informateurs de ce groupe ont fait état d'une bonne ou meilleure nutrition, de la découverte de nouveaux produits et de nouvelles recettes et du réapprovisionnement de certains produits de chez nous tels des légumes racines.

Puis, dans le **groupe de discussion des clients** eux-mêmes, les informateurs étaient invités à aborder le thème de leur satisfaction par le biais des améliorations à apporter éventuellement au projet. Le seul élément mentionné a concerné la publicité qu'il faudrait augmenter en vue d'accroître le nombre de clients. Et à propos de ce que ce projet leur apportait, les participants ont mentionné des éléments rejoignant dans l'ensemble ceux identifiés également dans les autres groupes : la découverte de nouveaux fruits et légumes et recettes; la contribution à une saine alimentation; 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. En outre, les participants ont souligné leur appréciation du bulletin.

2.3.2 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. Ces éléments ont été repérés dans les réponses au questionnaire adressé à ce groupe (notamment la Q12C), ainsi que dans le contenu des groupes de discussion tenus avec les trois groupes d'acteurs. De façon plus précise, ces facteurs facilitants peuvent correspondre aussi à des éléments de satisfaction ou des suggestions proposées en vue d'améliorer des aspects du projet. Ils peuvent également avoir été dégagés des motivations à y participer ou de raisons mentionnées pour expliquer l'adéquation de certains de ses aspects.

Comme dans les sections précédentes, les facteurs facilitants sont distingués en fonction de leurs liens avec soit les activités proposées, soit l'environnement et le contexte de l'évaluation, soit les acteurs engagés dans cette implantation. On peut noter que, dans ce cas aussi, le nombre de facteurs facilitants relevés demeure moins grand que celui des facteurs limitants présentés par la suite. Enfin, il faut rappeler une dernière fois que l'ensemble des répondants et informateurs des trois groupes n'appuyait pas nécessairement tous les éléments présentés dans les prochains paragraphes.

2.3.2.1 Facteurs liés aux activités proposées

La plupart des facteurs facilitant la participation des clients au projet BBBB liés aux activités proposées et ayant été relevés dans le **questionnaire** concernaient la distribution des boîtes de fruits et légumes. Par ordre d'importance accordée par les répondants, ce sont : la possibilité d'essayer et de découvrir de nouveaux fruits et légumes, l'appréciation des recettes, le coût jugé moins cher qu'à l'épicerie, le fait que le projet permettait de manger plus de fruits et de légumes, l'appréciation du bulletin, ainsi que

l'aspect éducatif du projet. De plus, un répondant a mentionné que les boîtes de plastique protégeaient bien les légumes, un autre a dit avoir aimé que le contenu de ces boîtes ne soit jamais pareil et un autre encore appréciait le coût des boîtes plus abordable que celui des paniers bio.

Par ailleurs, les facteurs facilitants identifiés dans le contenu des **groupes de discussion** étaient différents, mais ils portaient tous sur des aspects de la distribution des boîtes de fruits et légumes. Dans celui des **représentants d'organismes partenaires**, quatre facteurs ont été relevés. Parmi ceux-ci, on note le fait que le projet pouvait constituer une alternative pour les nouveaux pauvres, dont l'augmentation du nombre était constatée « chez Moisson », ce qui apparaissait conforme à un objectif initial du projet de bonifier l'offre d'aide alimentaire. Également, les informateurs ont fait état de la souplesse dans les heures d'ouverture, en fonction des caractéristiques des clients (personnes âgées, parents en emploi pendant le jour, etc.). Ils ont souligné aussi que le **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** diffusé avec les boîtes de fruits et légumes constituait une source d'information efficace, appréciée et attendue par les clients. Enfin, on a exprimé dans ce groupe la suggestion de mettre en place un système de coupons afin de favoriser l'accessibilité aux boîtes pour les personnes plus défavorisées.

Dans le contenu du **groupe de discussion des bénévoles et employés**, deux éléments mentionnés peuvent être considérés comme des facteurs facilitants de cette catégorie. Il s'agit, d'une part, de la possibilité d'accommodement offerte aux clients (surtout ceux qui travaillent dans le jour), dans certains points de chute, afin d'entreposer leurs boîtes en attendant qu'ils soient disponibles pour les récupérer. D'autre part, on peut penser que la participation de certains clients a pu être facilitée par le fait qu'ils avaient pu « tester les boîtes » et leur satisfaction quant au contenu en commençant par acheter le plus petit format avant de choisir un plus grand format.

Enfin, parmi les facteurs facilitants notés dans les propos **des clients** eux-mêmes, quatre avaient trait plus directement aux services et aux produits offerts : l'accès à des légumes de toutes sortes, d'origine régionale et à prix abordable; la diffusion de recettes; l'accès à des paniers d'échange dans certains points de chute; ainsi que l'expérience appréciée de dégustation d'un potage. Ces informateurs ont mentionné aussi que les informations diffusées sur le projet avaient été suffisantes pour les amener à s'y inscrire. Enfin, on peut considérer aussi comme des facteurs facilitant leur participation la possibilité qu'ont eue les clients de développer des moyens d'adaptation des quantités offertes en fonction de leurs besoins. Par exemple, ils ont pu acheter deux boîtes pour une famille, partager une petite boîte à deux personnes, faire des réserves de légumes qui « revenaient souvent » ou encore faire des conserves.

2.3.2.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation

L'analyse des résultats du **questionnaire** a permis de trouver un seul facteur facilitant la participation des clients liée à l'environnement et au contexte de l'implantation. Il s'agit de la proximité appréciée du point de chute. C'est également l'unique facteur mentionné dans le **groupe de discussion tenu avec les clients**.

Par ailleurs, un seul autre facteur facilitant a été identifié dans le **groupe de discussion avec les bénévoles et employés**. Il s'agit du fait que les points de chute ne semblent pas présenter de difficultés particulières en ce qui concerne leur accessibilité pour les clients (stationnement, escalier, etc.). Pour leur part, les informateurs représentant des **organismes partenaires** n'ont mentionné aucun facteur facilitant de cette catégorie.

2.3.2.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation

Ce sont essentiellement des répondants et informateurs du **groupe des clients** qui ont mentionné des facteurs facilitant leur participation au projet BBBB.

Trois de ces facteurs ont été relevés dans les résultats au **questionnaire**. Ce sont le fait que le projet apparaissait rassembleur, l'impression qu'il rendait beaucoup service à la communauté, ainsi que sa contribution au changement de mentalité à propos des fruits et légumes parfaits.

Pour ce qui est du **groupe de discussion**, le seul facteur facilitant mis en évidence était leurs préoccupations antérieures pour l'environnement ou la saine alimentation.

2.3.3 Facteurs limitants

L'analyse globale de l'ensemble des résultats de l'évaluation a conduit enfin à identifier un certain nombre de facteurs susceptibles de limiter la participation des clients au projet BBBB. Ils sont exposés, eux aussi, en fonction de la source de l'information (questionnaire ou groupe de discussion) et selon la catégorie de facteurs identifiés (liés aux activités proposées, à l'environnement et au contexte de l'évaluation ou encore aux acteurs engagés dans cette implantation).

2.3.3.1 Facteurs liés aux activités proposées

Les répondants au **questionnaire** ont mentionné un grand nombre d'éléments en lien avec les activités proposées et pouvant constituer des facteurs limitant la participation des clients au projet BBBB. Toutes portaient sur la distribution des boîtes de fruits et légumes. Il s'agit, en fait, d'éléments d'insatisfaction qui pouvaient se rapporter à des situations particulières. Ce sont : une préférence pour une distribution hebdomadaire et notamment en été, un nombre de boîtes jugé insuffisant pour répondre aux besoins, un problème de publicité (manque ou efforts inadéquats des intervenants en vue de vendre le projet), un problème concernant la variété des fruits et légumes (insuffisance, trop d'un même produit ou trop de légumes moins courants, manque de certains produits), la quantité des fruits et légumes considérée inadéquate (en fonction des besoins alimentaires du ménage, en fonction des recettes ou en fonction du coût), le coût jugé en lui-même trop élevé, le fait de ne pas connaître d'avance le contenu des boîtes (compromettant la planification des repas, de l'épicerie ou du budget), les heures d'ouverture considérées inadéquates (surtout pour les clients qui travaillent), le fait de ne pas avoir obtenu certaines informations sur le fonctionnement du projet (la possibilité de changer de format de boîte d'une commande à l'autre ou de ne pas être obligé de commander à toutes les livraisons), l'obligation de payer d'avance chaque commande pouvant constituer un obstacle pour des clients potentiels, le manque de ponctualité du camion de livraison ou un changement non annoncé de l'heure de livraison, le fait qu'il manquerait une livraison dans le temps des fêtes et, enfin, un répondant a mentionné que le temps de cuisson indiqué dans les recettes était parfois inadéquat.

D'autres éléments en lien avec les activités proposées, également tirés du questionnaire, étaient formulés sous la forme de suggestions en vue d'améliorer les activités. Les répondants de ce groupe ont ainsi proposé de faire coïncider les dates de livraison des boîtes avec l'émission des chèques d'aide sociale et d'ajouter un format de boîtes plus grand que le plus grand actuellement offert, de façon à

mieux répondre aux besoins des familles ayant beaucoup d'enfants. Il a été suggéré également que les points de chute puissent disposer d'une ou deux boîtes de surplus afin de permettre les échanges de produits en fonction notamment des préférences des clients ou lorsque des fruits ou légumes sont abîmés.

Quelques facteurs limitants de la même catégorie ont aussi été retrouvés dans le contenu de deux des **groupes de discussion**. Dans celui des **représentants d'organisations partenaires**, il a été question de plaintes occasionnelles concernant la qualité des produits (par exemple des piments qui auraient « coulé ») ou leur variété (comme le fait d'avoir « toujours la même chose en hiver »). Il a été mentionné également que ce n'était pas les clients eux-mêmes qui demandaient des activités de sensibilisation et d'éducation.

Pour leur part, les informateurs du **groupe des clients** ont mentionné que même les personnes achetant des boîtes pouvaient avoir besoin d'être « poussées » pour faire l'effort de participer aux activités de sensibilisation et d'éducation. C'est dans le même groupe qu'a été questionné l'avantage économique ou pas de viser une augmentation du nombre de clients par le moyen de la publicité. L'argument favorable était qu'un plus gros volume de denrées transigées pouvait permettre d'obtenir de meilleurs prix. Par contre, on faisait remarquer aussi que s'occuper de plus de boîtes pouvait nécessiter le recours à plus d'employés et conduire à une augmentation des dépenses et donc à celle du coût des boîtes.

2.3.3.2 Facteurs liés à l'environnement et au contexte de l'implantation

Quelques facteurs limitant la participation des clients au projet BBBB et liés à l'environnement physique de certains points de chute ont été identifiés dans les résultats au **questionnaire**. Il s'agit d'un manque de stationnement autour du point de chute lors de la livraison des boîtes. À ce sujet, deux éléments de solution ont aussi été proposés : le covoiturage ou la livraison à domicile. Dans le même ordre d'idée, on a fait état d'un « embourbement » au point de chute lors de la livraison en raison d'un manque d'espace. Enfin, des répondants ont émis le souhait que soient implantés de nouveaux points de chute, notamment dans les municipalités de Terrebonne (secteur Lachenaie) et de Joliette.

Dans le contenu des **groupes de discussion**, les facteurs qui ont été relevés rejoignaient en partie et complétaient ceux qui provenaient des résultats au questionnaire. Ainsi, la préoccupation a été exprimée, dans celui des bénévoles et employés, que la situation géographique des points de chute soit déterminée avec l'objectif de rejoindre le plus de clients possible. À cet effet, on mentionnait la possibilité de déménager un point de chute ou d'en implanter un deuxième dans une même municipalité. Dans le même groupe, toutefois, on a aussi affirmé qu'il demeurerait impossible pour l'instant de desservir toutes les clientèles ayant manifesté le souhait que soient ouverts de nouveaux points de chute dans les deux régions en raison du manque d'espace en entrepôt.

Par ailleurs, dans deux groupes, celui des représentants d'organismes partenaires et celui des clients, les informateurs ont affirmé que des clients potentiels pouvaient décider de ne pas s'inscrire à BBBB quand le point de chute était situé dans un organisme dont les services habituels visaient plutôt des clientèles défavorisées. Il a été mentionné par ailleurs, parmi les informateurs des organisations partenaires, qu'il faudrait réfléchir au choix d'implanter des points de chute dans des milieux défavorisés. Ceux-ci auraient apparemment moins de succès vu une offre alimentaire souvent déjà présente et comprenant notamment de la viande et du pain.

2.3.3.3 Facteurs liés aux acteurs engagés dans cette implantation

En dernier lieu, des facteurs en lien avec les acteurs engagés dans l'implantation du projet BBBB et susceptibles de limiter la participation des clients à ce projet ont été mis en évidence dans les résultats au **questionnaire**. La plupart de ces facteurs se rapportaient aussi à la distribution des boîtes de fruits et légumes. Il s'agit de : la peur de priver des personnes défavorisées du service, le fait que la publicité ne soit pas suffisamment claire à propos des personnes pouvant participer au projet, la difficulté de rejoindre les personnes défavorisées pour différentes raisons (manque d'argent, produits offerts ne correspondant pas à leurs habitudes alimentaires, projet exigeant une certaine ouverture d'esprit), un problème de transport pour des personnes sans auto, ainsi que le surplus de travail occasionné aux personnes du point de chute par ce projet. Par ailleurs, en ce qui concerne les activités de sensibilisation et d'éducation, on a mentionné que les clients pouvaient manquer de disponibilité pour y participer, notamment ceux qui occupent un emploi dans le jour. En guise d'alternative, on a suggéré, par exemple, de faire coïncider une dégustation avec le moment de la livraison des boîtes.

Des facteurs limitants ont aussi été relevés dans le contenu de deux **groupes de discussion**. Dans celui des clients, deux éléments étaient du même ordre que ceux provenant du questionnaire. Ainsi, on trouvait difficile de rejoindre les usagers de l'aide alimentaire pour des raisons de coûts et d'habitudes et on s'interrogeait sur la clientèle visée en exprimant la crainte de « *prendre la place de quelqu'un* ». D'autres facteurs limitants avaient trait à des éléments de connaissance : des clients ne savaient pas que le contenu des boîtes était prévu pour une et non deux semaines; et ils ne savaient pas ce que représentait une portion. De plus, leur connaissance du projet se rapportait surtout à leur point de chute et au contenu des boîtes achetées et ils ne savaient rien des autres organismes liés à BBBB. Il a été mentionné aussi que des améliorations pourraient être apportées à la publicité afin de recruter plus de clients, sauf si une limite de leur nombre avait été fixée par les promoteurs et responsables de BBBB.

Pour leur part, les informateurs du groupe des organisations partenaires ont souligné que la clientèle rejointe ne correspondait pas tout à fait à celle qui avait été priorisée au départ, soit des familles vulnérables et plus défavorisées. Les clients seraient donc davantage des familles à revenu modéré. Par ailleurs, il a été mentionné aussi qu'il serait plus difficile d'amener les personnes âgées aux activités de sensibilisation et d'éducation, parce que cela reviendrait à leur dire que « *bien manger* » signifierait manger différemment de leurs habitudes.

2.4 CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Au moment du dépôt de ce premier rapport d'évaluation de l'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, le second volet de l'évaluation est en préparation. Le premier volet, dont les résultats ont été exposés dans les pages précédentes, portait sur la participation initiale de trois groupes d'acteurs (les organisations partenaires, les bénévoles et employés ainsi que les clients) au cours de la première année de cette implantation. Le second volet s'intéressera au maintien de la participation à ce projet des mêmes groupes, au cours de la deuxième année d'implantation.

La seconde année d'implantation sera notamment consacrée au « déploiement » du projet BBBB auquel plusieurs informateurs ont fait allusion dans le cadre des groupes de discussion. De nouveaux défis devront alors être surmontés, notamment avec l'ajout prévu d'un nouvel entrepôt lanaudois. Les constats tirés de l'étude de ce premier volet devraient être utiles particulièrement aux organisations partenaires du projet, dont les points de chute, afin de consolider et d'ajuster si nécessaire leurs pratiques en vue de contribuer au maintien de la participation des trois groupes d'acteurs visés par l'évaluation et également à l'intégration de nouveaux participants.

Les principaux constats exposés dans la partie synthèse du rapport ont mis en évidence que, dans l'ensemble, l'implantation du projet BBBB est apparue plutôt réussie, malgré sa complexité particulière liée notamment au fait qu'il couvre deux régions. De toute évidence, le projet est apprécié et il fonctionne généralement bien du point de vue de la plupart des acteurs. Ces derniers semblent d'ailleurs être parvenus à trouver des solutions aux différents problèmes qui se sont présentés, d'autant plus que la plupart d'entre eux ont exprimé leur intention de poursuivre leur participation à BBBB.

Cela dit, l'analyse des informations obtenues auprès des répondants aux questionnaires et des informateurs des groupes de discussion a permis de dégager un ensemble de facteurs facilitant et d'autres limitant la participation des acteurs au projet BBBB. Bien qu'un plus grand nombre de facteurs du deuxième type aient été identifiés, il ne faut pas en tirer des conclusions alarmantes. Au contraire, il s'agit souvent d'éléments de détails, dont plusieurs se rapportaient à des situations ponctuelles ou spécifiques à un point de chute. Même si on ne peut en tirer de généralisations, l'ensemble de ces éléments facilitants ou limitants peut être considéré comme un répertoire de repères ou un aide-mémoire en vue de poursuivre l'implantation du projet.

Il n'en demeure pas moins qu'à partir de ce répertoire, quelques recommandations peuvent être formulées spécifiquement en vue de faciliter la participation de chacun des trois groupes d'acteurs au projet BBBB Lanaudière et d'aider au maintien de cette participation. Il est possible, d'ailleurs, que plusieurs de celles-ci soient déjà mises en œuvre au moment de la rédaction du rapport, vu la perspective participative de l'évaluation (constats partagés avec les membres du comité au fur et à mesure de l'avancement de l'analyse) et compte tenu du processus dynamique caractérisant ce projet.

RECOMMANDATIONS

1. En ce qui concerne la participation des organisations partenaires, il est 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 lanaudois 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 soient pas 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, horaire 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'activité 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 est recommandé :

- Que la description de tâche du chargé de projet régional 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 le chargé de projet régional 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'aide-livreur.
- Que l'équipe permanente de BBBB s'assure que les informations écrites sur le fonctionnement du projet BBBB (« kit de départ ») soient bien retransmises aux bénévoles et employés susceptibles d'assister le responsable du projet BBBB au point de chute 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 fruit 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 scolaire ou deux adultes et deux jeunes enfants.
- Que l'équipe permanente de BBBB multiplie les sources d'information 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 (idéalement à l'avance) soient uniformisées 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 l'agente de développement de BBBB en matière d'activités de sensibilisation et d'éducation et des services de soutien qu'elle peut offrir.

3. En ce qui concerne la participation des clients, il est 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 que c'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 et en fonction de l'âge des personnes à qui elles sont destinées.
- 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 promotion du projet sur le fait qu'il s'adresse quand même à tout le monde, si cette orientation est maintenue.



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

- 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.

3. RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Les résultats détaillés de l'étude sont présentés en deux sections, correspondant chacune à un des deux principaux moyens de collecte des données utilisés : le questionnaire (3.1), puis le groupe de discussion (3.2). Dans les deux cas, ces résultats concernent les trois groupes d'acteurs ciblés, soit les organisations partenaires du projet BBBB Lanaudière-Laurentides, les bénévoles et employés du projet, ainsi que les clients. De plus, les thèmes et sous-thèmes abordés par ces deux moyens se rejoignent, les groupes de discussion ayant été tenus afin de compléter l'information obtenue par le moyen des questionnaires.

3.1 Résultats de l'analyse des questionnaires

Les résultats obtenus par le moyen de trois questionnaires différents ont été regroupés en fonction des principaux thèmes et sous thèmes étudiés. Ces derniers ont été abordés, dans chacun des questionnaires, dans la perspective propre au groupe interrogé. Cette perspective était parfois intérieure au groupe d'acteurs concerné (leur propre point de vue sur leur propre situation) et parfois extérieure à ce groupe (point de vue d'acteurs d'un autre groupe sur la situation du groupe d'acteurs concernés). Toutefois, il n'avait pas été jugé pertinent d'aborder tous les sous-thèmes auprès de chacun de ces groupes.

3.1.1 La planification, l'organisation et la gestion du projet

Deux des trois questionnaires comportaient des questions sur la planification, l'organisation et la gestion du projet : celui visant les organisations partenaires et celui visant les bénévoles et employés. Les tâches et les rôles concernés pouvaient se situer, selon les cas, au niveau de l'ensemble du projet (régional ou suprarégional) ou à celui des points de chute. Ces deux mêmes groupes de répondants se sont prononcés également au sujet de la concertation entre les organisations partenaires.

De façon générale, une majorité des répondants des deux groupes ont considéré que les choses s'étaient bien déroulées à l'égard de ces tâches et rôles, qu'ils se situent au niveau de l'ensemble du projet ou à celui des points de chute.

3.1.1.1 Les tâches et les rôles relatifs à l'ensemble du projet

On peut noter que ce sont essentiellement les répondants représentant des organisations partenaires qui ont répondu à des questions portant sur les tâches et les rôles de planification, d'organisation et de gestion ayant trait à l'ensemble du projet BBBB. C'était, bien sûr, au sein de ces organisations que ces tâches et rôles devaient être assumés. Dans l'ensemble, une majorité de répondants ont exprimé un jugement favorable concernant le déroulement de chacun des éléments abordés à cet égard.

- Les **répondants d'organismes partenaires** ont été invités à identifier les types de collaboration auxquels ils avaient pris part dans le cadre de la **planification** du projet BBBB (Q5P, tableau 1 de l'annexe 3). Plusieurs des tâches proposées se rapportaient à l'organisation générale du projet.

Puis, ils ont donné leur opinion sur la façon dont s'était **déroulé** chacun de ces aspects de la planification (Q6P, tableau 2 de l'annexe 3).

Parmi ces 25 répondants, 12 ont affirmé que leur organisation avait collaboré à la promotion du projet, 8 à l'élaboration du projet (demande de subvention), 6 à la coordination du projet (logistique, transport, infrastructures), 4 à l'adaptation des infrastructures, 4 au recrutement des points de chute et 2 au recrutement des producteurs maraîchers (Q5P, tableau 5 de l'annexe 3). Pour chacun de ces aspects, la majorité des répondants qui les retenaient étaient rattachés à un organisme « autre » qu'un point de chute.

Un répondant appartenant à un organisme « autre » qu'un point de chute a fait état d'un autre type de collaboration se rapportant à l'ensemble du projet. Il a affirmé que son organisme avait aussi contribué à BBBB par « *le suivi, l'évaluation* ».

Au sujet de **la promotion du projet**, 21 répondants ont donné une appréciation. La majorité d'entre eux (19) ont jugé qu'elle s'était déroulée « plutôt bien » ou « très bien ».

De même, à propos de **l'élaboration du projet**, 13 répondants ont donné leur avis. Ils considéraient qu'elle s'était déroulée soit « plutôt bien » ou « très bien ».

Sur le déroulement de **la coordination du projet**, également, 19 répondants ont donné leur avis. Il se situait entre « plutôt bien » et « très bien » pour la majorité d'entre eux (18/19).

Quant à l'aspect de **l'adaptation des infrastructures**, 11 participants ont fourni une appréciation. Du point de vue de la plupart d'entre eux (9/11), celle-ci s'était déroulée, encore une fois, « plutôt bien » ou « très bien ».

- Par ailleurs, les répondants des **organisations partenaires** ont identifié ce qui leur apparaissait être le **principal apport** de leur organisme au projet BBBB (Q12P, tableau 3 de l'annexe 3). Parmi les 25 répondants, plus du tiers (9) ont affirmé que c'était « une expertise spécifique pour la planification, la coordination ou la supervision des opérations ». On peut noter que toutes ces personnes étaient rattachées à un organisme « autre ».

À cette même question, 3 répondants ont identifié chacun un **principal apport différent** de ceux proposés. Il s'agit, selon les cas : de points de vue complémentaires, soutien à la structuration du projet, soutien au suivi de l'implantation; de l'accès au programme dans une MRC spécifique et de recherche des producteurs agricoles.

3.1.1.2 Les tâches et les rôles accomplis au niveau des points de chute

En ce qui concerne les tâches et les rôles de planification, d'organisation et de gestion accomplis au niveau plus « terrain » des points de chute, deux perspectives ont cette fois été considérées. En effet, des représentants d'organisations partenaires ainsi que des bénévoles et employés ont répondu à des questions à ce sujet. Parmi les premiers, on retrouve des répondants représentant des points de chute et des organisations « autres ». Cette distinction permettait de tenir compte d'une autre différence de perspectives qui pouvait être intéressante. Toutefois, on constate que, dans l'ensemble, malgré

quelques notes discordantes, la majorité des répondants de ces différents groupes ont exprimé des avis favorables à l'égard de chacun des éléments considérés.

- Les **répondants d'organismes partenaires** ont identifié un aspect principal de la planification du projet BBBB qui se rapportait à des points de chute (Q5P, tableau 1 de l'annexe 3). Il s'agit de **l'organisation d'un point de chute**. Selon eux, 11 des 25 organismes partenaires y avaient collaboré. Puis, un répondant appartenant à un organisme « autre » qu'un point de chute a mentionné un autre type de collaboration à ce niveau. Il a affirmé que son organisme avait aussi contribué à BBBB par « *la référence de la clientèle vers le point de chute* ».

Les répondants d'organismes partenaires ont aussi fait part de leur **appréciation du déroulement** en ce qui a trait à **l'organisation d'un point de chute** (Q6P, tableau 2 de l'annexe 3). En fait, 18 répondants ont donné leur avis sur cette question spécifique. Pour tous, cet aspect de la planification du projet BBBB s'était déroulé « plutôt bien » ou « très bien ». On peut noter que, parmi eux, 10 répondants étaient rattachés à un point de chute.

- Les **répondants d'organismes partenaires** se sont aussi prononcés sur des aspects de la **mise en œuvre** du projet ayant trait à sa coordination et à sa supervision (Q9P, tableau 4 de l'annexe 3).

En ce qui concerne **la coordination entre la chargée de projet et l'organisme servant de point de chute**, 22 répondants ont donné leur avis. Dans l'ensemble, 21 répondants considéraient que cette coordination s'était « plutôt bien » ou « très bien » déroulée. Un seul répondant affirmait qu'elle s'était « plutôt mal » déroulée.

Au sujet de **la supervision par la chargée de projet régionale de BBBB**, 21 répondants se sont prononcés, parmi lesquels 9 étaient rattachés à un point de chute et 12 à un organisme « autre ». Une majorité (19/20) a jugé que cette supervision s'était « plutôt bien » ou « très bien » déroulée. Par contre, 3 répondants étaient d'avis qu'elle s'était « plutôt mal » déroulée.

- De leur côté, les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont donné leur appréciation sur quatre aspects de l'organisation et de la gestion de BBBB se situant au niveau des points de chute (Q5B, tableau 5 de l'annexe 3). Pour la majorité des répondants, les opinions étaient favorables dans les quatre cas. Ainsi, en ce qui concerne **les relations entre les bénévoles ou employés et la personne responsable du projet BBBB au point de chute**, ainsi que **les relations entre les bénévoles ou employés au point de chute**, pour ces deux aspects, respectivement, les 22 répondants ont tous considéré que les choses s'étaient déroulées « très bien » ou « plutôt bien ».

Pour leur part, 18 répondants ont trouvé que **la coordination entre la chargée de projet régionale et l'organisme servant de point de chute** s'était déroulée « très bien » ou « plutôt bien ». Quant à **la supervision par la chargée de projet régionale**, les 14 répondants qui ont donné un avis à ce sujet ont aussi considéré que cette supervision s'était déroulée « très bien » ou « plutôt bien ». Il faut noter, toutefois, que plus du tiers des répondants (9/24) ont répondu qu'ils « ne savaient pas ».

3.1.1.3 Les éléments clés de la concertation

La concertation est un aspect central du travail en partenariat qui a permis l'élaboration et la mise en œuvre du projet BBBB Lanaudière-Laurentides. L'appréciation de cet aspect a été abordée par le biais de quelques éléments clés de la concertation. Deux des questionnaires incluaient des questions à ce sujet : celui adressé aux organisations partenaires et celui visant les bénévoles et employés du projet BBBB.

Bien que la majorité des répondants aient exprimé des jugements favorables sur le déroulement de chacun des éléments appréciés à cet égard, on constate que des points de vue plus critiques ont aussi été émis. C'était le cas notamment à propos de la communication, et ce, pour des répondants aux deux questionnaires.

- Les répondants d'**organisations partenaires** ont été invités à donner une opinion sur cinq éléments clés de la concertation (Q7P, tableau 6 de l'annexe 3). Tous les 12 répondants rattachés à un organisme « autre » qu'un point de chute se sont prononcés sur chacun de ces aspects.

Pour chacun de ces quatre éléments clés, une majorité de répondants ont jugé qu'ils s'étaient déroulés « plutôt bien » ou « très bien ».

Les quatre éléments clés dont le déroulement a été apprécié étaient : **le partage d'une vision commune** (jugé favorablement par 21/22 répondants); **la circulation de l'information entre les partenaires** (jugée favorablement par 19/22 répondants); **la prise en charge du leadership** (jugée favorablement par 16/19 répondants); et **le partage des rôles entre les partenaires** (jugé favorablement par 15/18 répondants).

On note que les quelques avis plus négatifs à ce sujet (de 1 à 4 répondants selon les éléments clés) étaient presque toujours émis par des répondants d'organismes « autres ».

- À une autre question, les **répondants d'organismes partenaires** ont donné leur avis sur **la communication entre les partenaires** impliqués (Q9P, tableau 4 de l'annexe 3). Dans l'ensemble, 16 des 20 répondants ont considéré que cette communication s'était « plutôt bien » ou « très bien » déroulée et 4 autres jugeaient qu'elle s'était « plutôt mal » déroulée.

Un répondant d'un point de chute a ajouté **un commentaire** en lien avec cette question. Il affirmait que c'était « parfois difficile d'avoir l'information juste et rapidement ».

- Quant aux répondants du groupe des **bénévoles et employés**, ils ont donné leur opinion sur un seul élément susceptible d'être considéré comme étant un élément clé de la concertation entre les organisations partenaires (Q5B, tableau 5 de l'annexe 3). Il s'agit de **la communication** entre ces dernières. Le déroulement de cette communication a été jugé « très bien » ou « plutôt bien » par 15 des 24 répondants. Par contre, 2 répondants étaient d'avis qu'elle s'était déroulée « plutôt mal ». En outre, 7 répondants ont dit qu'ils « ne savaient pas ».

3.1.2 Le recrutement des participants et leurs motivations à participer

Les questionnaires ont permis d'obtenir de l'information sur les circonstances ayant conduit les trois groupes de participants à s'engager dans le projet BBBB. Selon le groupe concerné par la question (dont on voulait documenter la participation au projet) et celui des répondants auxquels s'adressait le questionnaire, l'angle d'approche a varié. Ainsi, dans certains cas, il a été question des raisons de la collaboration ou des motivations à participer (perspective plutôt intérieure). Et dans d'autres, on parlait plutôt de recrutement de participants (perspective plus souvent extérieure). On peut considérer aussi que, parmi ces questions, certaines étaient plutôt descriptives et visaient à mieux identifier et connaître certains aspects du processus de recrutement et des motivations à participer. D'autres questions étaient davantage de nature appréciative, puisqu'elles invitaient les répondants à porter un jugement sur des éléments du recrutement ou de la motivation à participer.

Le tableau d'ensemble des résultats suggère que les raisons justifiant la participation au projet diffèrent selon le type de participant considéré (organisation partenaire, bénévole ou employé, client). On pourrait y trouver quelques pistes afin de mieux cibler le recrutement des uns et des autres, en vue de la poursuite et du développement du projet.

3.1.2.1 La collaboration consentie par les organisations partenaires

L'engagement initial des organisations partenaires dans le projet BBBB a été exploré seulement à partir de leur propre point de vue à ce sujet. Trois questions ont abordé respectivement les raisons de leur collaboration, leurs intentions futures de participation et leur appréciation de la façon dont s'était déroulé le recrutement des points de chute. On note une différence entre les répondants d'organismes points de chute et ceux des « autres » organisations partenaires à propos de la première question. Quant aux deux autres, l'ensemble des répondants a émis des opinions favorables.

- La principale **raison retenue pour expliquer la collaboration au projet des organisations partenaires** (Q4P, tableau 7 de l'annexe 3) était que **les objectifs rejoignent la mission de l'organisme** (par 11/25 répondants). Il faut noter que 8 de ces 11 répondants représentaient un organisme « autre » qu'un point de chute.

Le point de vue des répondants des points de chute apparaissait plus partagé. En effet, seulement 3/13 répondants ont jugé que leur organisme collaborait à BBBB parce que **ses objectifs rejoignent la mission de leur organisation**. Pour leur part, 4/13 considéraient que c'était en raison de la plus-value de **la concertation pour améliorer l'accès aux aliments** et 3/13 parce qu'ils avaient la **possibilité d'offrir un nouveau service** à leurs usagers.

- Quant aux **intentions de participation au projet BBBB des organismes partenaires pour l'an prochain** (Q11P, tableau 8 de l'annexe 3), tous les répondants d'organismes partenaires y ont répondu et 20 d'entre eux l'ont fait par l'affirmative.
- Par ailleurs, les répondants d'organisations partenaires ont aussi donné leur appréciation au sujet du recrutement **des points de chute** (Q6P, tableau 2 de l'annexe 3). Cette opération a été jugée par 15 des 25 répondants de ce groupe. Tous ont considéré qu'elle s'était déroulée « plutôt bien » ou « très bien ».

3.1.2.2 Le recrutement et la motivation à participer des bénévoles et employés

Le recrutement des bénévoles et employés a été abordé dans deux questionnaires : celui adressé aux répondants d'organisations partenaires et celui visant les bénévoles et employés. Dans le premier groupe, il s'agissait seulement d'apprécier le déroulement de cette opération. Dans le second, les répondants ont plutôt identifié des éléments susceptibles de faciliter ou de compliquer le recrutement des bénévoles. Ils ont également fait part des raisons qui avaient motivé leur propre participation au projet BBBB. Ces deux perspectives différentes peuvent sembler plus opposées que complémentaires, puisque les répondants d'organismes partenaires affichent une appréciation positive, alors que ceux du groupe des bénévoles et employés font plutôt état de lacunes et de façons d'y remédier.

- Selon l'ensemble des répondants représentant des **organisations partenaires**, 8/25 d'entre elles avaient **participé** au recrutement des bénévoles (Q5P, tableau 1 de l'annexe 3). La majorité de ces répondants (5/8) étaient rattachés à un point de chute.

Par ailleurs, 15 répondants des organisations partenaires ont donné leur **appréciation** de la façon dont s'était passé le recrutement des bénévoles. De l'avis de tous (15/15), cet aspect de la planification du projet s'était déroulé « plutôt bien » ou « très bien ».

- Dans le groupe des **bénévoles et employés** eux-mêmes, une raison principale (parmi 6 choix proposés) a été retenue par une majorité de répondants (15/24) pour expliquer **ce qui leur avait donné le goût de participer au projet BBBB** (Q2B, tableau 9 de l'annexe 3). Il s'agit de **la possibilité de contribuer à améliorer l'accès à de bons aliments pour les gens de leur milieu**.

La seconde raison la plus retenue (par le quart des répondants ou 6/24) était que **ce projet leur apparaissait nouveau et stimulant**. Par ailleurs, 2 répondants ont choisi comme raison **la possibilité d'obtenir eux-mêmes de bons aliments à un coût abordable**. Un autre a affirmé qu'il avait participé à ce projet **par besoin de s'occuper**.

- Les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont aussi fourni une appréciation de ce qui pouvait **faciliter le recrutement de bénévoles** pour participer à la préparation et à la distribution des boîtes du projet (Q10B, tableau 10 de l'annexe 3). À cet effet, ils ont jugé que 2 des 4 éléments proposés pouvaient être particulièrement susceptibles de jouer ce rôle. Ainsi, d'après 23 répondants, **la possibilité d'obtenir soi-même des fruits et légumes à faible coût** pouvait aider à recruter des bénévoles. De même, 22 répondants considéraient qu'**une bonne publicité** pourrait également y contribuer.

Par ailleurs, du point de vue de 14 répondants, **des heures ou des jours de distribution correspondant à leurs disponibilités** pouvaient également faciliter le recrutement de bénévoles. Seuls 3 répondants ont considéré que **le choix du point de chute (lieu, organisme)** pouvait aussi jouer ce rôle.

Enfin, quelques répondants ont émis des **commentaires** afin de préciser ce qui pouvait compliquer le recrutement de bénévoles. Ils ont parlé notamment de la grandeur du territoire qui ne facilitait pas les déplacements, ainsi que de la distribution aux deux semaines. Également, deux répondants ont fait état de moyens utilisés afin de contribuer au recrutement de

bénévoles : mettre des publicités dans les dépanneurs et passer par les écoles pour recruter des jeunes pour le travail à l'entrepôt. Pour sa part, un répondant a mentionné que, dans son point de chute, un seul bénévole suffisait.

3.1.2.3 Le recrutement et la motivation à participer des clients

Deux des questionnaires comportaient des questions concernant le recrutement des clients : celui visant les organisations partenaires et celui adressé aux clients eux-mêmes.

Dans le premier groupe, il s'agissait surtout d'apprécier le déroulement de cette opération, après avoir signifié si l'organisation y avait pris part ou pas. Même si tous n'y avaient pas participé personnellement, les répondants des organisations étaient d'avis que cette opération s'était bien déroulée. Quant aux répondants étant eux-mêmes des clients du projet BBBB, les questions qui leur ont été adressées n'étaient pas de l'ordre de l'appréciation. Elles ont plutôt permis de retracer l'origine de leur connaissance du projet BBBB, les raisons qui les ont motivés à s'y inscrire et le moment de cette inscription. Une dernière question visait à vérifier leur intention de commander encore des boîtes l'année suivante, ce qui pouvait représenter un indice de leur satisfaction à l'égard du projet. Celle-ci a semblé plutôt positive.

- Selon l'ensemble des répondants représentant des **organisations partenaires**, 14/25 avaient **collaboré** au recrutement de la clientèle (Q5P, tableau 5 de l'annexe 3). La majorité d'entre eux (12/14) étaient rattachés à un point de chute.

Par ailleurs, 20 répondants représentant des organisations partenaires ont exprimé leur opinion sur **la façon dont s'était passé le recrutement des clients** (Q6P, tableau 2 de l'annexe 3). La moitié d'entre eux étaient rattachés à un point de chute. Du point de vue de tous (20/20), ce recrutement s'était déroulé « plutôt bien » ou « très bien ».

On peut noter aussi que **l'accès à la clientèle locale** a été retenu comme **principal apport** de leur organisme (Q12P, tableau 3 de l'annexe 3) par 9 des 25 répondants d'organismes partenaires et 8 d'entre eux étaient rattachés à un point de chute.

- En ce qui concerne les répondants ayant été **clients du projet BBBB** (soit 91 personnes), ceux-ci ont d'abord été invités à identifier **le moyen par lequel ils avaient entendu parler du projet BBBB** (Q1C, tableau 11 de l'annexe 3). Seulement 38 d'entre eux (moins de la moitié) ont retenu un des 5 moyens proposés. Les 53 autres répondants (plus de la moitié) ont fait état de moyens différents.

Parmi les moyens proposés dans le questionnaire, 16 répondants ont dit qu'ils avaient entendu parler du projet **par une publicité distribuée ou affichée par BBBB ou l'organisme point de chute**, 15 ont affirmé que c'était **par un ami ou un parent**, 6 autres ont déclaré que c'était **par un intervenant social et** un seul a dit que c'était **par Internet**.

Quant aux **autres moyens** identifiés par les répondants eux-mêmes, 22 ont déclaré qu'ils avaient entendu parler du projet BBBB du fait qu'ils **travaillaient eux-mêmes à un point de chute**, 12 ont dit en avoir entendu parler par **une personne y travaillant ou étant membre de son conseil d'administration** et 2 ont identifié comme source de l'information **le conseil d'administration d'un point de chute**. Par ailleurs, 11 répondants ont déclaré que l'information sur ce projet leur était venue **d'un organisme communautaire ou d'une table de concertation**, 5 ont dit que c'était **l'école**, 2 ont identifié **le CLSC** et un dernier, **un salon de coiffure**.

- On a ensuite proposé aux répondants du groupe des **clients** sept **raisons ayant pu contribuer à leur décision** d'acheter des boîtes de BBBB (Q2C, tableau 12 de l'annexe 3). Pour chacune d'entre elles, une majorité de répondants (selon les cas, 57 à 89 d'entre eux) ont considéré que cette raison avait effectivement contribué à leur décision.

Parmi ces raisons, 4 ont été retenues par un plus grand nombre de répondants. Ce sont **la possibilité d'encourager des producteurs québécois et locaux de fruits et légumes** (89 répondants), **le coût abordable pour des boîtes de fruits et légumes de qualité** (89 répondants), **le souci de leur santé ou celle de leur famille** (86 répondants) et **la possibilité d'obtenir près de chez eux des fruits et légumes de qualité** (82 répondants).

Plusieurs **autres raisons** ont été invoquées par des répondants. Les trois principales étaient le **lien déjà établi avec l'organisme point de chute** (7 répondants), la possibilité d'**essayer de nouveaux produits** (5 répondants) et celle de **faire des économies** (5 répondants). D'autres répondants ont mentionné : le fait d'aimer le principe, la ressemblance avec la formule bio d'Équiterre, la possibilité de partager une boîte avec quelqu'un, la fraîcheur des aliments, l'effet de surprise concernant le contenu de chaque boîte, la possibilité de compter sur quelqu'un pour la livraison et le fait d'avoir une grosse famille.

- D'après les répondants au questionnaire visant les **clients**, le principal moment de leur **inscription au projet BBBB** (Q3C, tableau 13 de l'annexe 3) a été le début de ce projet, soit octobre 2011 (40 répondants). Les autres répondants ont dit s'être inscrits au cours des mois suivants, jusqu'en février 2012. Ils se répartissent ainsi : 11 inscrits en novembre et 7 en décembre 2011, puis 16 en janvier et 17 en février 2012.
- En ce qui concerne leur **intention de commander encore des boîtes** si le projet se poursuivait l'année suivante (Q9C, tableau 14 de l'annexe 3), une majorité des **clients répondants** (87/91) a répondu par l'affirmative.

Les quelques répondants ne sachant pas s'ils allaient commander des boîtes l'année suivante ont donné des **raisons** ou des **conditions à ce sujet** (Q10C). Selon les cas, ça dépendait de « *si ça s'améliore* », « *si la qualité augmente* », « *si les jours de distribution changent* », « *si quelqu'un peut lui apporter sa boîte* » ou « *s'il est possible de partager une petite boîte avec quelqu'un* ».

3.1.3 Les clients : connaissance, perceptions, caractéristiques

Deux des questionnaires comportaient des questions visant à décrire les clients du projet BBBB : celui s'adressant aux organismes partenaires et celui s'adressant aux clients eux-mêmes. Dans le premier cas, les questions étaient de l'ordre de la connaissance et de la perception. Quant au second questionnaire, ce sont principalement les questions de nature sociodémographique, adressées personnellement aux répondants, qui ont permis d'ébaucher un portrait d'ensemble des clients. On peut noter que certaines caractéristiques des clients, référant davantage à leur qualité de répondants, sont présentées plutôt dans la partie du rapport consacrée à la méthodologie (1.4.2.2).

Il est intéressant de constater que les perceptions des répondants d'organismes partenaires ne semblent pas correspondre avec le portrait des clients révélé par les répondants faisant eux-mêmes partie de ce groupe. C'est le cas notamment en ce qui concerne leurs niveaux de scolarité et de revenu, apparemment sous-estimé par les répondants du premier groupe.

- Les répondants des **organismes partenaires** ont été invités à décrire ce qu'ils savaient (ou croyaient savoir) de la clientèle du projet BBBB en fonction de trois types de caractéristiques : leur scolarité, leur revenu et la proximité des points de chute par rapport à leurs lieux de résidence.

L'opinion était partagée sur **la scolarité de la majorité des clients du projet BBBB** (Q17P, tableau 15 de l'annexe 3). En effet, près de la moitié des répondants (11/25) jugeaient qu'ils étaient « moyennement scolarisés », c'est-à-dire qu'ils avaient obtenu un diplôme d'études secondaires ou professionnelles. Par ailleurs, le cinquième des répondants (5/25) était d'avis que les clients de BBBB étaient « peu scolarisés » (diplôme d'études primaires ou moins) et aucun ne considérait qu'ils étaient « très scolarisés » (diplôme d'études collégiales ou universitaires).

On peut noter que les répondants des points de chute ont été plus nombreux à considérer les clients de BBBB comme étant « moyennement scolarisés » (7/13 contre 4/12 pour les répondants des « autres » organismes). Il faut préciser aussi que plus du tiers des répondants (9/25) ont répondu « je ne sais pas » à cette question.

L'opinion était encore plus partagée au sujet du **revenu des clients de BBBB** (Q18P, tableau 16 de l'annexe 3). Ainsi, selon l'ensemble des 25 répondants, le pourcentage des clients étant « défavorisés ou très défavorisés » se situait entre 21 % à 40 % d'entre eux pour 7 répondants; 41 % à 60 % d'entre eux pour 7 répondants; 61 % à 80 % d'entre eux pour 3 répondants; 0 % à 20 % d'entre eux pour 3 répondants; et 81 % à 100 % pour 1 répondant.

De même, en ce qui concerne leur **perception de la proximité des points de chute par rapport au lieu de résidence des clients** (Q16P, tableau 17 de l'annexe 3), les opinions des répondants demeuraient très partagées. Il s'agissait plus précisément d'estimer la proportion de la clientèle habitant à plus d'un kilomètre du point de chute. Près du quart des répondants (6/25) a jugé que de 76 % à 100 % des clients habitaient à plus d'un kilomètre du point de chute. Par ailleurs, selon le cinquième des répondants (5/25), c'était plutôt le cas de 26 % à 50 % des clients.

Enfin, 4 autres répondants étaient d'avis que 51 % à 75 % des répondants se trouvaient dans cette situation. Il faut noter que près du tiers des répondants (8/25) ont répondu « je ne sais pas » à cette question.

- Parmi les 91 répondants étant des **clients du projet BBBB**, quatre **types de clients** (Q4C, tableau 18 de l'annexe 3) ont été distingués. On note d'abord que les **clients réguliers** étaient les plus nombreux, soit 52 répondants. Ils avaient commandé des boîtes chaque fois qu'elles avaient été offertes depuis leur inscription au projet.

Ensuite, les **clients occasionnels** n'avaient pas commandé de boîtes chaque fois qu'elles étaient offertes, depuis leur inscription au projet. Ce sont 27 répondants qui se sont identifiés à cette catégorie.

Puis, les **nouveaux clients**, au nombre de 10, étaient ceux qui, au moment de répondre au **questionnaire**, n'avaient commandé qu'une seule boîte à la dernière livraison. L'un d'eux a précisé qu'il était « *un nouveau client sans boîte* ». Quant aux raisons pour lesquelles ces répondants n'avaient pas commandé de boîtes auparavant, 9 d'entre eux ont affirmé qu'ils **ne connaissaient pas l'existence du projet auparavant**. D'autres raisons ont aussi été invoquées. Deux répondants voulaient **laisser les boîtes disponibles aux personnes plus défavorisées**, soit en croyant qu'elles leur étaient réservées, soit en sachant que le nombre de boîtes était limité. Un autre s'est décidé plus tard, dans l'optique d'**essayer les boîtes pour être en mesure par la suite de les vendre et d'en parler** à la clientèle de son organisme.

Enfin, on peut noter que seuls 2 répondants se sont identifiés comme étant des **anciens clients**, c'est-à-dire des clients ayant cessé de commander des boîtes dans le cadre du projet.

- Les clients occasionnels et les anciens clients ont été invités à identifier **les raisons pour lesquelles ils n'avaient pas commandé de boîtes chaque fois qu'elles étaient offertes ou ils avaient cessé d'en commander** (Q6C, tableau 19 de l'annexe 3). On leur proposait 10 choix de réponses. Trois de ces choix ont été retenus par plus de deux répondants. Il s'agit du fait que le point de chute n'avait pas assez de boîtes pour répondre à toutes les demandes (9 répondants), du fait qu'il leur restait encore des fruits et légumes de la dernière commande (8 répondants) et de leur non-disponibilité lors de la livraison (4 répondants).

Il faut **signaler** qu'une **autre raison** a été formulée par 9 répondants. C'est le fait de vouloir « *laisser la place aux autres* », notamment à « *ceux qui en ont plus besoin* » (3 répondants) et aux clients avant les bénévoles et employés (7 répondants).

- En ce qui concerne les **questions d'ordre sociodémographique** posées aux clients, dans tous les cas, les 91 répondants (100 %) ont accepté d'y répondre.

Au sujet de leur **lieu de résidence** (Q14C, tableau 20 de l'annexe 3) parmi les 91 répondants, 28 ont affirmé habiter « dans un village », 40 ont dit qu'ils vivaient « dans une ville » et 23 ont déclaré qu'ils résidaient « à la campagne, en dehors d'une ville ou d'un village ».

L'âge déclaré **des** répondants (Q15C, tableau 21 de l'annexe 3) se répartissait ainsi : 6 ont dit avoir de 18 à 24 ans, 21 de 25 à 34 ans, 27 de 35 à 44 ans, 28 de 45 à 64 ans et 9 ont affirmé avoir 65 ans et plus.

Les situations familiales des répondants (Q16C, tableau 22 de l'annexe 3) apparaissaient assez variables. Ainsi, 14 ont dit vivre seuls, 23 en couple sans enfant, 39 en couple avec enfants et 13 ont déclaré vivre dans des familles monoparentales. Par ailleurs, 2 autres répondants présentaient des situations « autres ».

Dans les **familles** avec enfants dont les adultes vivaient en couple, **le nombre d'enfants** (Q 16C-c, tableau 23 de l'annexe 3) était assez variable. Ainsi, selon les répondants, 8 de ces familles comptaient un enfant, 14 en comptaient 2, 10 en comptaient 3, 5 en comptaient 4 et 2 en comptaient 5.

Dans les **familles** monoparentales, **le nombre d'enfants** (Q 16C-d, tableau 24 de l'annexe 3) variait surtout entre 1 (7 répondants) et 2 (5 répondants). Un seul répondant déclarait avoir 3 enfants.

Le **revenu familial annuel** déclaré des **répondants** (Q17C, tableau 25 de l'annexe 3) était aussi variable, puisqu'ils se répartissaient entre les 8 tranches de revenu proposées. Dans l'ensemble, 50 répondants déclaraient un revenu familial annuel entre 0 \$ et 39 999 \$ et les 41 autres répondants disaient avoir un revenu de 40 000 \$ et plus. Parmi ces derniers, 17 répondants ont affirmé que leur revenu était de 70 000 \$ et plus.

En ce qui concerne **le plus haut niveau de scolarité complété** (avec diplôme) (Q18C, tableau 26 de l'annexe 3), on observe également une grande variation parmi les répondants. En effet, 11 d'entre eux ont affirmé avoir obtenu un diplôme d'études primaires, 25 un diplôme d'études secondaires, 34 un diplôme d'études collégiales (incluant le DEP) et 21 un diplôme d'études universitaires.

Un croisement des réponses portant sur la situation familiale (Q16C) et le revenu familial annuel (Q17C) des **répondants** a permis d'estimer ceux qui se situaient **sous le seuil de faible revenu** (tableau 27 de l'annexe 3), selon les catégories calculées par Statistique Canada. Les résultats de cette analyse suggèrent que 22 des 91 répondants (24 % ou près d'un quart) pourraient être considérés comme appartenant à cette catégorie. L'analyse suggère également que 20 répondants (22 % de l'ensemble) pourraient avoir un revenu familial annuel relativement « **élevé** » et que les 49 autres (plus de la moitié, soit 54 % du total) auraient un revenu familial annuel qu'on pourrait qualifier de « **modéré** »⁴.

⁴ La question 17 adressée aux clients 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 (nombre d'adultes et d'enfants dans les familles). (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.

3.1.4 Le déroulement des activités

Le thème du déroulement des activités a été subdivisé en trois sous-thèmes correspondant à des types d'activités distincts. Il s'agit de : la préparation des boîtes de fruits et légumes avant leur arrivée dans les points de chute, puis les activités de distribution de ces boîtes ainsi que les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation dans les points de chute. On peut noter que les répondants à deux des questionnaires (celui visant les représentants d'organisations partenaires et celui visant les bénévoles et employés) ont été invités à donner une opinion sur le déroulement de ces diverses activités, qu'ils y aient ou non participé personnellement. Quant au questionnaire adressé aux clients, il faut souligner que plusieurs aspects du déroulement des activités y ont été abordés davantage sous l'angle de l'adéquation des services (2.1.6).

Le principal constat, sur le déroulement des diverses tâches reliées aux activités de préparation et de distribution des boîtes de fruits et légumes, est que les répondants d'organismes partenaires et ceux du groupe des bénévoles et employés qui se sont prononcés à ce sujet en ont donné une appréciation plutôt favorable. Il en était de même en ce qui concerne le soutien offert par un employé de BBBB en matière d'activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. On peut noter, par ailleurs, que ce dernier groupe d'activités est le seul qui a été abordé aussi dans une perspective de développement éventuel. À cet égard, les résultats suggèrent de tenir compte d'un possible écart entre l'offre d'activités et la participation à certaines d'entre elles par les clients.

3.1.4.1 La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute

Deux des trois questionnaires abordaient ce premier ensemble d'activités que constitue la préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute. Ce sont celui adressé au groupe des organismes partenaires et celui visant les bénévoles et employés. Il n'était pas apparu pertinent de questionner les clients à ce propos, vu leur éloignement de ces étapes préalables à la livraison de leurs boîtes de fruits et légumes.

Dans l'ensemble, les répondants aux deux questionnaires ont exprimé des opinions plutôt favorables à propos des aspects du déroulement de la préparation des boîtes sur lesquels ils se sont prononcés.

- Les répondants des **organismes partenaires** ont donné un avis sur quatre activités de ce premier volet (Q8P, tableau 28 de l'annexe 3). Il s'agit de : la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, la réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides, la préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides, ainsi que le transport des boîtes de l'entrepôt aux points de chute.

En ce qui concerne les trois premières activités, seulement 14 ou 15 des 25 répondants ont émis une opinion et une majorité d'entre eux (9 ou 10) étaient rattachés à un organisme « autre » qu'un point de chute. Dans l'ensemble, la plupart des répondants étaient d'avis que **la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, la réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides**, ainsi que **la préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides** s'étaient « plutôt bien » ou « très bien » déroulées.

Quant au **transport des boîtes de l'entrepôt aux points de chute**, 22 répondants se sont prononcés à ce sujet. Parmi eux, 11 étaient rattachés à un point de chute et 11 également à un organisme « autre ». Dans l'ensemble, la plupart d'entre eux (20/22) pensaient que cette activité s'était déroulée « plutôt bien » ou « très bien ».

- En ce qui concerne les répondants du groupe des **bénévoles et employés**, ils se sont prononcés essentiellement sur trois aspects de la préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute (Q3B, tableau 29 de l'annexe 3). En fait, une majorité d'entre eux (15 ou 16, selon le cas) ont répondu « je ne sais pas » à propos de ces tâches. Plus spécifiquement, les tâches abordées avec eux étaient **la préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal, la réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides** et **la préparation des boîtes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides**. Dans l'ensemble, pour ces trois tâches, l'opinion de la plupart des répondants qui en ont donné une était favorable.

3.1.4.2 La distribution des boîtes dans les points de chute

Deux questionnaires comprenaient des questions sur la distribution des boîtes dans les points de chute. Il s'agit de celui adressé au groupe des organismes partenaires et celui visant les bénévoles et employés. Selon les cas, les questions sur ce thème visaient à identifier les activités de distribution des boîtes auxquelles les répondants avaient participé, puis à donner une appréciation du déroulement de ces diverses activités. Dans l'ensemble, cette appréciation des deux groupes de répondants s'est avérée plutôt favorable pour les aspects sur lesquels ils ont exprimé un avis.

Pour ce qui est du questionnaire adressé aux clients, les activités de distribution des boîtes y ont été abordées surtout dans la perspective de l'adéquation des services qui leur avaient été offerts (2.1.6).

- Les répondants des **organisations partenaires** ont donné leur appréciation à propos de quatre activités de ce second volet (Q8P, tableau 28 de l'annexe 3). Ce sont : **la prise de commande et le paiement des clients aux points de chute, la transmission des commandes à la chargée de projet régionale, la réception des boîtes aux points de chute**, ainsi que **l'accueil des clients et la distribution des boîtes aux points de chute**. Dans l'ensemble, tous les répondants (21 ou 24, selon les cas) étaient d'avis que ces activités s'étaient déroulées « plutôt bien » ou « très bien ».
- Pour leur part, les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont identifié les tâches en lien avec la préparation des boîtes auxquelles ils avaient **personnellement participé** (Q3B, tableau 29 de l'annexe 3). Parmi les 8 tâches proposées, les deux auxquelles avaient participé le plus d'entre eux (19 répondants dans les deux cas) étaient **la réception des boîtes aux points de chute**, ainsi que **l'accueil des clients et la distribution des boîtes aux points de chute**.

Par la suite, les répondants ont été invités à livrer leur appréciation du **déroulement effectif des mêmes 8 étapes** de la préparation et de la distribution des boîtes (Q4B, tableau 30 de l'annexe 3). On leur demandait de donner un avis même à l'égard des tâches auxquelles ils n'avaient pas participé personnellement. Dans plusieurs cas, toutefois, de nombreux répondants (jusqu'à 16/24 ou les deux tiers) ont déclaré qu'ils « ne savaient pas ».

Les perceptions les plus favorables concernaient **la réception des boîtes aux points de chute** ainsi que **l'accueil des clients et la distribution des boîtes aux points de chute**. Pour chacune de ces deux tâches, 22 et 20 répondants ont trouvé respectivement qu'elles s'étaient « très bien » ou « plutôt bien » déroulées.

En second lieu, la majorité des répondants ont jugé favorablement **la transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB**, ainsi que **la prise de commande et le paiement des clients aux points de chute**, de même que **le transport des boîtes de l'entrepôt aux points de chute**. Pour ces trois tâches, respectivement, 17, 18 et 14 répondants ont trouvé qu'elles s'étaient « très bien » ou « plutôt bien » déroulées.

3.1.4.3 Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute

Les trois questionnaires intégraient des questions à propos des activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Il s'agissait, selon les cas : d'identifier les activités de ce volet offertes par l'organisme du répondant ou auxquelles ils avaient personnellement pris part, d'identifier celles qui pourraient être offertes par leur organisme ou celles auxquelles ils aimeraient participer, puis d'apprécier le soutien offert par BBBB en lien avec des activités de ce volet.

On constate que les répondants des trois groupes tendaient souvent à émettre des opinions concordantes, notamment en ce qui concerne l'offre d'activités. Par exemple, ils ont semblé accorder une importance un peu plus grande à une des activités mentionnées, soit **la rédaction, la publication ou la distribution du Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe**. Selon les cas, en effet, ils étaient majoritaires à identifier cette activité comme étant offerte par leur organisme, mais également comme étant l'une de celles auxquelles ils avaient personnellement participé. De même, ceux représentant des organisations partenaires et ceux qui étaient des bénévoles et employés ont considéré majoritairement que **l'organisation de séances d'information ou de conférences** était une activité offerte par leur organisation. Par contre, dans ce cas, une proportion nettement moins importante des répondants du groupe des clients a signifié avoir participé à ce type d'activité. En même temps, plus de la moitié des répondants du groupe des clients ont affirmé qu'ils aimeraient participer à ce type d'activité et une majorité de ceux du groupe des bénévoles et employés a considéré que leur organisation pourrait en offrir.

Dans l'ensemble, également, les répondants représentant des organisations partenaires et ceux du groupe des bénévoles et employés ont jugé plutôt favorablement le soutien offert par un employé de BBBB en matière d'activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation.

- Le questionnaire adressé aux répondants des **organisations partenaires** comportait trois questions portant sur les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Et, dans chacune de ces questions, plusieurs exemples de ce type d'activité étaient considérés.

En ce qui concerne d'abord les **activités ayant déjà été offertes directement par l'organisme des répondants** (Q13P, tableau 31 de l'annexe 3), pour chacune des 7 activités proposées, 4 à 17 répondants ont affirmé que leur organisme les avait offertes. Celle qui a été le plus fréquemment retenue par les répondants était **la rédaction, la publication ou la distribution du Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** (par 17 répondants, dont 12 étaient rattachés à un point de chute).

Les autres activités ayant déjà été offertes par l'organisme des répondants étaient, par ordre d'importance accordée : **l'organisation de séances d'information ou de conférences** (9 répondants, dont 5 rattachés à un point de chute); **le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique** (8 répondants, dont 3 de points de chute); **le lancement officiel du projet** (7 répondants, dont 1 seul rattaché à un point de chute); **l'organisation d'ateliers culinaires** (6 répondants, dont 5 de points de chute), **l'organisation de cuisines collectives** (6 répondants, tous de points de chute); et **les dégustations** (4 répondants, dont 3 de points de chute).

Enfin, 2 répondants ont identifié chacun une **autre activité de sensibilisation et d'éducation** à laquelle avait pris part leur organisme. Un répondant a mentionné « *la sensibilisation à utiliser de nouveaux légumes* » et un autre a parlé d'« *hygiène et salubrité lors d'ateliers culinaires* ».

- En second lieu, les répondants d'**organisations partenaires** ont été invités, à partir de la même liste d'activités proposées, à identifier lesquelles **pourraient être éventuellement offertes par leur organisme** (Q14P, tableau 32 de l'annexe 3). Dans ce cas, c'est **l'organisation de séances d'information ou de conférences** qui a été retenue par le plus grand nombre de répondants (19, dont 9 associés à des points de chute).

Les six autres activités retenues ont été, par ordre d'importance accordée : **la rédaction, la publication ou la distribution du Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** (17 répondants, dont 10 de points de chute); **l'organisation de dégustations** (16 répondants, dont 12 de points de chute); **l'organisation d'ateliers culinaires** (14 répondants, dont 11 de points de chute); **le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique** (13 répondants, dont 5 de points de chute); **le lancement officiel du projet** (12 répondants, dont 5 de points de chute); et **l'organisation de cuisines collectives** (9 répondants, dont 7 de points de chute).

- La troisième question adressée aux répondants d'**organismes partenaires**, sur les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation, portait sur **l'adéquation du soutien offert en cette matière par un employé de BBBB** (Q15P, tableau 33 de l'annexe 3). Parmi les 8 volets de ce soutien abordés, 2 ont obtenu une appréciation unanime des répondants qui se sont prononcés. Il s'agit de **la rédaction, la publication ou la distribution du Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** et du **transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant**, que les 20 et 15 répondants respectifs ont jugé « tout à fait adéquat » ou « plutôt adéquat ». Pour chacun des autres volets, une majorité de répondants ont aussi jugé que le soutien apporté avait été « tout à fait adéquat » ou « plutôt adéquat ». Il s'agit : du **développement de nouveaux outils et de matériel informationnel et pédagogique** (10/11), de **l'organisation de rencontres de réseautage** (10/13), de **la formation sur la nutrition offerte aux intervenants des organismes** (9/11), du **développement d'ateliers** (9/12), de **l'évaluation des besoins et la planification de stratégies d'action** (7/11), ainsi que des **conseils sur la nutrition et la saine alimentation** (5/7).

Enfin, un répondant associé à un point de chute a mentionné une **autre forme de soutien** offert par une employée de BBBB. Il s'agissait de « *la possibilité de référer les points de chute aux organismes qui font déjà de la formation sur la saine alimentation* ». Un autre a exprimé un **commentaire** à propos de la question. Il s'est déclaré surpris de cette question, précisant que son organisme « *n'avait pas été approché en ce sens* ».

- Pour leur part, les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont répondu à quatre questions au sujet des activités de sensibilisation et d'éducation concernant la saine alimentation.

En premier lieu, ils ont identifié **les activités de sensibilisation et d'éducation concernant la saine alimentation qui avaient été offertes par leur organisme au cours de la dernière année** (Q11B, tableau 34 de l'annexe 3). On peut noter que les employés de BBBB ont considéré que cette question ne s'appliquait pas à leur cas et ils n'y ont pas répondu.

Quatre activités de sensibilisation et d'éducation apparaissent avoir été offertes par les organismes de plus de la moitié des répondants. Il s'agit de l'organisation de séances d'information ou de conférences (12 répondants), l'organisation de cuisines collectives (11 répondants), l'organisation d'ateliers culinaires (10 répondants) et l'organisation de dégustations (9 répondants).

Le quart des répondants à cette question (5/19) ont dit que leur organisme avait offert le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique au cours de la dernière année.

Enfin, deux répondants ont signalé l'offre, par leur organisme, d'autres activités qu'ils ont associées à la sensibilisation et l'éducation concernant la saine alimentation. Il s'agit de cuisines communautaires et de la décision de donner la boîte gratuite aux enfants de l'école, afin que son contenu soit consommé sur place. En ce qui concerne les cuisines communautaires, le répondant n'a pas précisé en quoi elles étaient différentes des cuisines collectives.

- Deuxièmement, les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont été invités à identifier également les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation auxquelles ils avaient **participé personnellement**, en tant qu'employés ou bénévoles de leur organisme, au cours de la dernière année (Q12B, tableau 35 de l'annexe 3). À propos de la plupart des activités abordées, les employés de BBBB ne se sont pas prononcés, jugeant que cette question ne s'appliquait pas à leur cas.

L'activité à laquelle le plus grand nombre de répondants ont dit avoir participé personnellement était la rédaction, la publication ou la distribution du **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** (16 répondants). En seconde place, on trouve l'organisation de séances d'information ou de conférences (8 répondants).

Pour ce qui est de l'organisation d'ateliers culinaires, de l'organisation de cuisines collectives et du lancement officiel du projet, dans chaque cas, 5 répondants ont affirmé y avoir participé.

On peut noter qu'un répondant a mentionné avoir pris part personnellement à un type d'activité non proposé dans les choix de réponses, soit des cuisines communautaires.

- Ensuite, plusieurs des activités déjà abordées ont été passées en revue par les **bénévoles et employés**, afin qu'ils identifient lesquelles pourraient **éventuellement être offertes** par leur organisme (Q13B, tableau 40). À l'égard de cette question également, les employés de BBBB ne se sont pas prononcés, jugeant qu'elle ne s'appliquait pas à leur situation. À propos de chacune des 5 activités proposées, une majorité de répondants étaient d'avis que leur organisme pourrait éventuellement l'offrir.

Ainsi, 18 répondants ont considéré que leur organisme pourrait offrir l'organisation de séances d'information ou de conférences, ainsi que l'organisation de dégustations. Un nombre un peu moindre ont déclaré que leur organisme pourrait éventuellement offrir le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique (16), l'organisation de cuisines collectives (15) et l'organisation d'ateliers culinaires (14).

Un répondant a proposé une autre activité susceptible d'être offerte par son organisme. Il s'agit de groupes de discussion mêlant des clientèles intergénérationnelles. Deux autres répondants ont ajouté des commentaires à cette question. Un premier a émis des doutes sur la possibilité que 3 des activités puissent fonctionner : l'organisation d'ateliers culinaires, de séances d'information ou de conférences, ainsi que de cuisines collectives. L'autre répondant a souligné que son organisme était ouvert à toutes les activités proposées, mais « de façon ponctuelle et non sur du long terme », précisant que l'organisme « le faisait déjà ».

- La dernière question adressée aux **bénévoles et employés** à propos des activités de sensibilisation et d'éducation concernant la saine alimentation abordait **le soutien à cet égard offert aux organismes par un employé de BBBB** (Q14B, tableau 41). Il s'agissait cette fois d'émettre une appréciation de celles-ci. À cet égard également, les employés de BBBB ont choisi de ne pas se prononcer, considérant que cette question ne s'appliquait pas à leur situation. De plus, plusieurs autres répondants ont affirmé qu'ils « ne savaient pas » ou n'ont pas répondu. Dans l'ensemble, un maximum de 10 répondants ont donné un avis sur chacune des différentes activités proposées. Bien que peu nombreuses, les opinions exprimées étaient toujours favorables, c'est-à-dire qu'elles étaient jugées soit « tout à fait adéquates », soit « plutôt adéquates ».

Les **sept aspects de ce soutien ainsi appréciés** ont été : le transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant, le développement de nouveaux outils et de matériel informationnel et pédagogique, les conseils sur la nutrition et la saine alimentation offerts aux intervenants, la formation sur la nutrition et la saine alimentation offerte aux intervenants, le développement d'ateliers et d'activités sur la saine alimentation visant la clientèle, l'évaluation des besoins de l'organisme et la planification de stratégies d'action pour y répondre, ainsi que l'organisation de rencontres de réseautage.

- Pour ce qui est des **clients du projet** BBBB, le déroulement des activités de sensibilisation et d'éducation était abordé avec eux par le biais de **leur participation** à celles qui étaient offertes par leur point de chute. Leurs réponses variaient selon les activités identifiées. Par ordre d'importance décroissante, la participation déclarée à ces activités se répartissait ainsi : la **lecture des Bulletins Bonne Boîte Bonne Bouffe** (85 répondants), des **dégustations**



(23 répondants), des *cuisines collectives* (14 répondants), des *ateliers culinaires* (13 répondants) et des *séances d'information ou conférences* (10 répondants).

Trois répondants ont identifié *d'autres activités concernant l'alimentation* offertes par leur point de chute et auxquelles ils avaient participé. C'était la lecture de documentation, un atelier avec une nutritionniste (revue du Guide alimentaire canadien et transfert d'information), ainsi que des jardins communautaires.

Par ailleurs, on a aussi demandé aux répondants *clients du projet* BBBB s'ils *aimeraient participer à chacune de ces mêmes activités*. À cet égard, les réponses étaient en général majoritairement favorables. Ainsi, 86 répondants ont dit souhaiter participer à la *lecture des Bulletins Bonne Boîte Bonne Bouffe* contenus dans les boîtes, 65 à *des dégustations*; 48 à *des ateliers culinaires*; 47 à *des séances d'information ou conférences* et 42 à *des cuisines collectives*.

Deux répondants ont aussi ajouté qu'ils aimeraient participer à *d'autres activités concernant l'alimentation* non proposées dans la question. Il s'agissait, respectivement, de jardins communautaires et de la lecture de documentation.

3.1.5 La participation à BBBB Lanaudière : facteurs facilitants et limitants

Des questions portant sur la participation au projet BBBB Lanaudière étaient incluses dans les trois questionnaires. Il s'agissait principalement de mettre en évidence les facteurs facilitant et limitant cette participation pour les trois groupes d'acteurs concernés, et ce, par le moyen de questions ouvertes (qualitatives). Quelques aspects complémentaires ont aussi été abordés, notamment par l'appréciation de certains éléments spécifiques associés à cette participation.

Il est difficile de comparer les expériences de participation au projet BBBB propres aux trois groupes. Celles-ci, en effet, ne sont pas du même ordre et ne découlent pas du même type d'engagement ou de motivation. De même, une expérience organisationnelle de collaboration à un projet en tant qu'organisation partenaire ne se situe pas au même niveau qu'une expérience de travail dans ce projet ou une expérience personnelle de recours aux services offerts dans le cadre de ce projet. On peut tout de même dire que, dans l'ensemble, les répondants ont permis de dégager un portrait nuancé de la participation des acteurs concernés à BBBB Lanaudière-Laurentides.

3.1.5.1 La participation des organismes partenaires

Seuls les *répondants d'organismes partenaires* ont été invités à se prononcer sur la participation des organismes partenaires. On remarque que le type d'organisme auquel étaient rattachés les répondants (point de chute ou « autre ») semble influencer les opinions émises. Parfois même, ces perspectives différentes étaient associées à des opinions opposées sur un même aspect. C'est le cas, par exemple, pour le financement et le temps nécessaire à un organisme point de chute pour prendre part au projet BBBB. Ainsi, un répondant d'un organisme « autre » était d'avis que les exigences du projet à cet égard étaient minimes et constituaient un élément facilitant. Pour sa part, un répondant d'un organisme point de chute affirmait, au contraire, que ces exigences étaient importantes au point de représenter un facteur limitant.

Dans l'ensemble, toutefois, les éléments identifiés par les divers répondants comme pouvant faciliter ou limiter la participation des organisations à BBBB étaient variés. Ils donnaient un aperçu général constitué d'une combinaison de situations spécifiques expérimentées dans les différentes organisations partenaires.

- La première des deux questions à cet effet proposait aux répondants d'exprimer des **commentaires sur ce qui facilite la participation des organisations au projet BBBB** (Q19P). Plusieurs des 10 réponses obtenues à cette question ouverte témoignent d'un glissement de sens. Des répondants, en effet, ont plutôt formulé des suggestions en vue d'améliorer le projet.

Les véritables éléments facilitant la participation des organisations identifiées par des répondants d'organismes points de chute étaient : le fait que les boîtes de différents formats et de différentes couleurs arrivent déjà préparées (2 répondants), le recours à une grille de réservation déjà disponible (2 répondants), la bonne organisation de la distribution (1 répondant), le fait de disposer d'un grand local et de la main-d'œuvre nécessaire pour la manipulation des boîtes (1 répondant), le respect de l'heure de livraison (1 répondant), le point de chute situé dans l'organisme (1 répondant), la distribution d'une « feuille de recettes » accompagnant les boîtes (1 répondant).

Quant aux éléments facilitant la participation des organisations identifiés par les répondants d'organismes « autres », ils étaient : le fait que le projet soit très bien structuré (1 répondant); ainsi que le fait que le projet ne demande pas d'implication financière de la part des organismes et pas trop de temps, puisque ceux-ci seraient « en rupture de bénévoles compétents ».

Les suggestions d'amélioration formulées par les répondants d'organismes points de chute étaient les suivantes : faire davantage d'activités avec les points de chute et pouvoir compter sur un assistant-livreur pour le déchargement des boîtes, offrir des boîtes différentes d'une semaine à l'autre. On peut noter qu'une autre suggestion portait sur l'ouverture de points de chute supplémentaires.

Enfin, les suggestions d'amélioration exprimées par les répondants d'organismes « autres » étaient : la nécessité que les points de chute informent la population de ce nouveau service étant donné que, dans certains cas, les clients de BBBB seraient ceux qui utilisaient déjà les services de l'organisme point de chute (1 répondant); ainsi qu'un soutien accru au niveau des ressources humaines et financières (1 répondant).

- En second lieu, une autre question proposait aux répondants d'organismes partenaires d'exprimer des **commentaires sur ce qui rend difficile la participation des organisations au projet BBBB** (Q 20P).

Les **éléments rendant difficile la participation identifiés par les répondants d'organismes points de chute** étaient : l'obligation de manipuler et transvider les boîtes afin de les garder au point de chute, pour un point de chute desservant deux autres organismes (1 répondant), le fait de ne pas disposer de financement pour ce projet qui « demande beaucoup de temps à gérer » (1 répondant), le fait de ne pas avoir le local nécessaire (1 répondant), le non-respect de

l'horaire de livraison (1 répondant), le fait que les fruits et légumes soient parfois « pourris » (1 répondant), la difficulté, parfois, de « justifier la quantité par rapport au prix » (1 répondant), la « façon de collecter » les clients avant la livraison, c'est-à-dire « l'avance d'argent au livreur » par le point de chute et le remboursement par la suite par les clients qui « ne peuvent pas donner l'argent avant » (1 répondant).

Quant aux **éléments rendant difficile la participation identifiés par les répondants d'organismes « autres »**, ils étaient : « des difficultés majeures au niveau des communications avec certains partenaires, notamment de soutien technique et de soutien dans le développement du projet » (1 répondant), « la grandeur de la région impliquant de longues distances à parcourir » (1 répondant), « le partenariat entre les Laurentides et Lanaudière dans l'organisation des services » (1 répondant) et le fait que ce projet comporte « trop d'exigences » (1 répondant).

- En complément à ce sous-thème, on peut noter également que deux **répondants de points de chute**, parmi ceux des organisations partenaires, ont identifié respectivement comme étant le **principal apport** de leur organisme au projet BBBB (Q12P, tableau 3 de l'annexe 3), parmi cinq choix de réponses proposés, « des locaux adéquats » et « des bénévoles dynamiques et efficaces ».

3.1.5.2 La participation des bénévoles et employés

Deux questionnaires comportaient des questions sur la participation des bénévoles et employés. Il s'agit de celui visant les représentants d'organismes partenaires et de celui adressé aux bénévoles et employés. Dans le premier, le point de vue plutôt extérieur des répondants sur deux aspects de cette participation (les relations impliquant les bénévoles et employés et l'adéquation de leur nombre) se traduisait par une appréciation soit unanime, soit majoritairement positive. Quant au second questionnaire, il permettait de documenter plus à fond, à partir du point de vue des bénévoles et employés eux-mêmes, d'autres aspects de leur participation au projet BBBB : leurs intentions de participation future, le principal élément d'appréciation de cette participation, ainsi que les éléments la favorisant et la limitant. À ce dernier égard, la difficulté de recrutement des bénévoles et employés s'est démarquée. Par ailleurs, ce constat marquait un certain contraste par rapport à l'observation selon laquelle le climat de travail semblait plutôt apprécié.

On peut noter, en ce qui concerne le nombre de bénévoles et employés, que les répondants aux deux questionnaires tendaient à présenter des opinions sensiblement aussi partagées. Dans les deux groupes, en effet, une partie relativement importante d'entre eux (le quart et près du tiers) ont jugé que ce nombre n'était pas adéquat.

- Dans le questionnaire adressé aux représentants d'**organismes partenaires**, deux questions peuvent être associées au sous-thème de la participation des bénévoles et employés au projet BBBB. Elles peuvent l'être par le biais particulier des relations développées et entretenues par les bénévoles et employés (Q9P, tableau 4 de l'annexe 3) et de l'adéquation de leur nombre (Q10P, tableau 42 de l'annexe 3).

Parmi les répondants de ce groupe, 22 personnes se sont prononcées sur **les relations entre les bénévoles ou employés et la personne responsable du projet BBBB au point de chute** (Q9P, tableau 4 de l'annexe 3). De ce nombre, 13 étaient associées à un point de chute. Toutes (22/22) jugeaient que ces relations s'étaient « plutôt bien » ou « très bien » déroulées.

De même, l'aspect des **relations entre les bénévoles ou employés au point de chute** (Q9P, tableau 4 de l'annexe 3) a été évalué par 21 répondants des organismes partenaires, dont les 13 associés à un point de chute. Tous étaient d'avis que ces relations s'étaient « plutôt bien » ou « très bien » déroulées.

En ce qui concerne l'adéquation du nombre de bénévoles ayant participé surtout aux activités de distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute (Q10P, tableau 38 de l'annexe 3), les répondants des organismes partenaires ont exprimé des opinions un peu partagées. Ainsi, sur les 20 répondants qui ont donné un avis à ce sujet, 15 ont affirmé qu'il était « plutôt adéquat » ou « tout à fait adéquat » et 5 ont dit qu'il était « plutôt inadéquat ».

- Dans le groupe des **bénévoles et employés**, plusieurs éléments avaient été proposés à l'appréciation des répondants à propos de l'adéquation des services de distribution des boîtes de fruits et légumes (Q6B, tableau 39 de l'annexe 3). Parmi ces éléments, **le nombre de bénévoles** est le seul qui rejoint le thème de leur participation. C'est aussi celui qui a été jugé le moins favorablement. En effet, 4 répondants étaient d'avis que ce nombre était « plutôt inadéquat » et 2 autres, qu'il était « tout à fait inadéquat ». On peut noter que les répondants insatisfaits étaient tous rattachés à des points de chute. Cela dit, 13 répondants ont tout de même considéré cet aspect « plutôt adéquat » ou « tout à fait adéquat ».

On remarque, par ailleurs, que tous les répondants (24) ont affirmé leur propre intention de participer à nouveau à la préparation ou la distribution des boîtes du projet BBBB (Q8B, tableau 40 de l'annexe 3).

En ce qui concerne le principal élément apprécié dans leur participation à la préparation et à la distribution des boîtes du projet BBBB (Q7B, tableau 41 de l'annexe 3), une majorité de répondants (15/24) ont retenu le sentiment d'aider à améliorer les habitudes de vie dans leur milieu.

- Par ailleurs, les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont été invités à formuler des commentaires sur **ce qui facilite la participation des employés ou bénévoles** au projet BBBB (Q15B). Parmi eux, 14 ont répondu à cette question. Toutefois, dans plusieurs cas, il s'agissait de commentaires généraux sur le projet lui-même ou certains de ses aspects spécifiques (résultats reportés, selon le cas, à la section 3.1.6 ou 3.1.8).
De façon générale, des répondants ont mentionné le fait que le travail pour le projet BBBB se faisait « dans la bonne humeur » ou dans une « bonne ambiance », notamment grâce à la chargée de projet. D'autres ont affirmé que les employés étaient « satisfaits du projet » ou encore « contents de voir des gens satisfaits ».

Mis à part l'ambiance et la bonne humeur, le principal facteur facilitant la participation des employés ou bénévoles identifié par les répondants était : le fait de pouvoir acheter eux-mêmes des aliments à faible coût, voire le choix de « cibler des personnes qui ne sont pas capables de se payer une boîte et leur en donner une en échange de temps bénévole ».

- Les répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont aussi été invités à exprimer des commentaires sur **ce qui rend difficile la participation des employés ou bénévoles** au projet BBBB (Q16B). Sur cette question également, 14 répondants se sont prononcés. Comme à la question précédente, certains répondants ont fourni des réponses qui glissaient vers des aspects plus généraux de leur appréciation du projet BBBB (résultats reportés à la section 3.1.6).

De façon générale, des répondants ont signalé la **difficulté de recruter des bénévoles** pour ce projet, en raison notamment de « *la distance sur le territoire* », qui fait que c'est « *difficile pour les bénévoles de se déplacer* »⁵. Il a été mentionné également que la livraison aux deux semaines, « *ça revient souvent* » pour les bénévoles. En outre, un répondant a mentionné que le nombre limité de bénévoles empêchait d'« *augmenter le volume* » des boîtes offertes. Un autre a suggéré de « *faire de la pub* » pour aider à remédier à cette situation. Un autre encore a précisé que les personnes disponibles pour ce type de bénévolat avaient « *des enfants à s'occuper le jour* » et qu'il n'était pas possible à l'organisme de « *s'en occuper pour eux* ».

D'autres répondants ont fait état des **exigences particulières** et des **conditions de travail** associées au projet BBBB. Il a été mentionné que ce travail nécessitait de la force physique, notamment pour faire des « *manipulations difficiles* » et étant donné que « *les boîtes sont lourdes* ». Un répondant a précisé que c'était une chance, à cause de cela, de pouvoir compter sur le travail de détenus à l'entrepôt des Laurentides. Un autre a signalé l'intérêt qu'il y aurait à ce que le livreur soit accompagné d'un « *helper* », afin que les personnes au point de chute n'aient « *pas à forcer après les boîtes* ». Pour sa part, un répondant a parlé du froid ambiant à l'entrepôt, qui constituait, selon lui, une autre condition difficile.

3.1.5.3 La participation des clients

Seuls les répondants du groupe des clients ont répondu à des questions ayant trait à leur propre participation au projet BBBB. Il s'agissait essentiellement de deux questions ouvertes (qualitatives) visant à identifier les éléments qui, à leur avis, pouvaient faciliter et limiter cette participation. Dans les deux cas, la plupart des éléments mentionnés concernaient le volet de la distribution des boîtes de fruits et légumes. Ils pouvaient prendre la forme d'avantages ou d'incitatifs à participer ou encore d'aspects particuliers nécessitant une amélioration du point de vue des répondants. Les éléments identifiés étaient de différentes natures (logistique, fonctionnelle, économique, informationnelle, etc.) et ceux qui étaient considérés comme des limitations semblaient demeurer dans le registre de l'amélioration possible. Cela dit, il demeure difficile de déterminer lesquels de ces éléments facilitants et limitants se rapportent à des particularités propres aux milieux et lesquels sont plutôt attribuables à des préférences personnelles des individus répondant aux questions.

⁵ Noter que cette information en complète d'autres, présentées à la section 2.1.2.2 et portant spécifiquement sur le recrutement des bénévoles et employés.

- Une cinquantaine de répondants ont fait des commentaires sur ce qui, à leur avis, **facilitait la participation des personnes et des familles au projet BBBB** (Q12C). La plupart portaient sur le volet de la distribution des boîtes de fruits et légumes et rejoignaient parfois des réponses à propos de l'adéquation des services (3.1.6). Ces commentaires étaient les suivants : le projet donnait **la possibilité d'essayer, de découvrir de nouveaux fruits et légumes** (13 répondants); **les recettes étaient appréciées** et elles permettent d'apprendre à apprêter de nouveaux légumes (10 répondants); on appréciait **le coût jugé moins cher qu'à l'épicerie** et **le rapport qualité-prix** (6 répondants), mais un répondant considérait que, si le prix était « *un peu plus bas* », le projet rejoindrait « *plus de familles* »; le projet permettrait aux clients de **manger plus de fruits et légumes** (4 répondants); on appréciait **la proximité du point de chute** (2 répondants), ainsi que le **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** (2 répondants); le projet permettait d'**apprendre des choses**, par exemple sur les valeurs nutritives (2 répondants). De plus, pour un répondant, le projet apparaissait rassembleur. Selon un autre, il rendait beaucoup service à la communauté, notamment aux personnes démunies. D'après un autre encore, il permettait de « *changer la mentalité des fruits et légumes parfaits* ».
- Puis, les participants ont été plus nombreux à faire des commentaires sur ce qui, de leur point de vue, **rendait difficile la participation des personnes et des familles au projet BBBB** (Q13). En effet, 70 personnes ont émis des commentaires à ce sujet. Comme pour la question précédente, la plupart concernaient le volet de la distribution des boîtes de fruits et légumes et certains rejoignaient les thèmes de l'adéquation des services (3.1.6) et des produits (3.1.7).

Plusieurs répondants ont exprimé leur préférence pour une distribution hebdomadaire plutôt qu'aux deux semaines (22 répondants). L'un d'eux parlait surtout de la période estivale, lors de laquelle on trouve une plus grande abondance de fruits et légumes. Un autre constatait qu'une distribution aux deux semaines faisait « *perdre de la fraîcheur* » et qu'il serait donc préférable d'acheter « *des plus petites boîtes, mais chaque semaine* ».

Des répondants ont signalé que le nombre de boîtes disponibles était insuffisant pour répondre aux besoins (2 répondants) ou ils s'inquiétaient de priver des personnes défavorisées du service s'ils achetaient des boîtes en ayant un revenu plus élevé (2 répondants). Selon certains, la publicité ne serait pas claire à propos des personnes qui peuvent participer au projet (2 répondants).

Il serait difficile de rejoindre les personnes défavorisées avec ce projet, soit parce que celles-ci « *n'avaient pas les sous* » (1 répondant), soit parce que les produits offerts ne correspondaient pas à leurs habitudes alimentaires (1 répondant). Ou encore, il serait difficile de les convaincre de s'inscrire à ce projet exigeant une certaine « *ouverture d'esprit* » (2 répondants).

Selon certains répondants, il y aurait un manque de publicité sur le projet (6 répondants). Selon l'un d'eux, la publicité se ferait de bouche à oreille. D'après un autre, malgré une bonne publicité par dépliants, les intervenants ne vendraient pas le projet.

La variété des fruits et légumes est apparue problématique pour certains. Soit qu'ils l'ont trouvée trop limitée, par exemple parce qu'ils avaient trop d'un même produit, notamment des légumes racines ou trop de certains légumes moins couramment consommés, tels des panais, céleris raves, betteraves (4 répondants). Ou encore, ils jugeaient qu'on leur fournissait un nombre trop limité de certains produits, comme des fruits appréciés pour les lunchs (1 répondant). D'après un répondant, la variété des produits s'était améliorée après qu'il ait mentionné retrouver souvent « *les mêmes choses* » dans sa boîte.

Des répondants ont considéré que la quantité des fruits et légumes obtenus n'était pas adéquate. Pour certains, c'était en fonction des besoins alimentaires du ménage (pas assez de fruits notamment ou contenu jugé insuffisant pour les familles ou trop volumineux pour une personne seule) ou en fonction des ingrédients nécessaires pour les recettes suggérées (9 répondants). Pour d'autres, c'était par rapport au **coût** (3 répondants). Ces derniers se référaient notamment à une comparaison avec les spéciaux des épiceries.

Un répondant a jugé que le coût des boîtes était en lui-même trop élevé. Par contre, un autre soulignait que ces boîtes étaient plus avantageuses économiquement que les « *paniers bio* ».

Des répondants ont parlé du fait de ne pas connaître d'avance le contenu des boîtes. De leur point de vue, cela pouvait déplaire à certains ou compliquer la planification des repas, des achats à l'épicerie ou des budgets (5 répondants).

Les heures d'ouverture ont été considérées inadéquates, notamment, pour les clients qui travaillent de jour (4 répondants).

Des répondants ont signalé qu'ils n'avaient pas obtenu certaines informations sur le fonctionnement du projet, dont la possibilité de changer de format de boîte ou celle de ne pas être obligé d'en commander à chaque livraison (4 répondants).

Des répondants ont considéré que l'obligation de payer d'avance les boîtes constituait un obstacle pour certains clients potentiels, notamment des familles ayant des restrictions budgétaires (3 répondants). En outre, cette difficulté générerait des retardataires et causerait « *un chiard* » avec les personnes « *qui ont de la misère* ». Un autre faisait remarquer que les dates de livraison ne correspondaient pas toujours avec les dates des chèques d'aide sociale, ce qui pouvait « faire diminuer la demande » pour les boîtes.

Un manque de ponctualité du camion de livraison, lors du moment prévu de la distribution des boîtes, a été déploré, ainsi que le « *manque de stabilité dans l'arrivée des boîtes* », autrement dit le fait qu'on « *changerait souvent d'heure* » (3 répondants). Un des répondants déplorait que les clients n'auraient pas été avertis quand un changement d'heure de livraison avait été décidé, au début de l'année.

Des répondants ont fait état d'un problème de transport (3 répondants), notamment pour des personnes n'ayant pas d'auto ou d'un manque de stationnement autour du point de chute au moment où ils doivent aller chercher leurs boîtes (2 répondants). Pour résoudre ces problèmes, l'un d'eux recourait parfois aux services d'un ami disposant d'une auto et un autre a suggéré la possibilité d'organiser des livraisons à domicile moyennant un coût supplémentaire.

Des répondants ont mentionné que ce projet donnait beaucoup de travail aux personnes du point de chute qui avaient « *beaucoup d'autres choses à s'occuper* » (2 répondants).

Des répondants ont exprimé le souhait que soit implanté un point de chute plus rapproché de leur domicile (2 répondants). L'un d'eux précisait qu'il devrait y en avoir un à Terrebonne (secteur Lachenaie) ou Joliette.

La possibilité de participer aux autres activités portant sur l'alimentation est apparue limitée pour certains répondants (11 répondants). Ils expliquaient notamment leur non-disponibilité par un manque de temps ou le fait qu'ils travaillaient au moment de ces activités. Un répondant a suggéré de faire coïncider une activité comme une dégustation avec une livraison de boîtes.

Certains commentaires ou suggestions ont été formulés par un seul répondant. L'un d'eux a émis le souhait qu'une boîte de format supérieur à la plus grosse présentement disponible soit offerte. Il s'agissait de mieux répondre aux besoins de ménages de 4 personnes et plus consommant beaucoup de fruits et légumes. Un autre a suggéré l'achat en commun pour des clients potentiels qui jugeraient le coût d'une boîte trop élevé pour leurs moyens. Un autre a fait état d'un « *embourbement* » au moment où les clients vont chercher leurs boîtes. Dans le même sens, un répondant signalait qu'il manquait d'espace au point de chute pour le projet BBBB. Un autre a déploré qu'il « *manquait une livraison* » dans le temps des fêtes. Un autre a mentionné que le temps de cuisson indiqué dans les recettes n'était pas toujours adéquat.

3.1.6 L'adéquation des services

Les trois questionnaires comportaient des questions à propos de l'adéquation de quelques aspects spécifiques des services de distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute. Dans les trois cas, il ne s'agissait pas nécessairement des mêmes aspects. Toutefois, ceux abordés avec les représentants d'organisations partenaires et avec le groupe des bénévoles et employés étaient relativement semblables, notamment en ce qui concerne le moment de la distribution, ainsi que les installations et équipements utilisés. Pour tous ces aspects, une majorité de répondants des deux groupes ont émis une appréciation favorable. Quant aux aspects abordés auprès des clients, ils étaient plus nombreux et parfois plus spécifiques à leur perspective propre et ils se rapprochaient davantage d'une appréciation de leur satisfaction à l'égard des services obtenus. Dans l'ensemble, leur appréciation était plutôt favorable en ce qui concerne la plupart des aspects abordés. On note cependant un peu plus d'insatisfaction à propos de la distribution aux deux semaines et du moment de la distribution.

- Dans le questionnaire administré aux répondants des **organisations partenaires**, quatre aspects spécifiques de la distribution des boîtes étaient soumis à l'appréciation des répondants (Q10P, tableau 38 de l'annexe 3). Il s'agit du **moment de la distribution** (journée, heure), du **lieu de cette distribution** (local, organisme, situation géographique), des **installations utilisées pour la réception et la distribution** des boîtes, ainsi que des **équipements utilisés pour leur transport et leur manutention**.

Dans l'ensemble, la plupart des 21 à 23 répondants (selon les aspects) qui se sont prononcés ont émis des avis favorables, en jugeant que ces aspects étaient « tout à fait adéquats » ou « plutôt adéquats ». Dans les quatre cas, par contre, un ou deux répondants ont considéré que chacun de ces aspects était « plutôt inadéquat ».

- Parmi les répondants du groupe des **bénévoles et employés**, une majorité d'entre eux ont jugé que **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 (journée, heure)** étaient « tout à fait adéquats » ou « plutôt adéquats » (Q6B, tableau 39 de l'annexe 3).

Par contre, pour chacun des trois éléments du paragraphe précédent, un ou des répondants étaient d'un avis moins favorable. Ainsi, un répondant a jugé que les équipements utilisés pour le transport et la manipulation des boîtes étaient « tout à fait inadéquats ». Par ailleurs, 2 répondants ont trouvé « plutôt inadéquat » le moment de la distribution et 2 répondants également ont porté le même jugement sur les installations utilisées pour la réception et la distribution des boîtes.

Parmi les commentaires exprimés concernant le projet BBBB (Q16B), plusieurs répondants ont parlé du moment de la livraison qui avait été problématique. Il a été question d'un changement de journée, du jeudi au mercredi, qui s'était avéré inadéquat pour un organisme, compte tenu de ses autres activités. D'autres ont déploré un manque de ponctualité du camion de livraison. Cette situation ne tiendrait pas compte, parfois, des disponibilités des employés ou bénévoles sur place et elle constituerait un dérangement pour les clients qui doivent revenir chercher leur boîte à un autre moment. Quelques répondants ont critiqué la quantité ou la qualité des fruits et légumes dans les boîtes et suggéré que leur contenu soit vérifié avant la livraison. D'autres ont signalé que le nombre de boîtes disponibles ne permettait pas de répondre à la demande.

D'autres commentaires sur le projet concernaient plutôt ses infrastructures ou la mécanique de fonctionnement liée à celles-ci. Des répondants ont souhaité le développement de plus de points de chute, ainsi que la création d'un entrepôt dans Lanaudière. Ce dernier élément permettrait, selon un répondant, d'éviter les manipulations trop nombreuses à l'entrepôt de Montréal et à celui des Laurentides. Il permettrait aussi de remédier à l'espace trop limité disponible à l'entrepôt des Laurentides et à la « nuisance » que le projet BBBB pouvait représenter pour Moisson Laurentides, même si ses bénévoles y font « une qualité de travail bonne et propre ». Un répondant a signalé aussi l'attente subie à l'entrepôt de Montréal et le fait que les commandes n'y soient « pas prêtes », ce qui « coûterait cher à BBBB ».

Par ailleurs, des répondants du groupe des bénévoles et employés ont exprimé des commentaires concernant des améliorations envisagées ou réalisées afin d'améliorer le fonctionnement du projet dans leur propre organisme (Q15B). L'un d'eux a mentionné des intentions personnelles précises en ce sens. Il était question de « *développer un mémo pour le paiement des clients qui sont souvent retardataires ou qui paient la moitié* ». Il envisageait également de limiter les heures d'ouverture pour la récupération des boîtes par les clients, lors de la livraison, parce que « *passer toute la journée là, jusqu'à 5 heures, c'est long* ». Un autre répondant a signalé une amélioration déjà mise en place. Selon lui, l'arrivée du camion à 9 h 30 plutôt qu'à 8 h 30 permettait que plus d'une personne soit présente pour accueillir les boîtes.

- Les répondants du groupe des **clients** ont, pour leur part, donné une appréciation concernant **l'adéquation de cinq aspects en lien avec la distribution** des boîtes de fruits et légumes (Q7C, tableau 45). Dans l'ensemble, une majorité de répondants ont jugé favorablement l'adéquation de chacun de ces aspects. Ainsi, au moins 84/91 des répondants ont considéré comme étant « tout à fait adéquats » ou « plutôt adéquats » : l'accueil par les bénévoles ou employés au point de chute, les locaux où sont distribuées les boîtes, 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, par contre, que 5 répondants ont trouvé « plutôt inadéquate » la distribution aux deux semaines. De même, 3 répondants étaient d'avis que le moment de la distribution était « plutôt inadéquat » et un autre l'a jugé « tout à fait inadéquat ». Un répondant considérait aussi que l'endroit (lieu géographique) où est situé le point de chute était « plutôt inadéquat ».

- Par ailleurs, les répondants du **groupe des clients** ont aussi fait part de leur **niveau de satisfaction concernant deux autres aspects de la distribution** des boîtes de fruits et légumes. Il s'agit de **la possibilité d'obtenir près de chez eux des fruits et légumes de qualité** et de **la possibilité de contribuer à de bonnes habitudes alimentaires**. Dans les deux cas, la majorité des répondants (respectivement 81 et 80 sur 91) se sont dits « très satisfaits » ou « plutôt satisfaits ».

Un répondant a aussi ajouté **un autre élément** à l'égard duquel il souhaitait exprimer sa grande satisfaction. Il s'agissait des recettes, qu'il trouvait « *géniales* ».

3.1.7 L'adéquation des produits

Dans les trois questionnaires, des questions portaient sur l'adéquation des produits. Ce sont sensiblement les quatre mêmes aspects qui ont été abordés à ce sujet auprès de chacun des groupes d'acteurs, soit la qualité, la quantité, la variété et le rapport qualité-prix (ou coût) des fruits et légumes. De façon générale, une majorité des répondants de chaque groupe a jugé plutôt favorablement chacun de ces aspects. On note toutefois un peu plus d'opinions défavorables à propos de la quantité des fruits et légumes, de la part des répondants des organisations partenaires et du groupe des bénévoles et employés.

- L'adéquation de quatre aspects des produits a été jugée par les répondants des **organisations partenaires**. Ce sont la **quantité** de fruits et légumes, leur **qualité**, leur **variété**, ainsi que leur **rapport qualité-prix**. Dans tous les cas, l'appréciation de la majorité des 24 ou 25 répondants (selon l'aspect) était favorable, puisqu'ils ont jugé ces aspects « plutôt adéquats » ou « tout à fait adéquats ».

Des répondants ont par contre exprimé des opinions moins positives pour trois de ces aspects. Ainsi, 5 répondants ont considéré que la **quantité** de fruits et légumes était « plutôt inadéquate ». Il en a été de même pour 3 répondants à l'égard de leur **qualité** et de 2 répondants au sujet du **rapport qualité-prix**.

- Parmi le groupe des **bénévoles et employés**, 23 répondants ont trouvé que **la qualité des fruits et légumes** et le **rapport qualité-prix** (Q6B, tableau 39 de l'annexe 3) étaient « tout à fait adéquats » ou « plutôt adéquats ». Un seul répondant était d'avis que la qualité des produits était « plutôt inadéquate ». On peut noter que tous les répondants de ce groupe étaient invités à se prononcer, qu'ils aient été ou non en lien direct avec ces éléments.

En ce qui concerne la **variété** des fruits et légumes, 22 répondants parmi les bénévoles et employés l'ont jugée « tout à fait adéquate » ou « plutôt adéquate ». Par contre, un répondant l'a trouvée « plutôt inadéquate ».

Quant à **la quantité de fruits et légumes**, 19 répondants ont trouvé qu'elle était « tout à fait adéquate » ou « plutôt adéquate ». Par contre, 4 répondants l'ont jugée « plutôt inadéquate ».

- Quant aux répondants du groupe des **clients**, l'adéquation des produits a été abordée dans la perspective de leur **satisfaction à l'égard des achats de boîtes** de fruits et légumes qu'ils avaient personnellement effectués dans le cadre du projet BBBB (Q8C, tableau 43 de l'annexe 3). Cette fois encore, une majorité de répondants (dans tous les cas, au moins 87/91) ont témoigné de leur satisfaction à l'égard de chacun de ces éléments que sont la **qualité** des fruits et légumes, leur **quantité** dans chaque boîte, leur **variété** ainsi que le **coût** des boîtes.

3.1.8 La satisfaction globale à l'égard du projet BBBB

Parmi les répondants aux trois questionnaires, certains ont formulé des **commentaires généraux** ou encore **des suggestions ou des souhaits** à l'égard de ce projet. Ils ont, en fait, profité pour cela de l'espace attribué à la question sur ce qui pouvait faciliter la participation au projet. Dans l'ensemble, tous les commentaires généraux s'avéraient positifs. Quant aux suggestions ou souhaits, ils prenaient la forme d'ajouts mineurs possibles, ne remettant aucunement en question les fondements ou le fonctionnement général du projet.

- D'abord, un répondant représentant une **organisation partenaire** a affirmé (Q19P) : « *Je ne peux rien dire, je suis vendu à l'idée d'offrir un produit de qualité aux citoyens de ma communauté et de promouvoir de saines habitudes alimentaires, et ce, à bon compte.* »

- À propos du **projet BBBB lui-même**, des répondants du groupe des **bénévoles et employés** ont formulé quelques commentaires généraux (Q15B). Certains ont simplement affirmé, de façon générale, qu'il « *allait bien* ». Quelqu'un a mentionné que ce projet « *ressemblait au principe d'Équiterre* » et qu'il était « *intéressant* ». D'autres ont identifié des **effets positifs de ce projet**, tels que : permettre aux « *gens de l'organisme d'avoir des fruits et légumes à cuisiner* », « *attirer de nouveaux clients pour les autres services de l'organisme* », ainsi que constituer une « *aide pour l'emploi pour les jeunes* ».

Des répondants ont aussi formulé des **souhaits ou suggestions** à l'égard du projet BBBB, tels que mis en œuvre dans leur milieu. Il a été question surtout de suivre l'exemple de Montréal et montrer le projet à « *des autobus de jeunes pour les sensibiliser* » et également de développer les autres activités afin de contribuer à ce que « *les gens apprennent à mieux manger* ».

- Puis, parmi les répondants du groupe des **clients du projet BBBB**, les commentaires suivants ont été relevés (Q12C) :

Plusieurs ont simplement affirmé que « *tout était ok* », que « *tout allait bien* », qu'ils « *aimaient beaucoup* » ou « *appréciaient* » le projet, qu'ils le trouvaient « *intéressant* » ou encore qu'ils en étaient « *satisfaits* » (19 répondants). Un autre appréciait le fait que « *ça ne soit jamais pareil* ». Un autre mentionnait que les boîtes de plastique étaient « *bien parce qu'elles protègent bien les légumes* ».

Un répondant a dit souhaiter qu'il y ait un entrepôt dans Lanaudière. Un autre disait souhaiter qu'il y ait des boîtes « *plus grandes que les grandes* ». Un autre suggérait que le point de chute dispose d'une ou deux boîtes de surplus, afin de rendre possibles les échanges.

3.2 Résultats de l'analyse des groupes de discussion

De même qu'à la section précédente, cette deuxième section, consacrée aux résultats de la première année d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, porte également sur des points de vue exprimés par les trois mêmes groupes d'acteurs. Il s'agit toujours des organisations partenaires du projet BBBB, de ses employés et bénévoles, ainsi que de ses clients. L'analyse présentée demeure essentiellement descriptive.

3.2.1 La concertation et la planification du projet

Les représentants d'organisations partenaires sont apparus comme étant les seuls en mesure de discuter en toute connaissance de cause des aspects relatifs à la concertation et à la planification du projet. C'est pourquoi ces thèmes n'ont pas été discutés dans les deux autres groupes de discussion.

En premier lieu, les participants ont livré leurs points de vue sur la phase de **l'élaboration du projet**. Dans l'ensemble, il s'agissait d'opinions positives, quels que soient les aspects abordés.

- D'entrée de jeu, ils ont expliqué qu'à cette étape, **deux comités** avaient été formés : un « *grand comité* », puis un « *comité de travail* » ou « *comité de coordination* », composé de quelques membres du grand comité. À travers beaucoup de « *réunions rapides* », ce dernier accomplissait

un « *travail plus serré* », consistant notamment à « *aller chercher les subventions, rédiger et tout ça* » et également à réfléchir et organiser les « *questions de logistique* », qu'un informateur appelait « *la poutine de comment on fait les boîtes* » (chaîne de montage, etc.). D'après les participants, l'articulation entre les deux comités se serait faite sans difficulté particulière, le comité de coordination ayant obtenu du grand comité toute la latitude nécessaire pour ne pas avoir à valider auprès de lui tout son travail, dont les documents produits en vue de la recherche de financement. Il semble ainsi que, le plus souvent, le grand comité était « *informé* » des décisions prises et des actions réalisées par le comité de coordination.

- En tenant compte de cette situation, selon laquelle on réservait surtout au grand comité les « *orientations générales* » du projet, les participants considéraient que **la communication** s'était plutôt bien déroulée entre les partenaires à cette phase d'élaboration. Il en était de même pour **la circulation de l'information** bien que, selon un informateur, c'était là « un défi en soi, par rapport à une structure qu'on met en place ». Ainsi, selon lui, il avait fallu décider « *comment on ramène ça en haut* » et définir « *qu'est-ce qui est validé, qu'est-ce qui est approuvé, qu'est-ce qui est adopté* », ainsi que « *toutes ces procédures-là* ».
- De façon générale aussi, les informateurs étaient d'avis que **la concertation** s'était bien déroulée dans l'élaboration de ce projet, même si l'un d'eux laissait entendre que, dans les projets financés par « *certain bailleurs de fonds* », notamment par Québec en forme, les exigences de ce dernier (rapports à produire rapidement, etc.) pouvaient constituer un « *frein* » ou un « *irritant* » à la concertation. Celle-ci, normalement, demanderait du temps « *qu'on n'a pas nécessairement tout le temps* ». De son point de vue, au contraire, la rapidité du processus exigé par le bailleur de fonds faisait en sorte que des partenaires ne « *savaient pas ce qui se passait, le comment, le pourquoi* » de décisions qui avaient été prises entre les rencontres du grand comité. Et cet état de fait aurait limité la possibilité, pour certains, de « *bien s'assimiler tout tout le projet* ».
- Au sujet du **partage des rôles**, les informateurs ont considéré que les partenaires, notamment les membres du comité de coordination, avaient « *joué leur rôle* » et « *bien travaillé ensemble* » et que « *c'était positif* ». En outre, il a été souligné que la personne représentant l'organisme « porteur » ou « *fiduciaire* » du projet avait « *tenu bien fort le crayon* » en vue de rédiger les documents et demandes de subvention et afin de s'assurer que le comité « *livre les choses* ». Dans cette foulée, les autres partenaires semblent avoir reconnu un « **leadership** » du projet à la TPDSL et aucun des informateurs n'a formulé de suggestions ayant pu permettre que « *les rôles aient été mieux partagés* ». On peut noter que, selon un autre informateur, un partenaire comme l'UPA avait joué un rôle limité dans l'élaboration du projet. Il s'agissait dans ce cas de « *donner des idées* » en vue de tenir compte de la « *vision de l'achat local* ».

En second lieu, les informateurs ont discuté de la phase plus concrète de **la mise en œuvre du projet**. À cette étape, de leur point de vue, des difficultés seraient apparues, mais elles n'auraient pas empêché la réalisation du projet.

- Les informateurs ont d'abord fait état d'une transformation de la situation et des besoins en ce qui concerne le **partage des rôles** et la **prise en charge du leadership**. L'un d'eux a mentionné que les partenaires du projet, aussi bien que les membres du comité de coordination, tenaient maintenant moins de rencontres. Ils seraient devenus, dans l'ensemble, « *moins présents* » dans ce projet. Un informateur a, pour sa part, déploré ne pas avoir assisté à un « *transfert de leadership* » vers le chargé de projet embauché grâce au financement obtenu et en vue de la mise en œuvre du projet. À son avis, ce mouvement aurait facilité le travail, alors que « *dans le feu de l'action, il y avait des problématiques et des feux à éteindre* ». De son point de vue, le fait de « *ne pas trop savoir c'est qui* », qui assumait le leadership avait pu « *créer des insatisfactions* », lesquelles avaient pu parfois même « *dégénérer en conflit* ». Il aurait fallu, ainsi, que la personne occupant la fonction de chargée de projet « *s'approprie le projet au point qu'on sente qu'elle était en contrôle vraiment* », de manière à ce que « *les partenaires puissent se retirer tranquillement* ». Pour sa part, il n'avait « *jamais senti que la personne chargée de projet était en contrôle à 100 %* ». Ce point de vue n'était pas partagé par tous les informateurs. Pour l'un d'eux, cet employé avait « *fait la job* » en « *menant à bien l'ouverture de quatorze points de chute* ». Plus encore, après avoir été accompagné au début par une personne de l'organisme porteur, la TPDSL, il se serait débrouillé par lui-même par la suite. Si bien que la personne de la TPDSL, qui n'était « *pas là à l'entrepôt pour voir comment ça se passait* », avait malgré tout l'impression que le chargé de projet « *menait bien* » et « *faisait bien les choses* ».
- Selon des informateurs, les difficultés vécues se seraient situées surtout au niveau des **communications** et des **relations interpersonnelles**. Apparemment, le chargé de projet aurait présenté de « *grosses faiblesses* » en ce domaine. Du point de vue d'un participant, ces difficultés auraient pu se traduire par des « *mésententes* », notamment avec des personnes de l'entrepôt, mais ces différends auraient découlé plus de « *la personnalité de la personne* » que de lacunes dans ses compétences. Un autre faisait remarquer qu'un « *conflit de personnalités* » entre une personne et dix autres, ça lui apparaissait particulier. Cela dit, les participants ont aussi souligné que, depuis l'embauche d'un nouveau chargé de projet, « *la communication* » ainsi que « *l'échange d'information* » serait significativement « *plus facile* » dans le contexte de l'entrepôt. De plus, on observerait un « *meilleur maillage* » entre ce projet et l'organisme hôte. Le tout serait attribuable, notamment, à une « *sensibilité relationnelle* » et à la « *capacité de gérer une équipe* » qu'on attribuait au nouvel employé de BBBB. Dans le même sens, un informateur d'un point de chute affirmait qu'il « *sentait bien aussi* » qu'une « *meilleure facilité de communication* » s'installait entre les points de chute et ce dernier. Il tenait à ajouter que le précédent chargé de projet n'était pas pour autant « *une mauvaise personne* ».

Un participant a mentionné, pour sa part, certains « *manques de communication* » ou problèmes observés dans la transmission d'informations des employés salariés de BBBB à des points de chute ou encore des responsables de points de chute à leurs employés ou bénévoles travaillant au projet. À titre d'exemple, il a parlé du soutien que pouvait offrir l'agente de développement de BBBB, qui n'était pas nécessairement connu par ces derniers.

- Les informateurs qui se sont prononcés à ce sujet considéraient que la **tâche à accomplir**, pour la mise en œuvre du projet, était assez immense. En outre, pour Moisson Laurentides, l'organisme dont une partie de l'entrepôt était prêtée à BBBB, ce dernier constituait quelque

chose de « *très lourde* » pour les personnes « à l'interne », notamment pendant la « *semaine de production* » des boîtes. Pour le chargé de projet, l'implantation de BBBB dans les régions de Lanaudière et des Laurentides avait consisté d'abord à mettre en place toute une organisation, de la chaîne de montage des boîtes dans l'entrepôt de Moisson Laurentides (qui servait toujours à d'autres finalités en parallèle) aux quatorze points de chute répartis dans deux régions. Avec du recul, des informateurs ont souligné que ce projet était un « *projet pilote* », puisque « *personne n'avait fait ça avant* » et que les partenaires ne savaient pas au départ que « *ça prenait autant de connaissances* ». Idéalement, la personne occupant le poste de chargé de projet aurait dû cumuler « *une connaissance du milieu alimentaire puis du milieu communautaire de l'aide alimentaire* », ce qui n'était apparemment pas le cas. On faisait remarquer, en passant, que le nouveau chargé de projet ne « *connaissait pas du tout l'alimentaire* » et qu'il n'avait « *aucune connaissance du communautaire* », mais qu'il avait « *beaucoup d'autres connaissances qui venaient appuyer son travail* ». Un participant a expliqué aussi qu'à son avis, le projet avait été abordé « *avec une approche traditionnelle de gestion de projet* » comportant des étapes, tout en « *sous-évaluant toute la logistique agroalimentaire* ». Par ailleurs, on aurait sous-estimé également, selon un autre informateur, les ressources humaines nécessaires vu « *l'ampleur du projet* », en souhaitant ainsi « *faire plus avec moins* ». Dans le même sens, un informateur était d'avis qu'on aurait « *marié dans le fond dans un même poste deux affaires différentes* », soit une tâche de « *gestion plus générale du projet* » et une autre de « *logistique de faire et livrer les boîtes* ». D'après lui, pour occuper ces deux postes différents, ça aurait « *pris deux personnes quasiment totalement opposées* ». Finalement, les informateurs se sont entendus pour dire que le premier chargé de projet aurait « *fait un travail extraordinaire* » en assumant ce double poste et sur deux régions, avec les déplacements inhérents.

- On peut noter que, selon un informateur, du point de vue du bailleur de fonds, les organismes partenaires du projet BBBB devaient envisager une **prochaine phase** de son développement consacrée à un objectif de pérennité. Pour ce faire, ils devaient notamment, en comité, « *analyser bien les ressources humaines et matérielles* » nécessaires à ce projet.

3.2.2 La connaissance du projet

Le thème de la connaissance du projet BBBB a été abordé seulement dans deux groupes de discussion : celui des bénévoles et employés et celui des clients. Il s'agissait surtout de mettre en évidence, d'une part, l'origine de cette connaissance et les circonstances dans lesquelles ces deux groupes d'acteurs avaient entendu parler de ce projet. D'autre part, on s'intéressait à l'étendue de cette connaissance qu'ils avaient acquise.

- Dans le groupe des **bénévoles et employés**, les participants ont déclaré, selon les cas, qu'ils avaient **entendu parler du projet BBBB** lorsqu'ils avaient été recrutés pour y travailler ou lorsqu'ils avaient répondu à une offre d'emploi à ce sujet. Ceux qui avaient été recrutés l'avaient été directement par un responsable du projet ou un administrateur rattaché à une organisation point de chute. En outre, la FADOQ a constitué un intermédiaire pour certains bénévoles. Pour des employés, c'était Emploi-Québec qui avait permis de connaître le projet ou encore leur employeur qui les avait affectés à ce projet. Dans l'ensemble, toutes ces personnes ne connaissaient donc pas le projet BBBB depuis ses débuts.

En ce qui concerne *l'étendue de la connaissance* à propos du projet BBBB, de toute évidence, celle-ci variait selon les informateurs. Les bénévoles de l'entrepôt avouaient ne connaître de ce projet que ce qui se passait dans ce lieu de travail, mis à part le fait que les boîtes assemblées étaient ensuite distribuées dans des points de chute. Ils ont d'ailleurs appris lors du groupe de discussion que des bulletins d'information comportant des recettes étaient ajoutés au contenu des boîtes à leur arrivée dans les points de chute. Un informateur a montré une connaissance plus élargie du projet. Il a tracé un parallèle entre celui-ci et les paniers biologiques distribués par l'intermédiaire d'Équiterre; il a fait état de la recherche en cours d'un entrepôt dans Lanaudière, puis il a mentionné que la nutritionniste du projet (l'agente de développement) avait organisé des activités de dégustation dans des points de chute. Un autre informateur s'est souvenu que BBBB Lanaudière était copiée sur des projets semblables à Toronto, puis Montréal. En général, les informateurs ne savaient pratiquement rien de l'étape d'élaboration du projet ni des organisations partenaires qui y avaient pris part. En fait, il est apparu finalement que les employés du projet BBBB (chargé de projet, nutritionniste et camionneur) étaient ceux qui avaient une meilleure connaissance globale de celui-ci, même s'ils n'avaient pas été embauchés lors de son élaboration. Cette meilleure connaissance s'expliquait par les contacts qu'ils pouvaient avoir avec plus d'un des milieux avec lesquels le projet était associé : entrepôts montréalais et laurentien, points de chute, bureau de l'organisme promoteur.

- Pour *les clients, l'origine de la connaissance* du projet était différente. Tous les informateurs ont mentionné les dépliants distribués au départ pour inviter les citoyens à s'inscrire. Dans tous les cas, cette diffusion de l'information semble s'être faite par l'intermédiaire d'un organisme communautaire, par exemple un groupe de l'Âge d'or et souvent dans un contexte de réunion (conseil d'administration ou autre). Leur connaissance du projet BBBB est donc postérieure à l'époque de son élaboration.

Quant à *l'étendue de la connaissance* du projet BBBB qu'avaient les clients, elle apparaissait encore plus limitée que celle de la plupart des bénévoles. En fait, cette connaissance semblait se limiter, pour la plupart, au fonctionnement du point de chute et au contenu des boîtes achetées. Par contre, un informateur a mentionné avoir appris que le projet « *avait commencé aux Moissons de Montréal* », avant de se répandre « *au Québec au complet* ». Deux informateurs ont mentionné aussi que les fruits et légumes « *venaient des agriculteurs de la région* », et ce, pour « *acheter Canada* » et « *acheter Québec* » et ainsi réduire les « *dépenses de gaz et d'atmosphère* ». On peut noter que tous les informateurs de ce groupe ont affirmé ne rien savoir des organismes liés au projet BBBB, mis à part leur point de chute.

3.2.3 La motivation à participer au projet

La question de la motivation à participer au projet BBBB a été abordée dans le groupe de discussion des bénévoles et employés et dans celui des clients.

- *Les bénévoles et employés* ont mentionné comme *principale motivation initiale* à leur participation au projet BBBB le fait de « *permettre aux gens de bien ou mieux s'alimenter* ». Certains ont ajouté la dimension économique, ainsi que celui de la qualité et de la fraîcheur des fruits et légumes offerts, en comparaison de ce qu'offraient les épiceries locales. Des *raisons de*

poursuivre la participation au projet ont également été évoquées. Il s'agit notamment du plaisir de confectionner « *des super de beaux paniers* » et de la satisfaction exprimée par les clients. D'ailleurs, deux des informateurs avouaient être également eux-mêmes des clients satisfaits du projet.

- Pour ce qui est des **clients**, les **motivations exprimées pour s'inscrire** au projet BBBB étaient variées : l'accès à « *des légumes de toutes sortes* », leur origine régionale, leurs prix abordables en comparaison de ce qu'offraient les épiceries locales, le fait qu'on puisse se les procurer à proximité de chez soi, ainsi que la diffusion de recettes incluse dans les livraisons. Il a été mentionné également que le projet permettait d'améliorer ses habitudes alimentaires en mangeant « *plus de légumes* » ou d'en manger plus à un coût abordable. Un informateur préoccupé par les questions environnementales a avoué avoir hésité avant de s'inscrire au projet, étant donné que les produits offerts n'étaient pas biologiques. Pour les autres, aucune préoccupation environnementale préalable n'avait influencé leur choix de participer au projet. Par contre, des informateurs ont fait état de leurs préoccupations antérieures pour la saine alimentation qui pouvaient avoir contribué à leur décision de s'inscrire à BBBB. Selon les cas, ils ont mentionné que la consommation de fruits et légumes en grande quantité était associée à leur perception d'une alimentation saine, que c'était quelque chose à développer chez leurs jeunes enfants ou que c'était bénéfique pour une personne diabétique de la famille.

3.2.4 La connaissance des participants

Les informateurs de tous les groupes ont été invités à identifier les différents participants au projet BBBB, soit les organisations partenaires, les bénévoles et employés ainsi que les clients.

3.2.4.1 La connaissance des organisations partenaires

En ce qui concerne **les organisations partenaires**, les informateurs issus de celles-ci sont ceux qui en ont le plus abondamment discuté. À l'opposé, cette dimension du projet n'a pas été abordée dans le groupe des clients, considérant qu'ils connaîtraient sans doute peu de chose à ce sujet.

- Dans le groupe des **représentants d'organismes partenaires**, les informateurs ont d'abord retracé l'historique du projet. Des perspectives différentes ont émergé, notamment entre les représentants d'organisations présentes dès les balbutiements de la formulation du projet et un autre plutôt associé à son processus de financement. L'échange a alors permis de préciser que le projet conçu en partenariat par plusieurs organisations n'avait pas été élaboré en réponse à un appel de projets de Québec en forme. De l'avis des plus anciens partenaires, l'appel de projets de Québec en forme s'était plutôt présenté comme une des sources de financement possibles pour le projet déjà en cours d'élaboration de façon indépendante depuis plusieurs mois et ayant déjà choisi son fiduciaire, la TPDSL.

Puis, outre l'identification des différents partenaires ayant pris part à la démarche, les informateurs ont expliqué les rôles particuliers joués par chacun. L'un d'eux a mentionné que ceux-ci avaient participé à l'élaboration et à la mise en œuvre du projet « *à différents niveaux* », c'est-à-dire en étant, selon les cas « *plus ou moins actifs* ». Les participants ont, notamment,

expliqué comment Moisson Lanaudière s'était retiré du projet après avoir pris part aux premières rencontres. D'après eux, cet organisme avait expliqué ce retrait par sa mission de don plutôt que de vente de denrées alimentaires et par le manque d'espace disponible pour accueillir la production centralisée des boîtes de fruits et légumes. Quant à Moisson Laurentides, il a constitué un des partenaires de la première heure, sollicité parce qu'il était déjà en lien avec des organismes d'aide alimentaire de la MRC des Moulins. Contrairement à Moisson Lanaudière, il était disposé à accueillir dans son entrepôt, du moins pour la première phase d'implantation de BBBB, la production centralisée des boîtes. Parmi les autres partenaires mentionnés, dont la participation a été moins importante que prévu, il y a l'UPA des Laurentides, ainsi que le MAPAQ. Selon les informateurs, il s'agissait d'exemples d'organisations désireuses de s'impliquer de façon plus concrète quand leur expertise spécifique serait requise, plutôt que dans les réunions d'un comité de suivi. Pour le MAPAQ, plus précisément, un informateur s'attendait à ce qu'on sollicite son aide dans le « *déploiement* » futur du projet, soit au moment de mettre en place un entrepôt dans Lanaudière. Son expertise en matière agroalimentaire et en inspection des aliments était spécialement visée. En outre, un participant a ajouté qu'il faudrait idéalement qu'un nouvel organisme partenaire ayant une expertise dans le domaine alimentaire puisse être associé au futur entrepôt lanaudois. D'après lui, « *c'est un monde l'alimentaire* » et ce ne serait « *pas la job dans la vie* » de la TPDSL de « *faire de l'agroalimentaire* ».

Les informateurs issus d'organisations partenaires ont également raconté le processus de sélection des points de chute. Ils ont expliqué que la planification initiale avait dû être modifiée pour des raisons de logistique et de rationalité dans le tracé des circuits de distribution à partir de l'entrepôt des Laurentides. Ainsi, l'implantation du projet ne s'est pas faite comme prévu dans deux MRC la première année, puis deux supplémentaires la deuxième année, ainsi que deux dernières la troisième année. Selon les informateurs, les partenaires ont plutôt diffusé dans leurs réseaux respectifs (tables de concertation, coordonnateurs de Québec en forme, organisateurs communautaires, etc.), lors de rencontres, l'information à propos du projet BBBB qui allait s'implanter et du recrutement prochain de points de chute. Puis, une lettre aurait été envoyée par courriel et par la poste dans les MRC ciblées. Le comité des partenaires aurait ainsi constitué des « *listes d'attente* » de points de chute potentiels. Les informateurs ont expliqué que c'était à partir de cette liste d'organismes intéressés et de critères établis (non précisés lors de la discussion) qui étaient « *les mêmes pour les deux régions* », que les partenaires avaient sélectionné les premiers points de chute du projet BBBB Lanaudière-Laurentides.

- Dans le groupe de discussion des ***bénévoles et employés***, seuls les deux salariés de BBBB associés directement à son organisation et à sa planification ont été en mesure de parler des partenaires du projet. Ce sont le chargé de projet et l'agente de développement. Ils ont surtout identifié les principales organisations prenant part au comité des partenaires, sans préciser les rôles spécifiques joués par chacune. Les autres informateurs ont mentionné que la personne rattachée au projet BBBB qu'ils connaissaient le plus, mis à part celles qui étaient associées à leur point de chute, était le camionneur qui effectuait les livraisons de boîtes de fruits et légumes.

3.2.4.2 La connaissance des bénévoles et employés

Pour ce qui est des **bénévoles et employés**, on a observé que la connaissance de ces acteurs semblait dépendre des milieux où œuvraient principalement les informateurs. Selon les cas, ils étaient davantage en mesure de parler de ceux qui travaillaient au projet BBBB, soit dans sa planification globale, soit autour des entrepôts ou autour des points de chute.

- Les informateurs du groupe des **organisations partenaires** ont pu, notamment, expliquer comment avaient été recrutés les bénévoles et les employés du projet BBBB et en quoi consistaient leurs tâches respectives. Parmi eux, un informateur rattaché à l'organisme promoteur, la TPDSL, a raconté qu'au début du projet, un appel de candidatures avait été préparé pour combler **les emplois salariés** de chargé de projet, d'agente de développement et de commis d'entrepôt. Alors que le premier employé devait travailler à partir des bureaux de la TPDSL, le troisième devait le faire plutôt dans l'entrepôt des Laurentides. Quant au deuxième, il devait répartir son temps de travail entre les deux régions de Lanaudière et des Laurentides. Un informateur a précisé que, dans ce dernier cas, l'employé avait suffisamment de tâches à accomplir (contrôle de la qualité, production des boîtes, préparation des palettes de boîtes pour la livraison par camion, lavage des boîtes) pour s'occuper à temps plein, même dans les semaines où il n'y avait pas de production. Sinon, il pouvait offrir au besoin quelques disponibilités à Moisson Laurentides. D'après le même informateur, des employés de la TPDSL travaillant déjà pour cet organisme avant la mise en œuvre de BBBB réservaient aussi une partie de leur temps de travail à ce projet. Il s'agissait de la directrice, de l'agente de développement responsable du dossier de la sécurité alimentaire et de l'adjointe administrative. Par ailleurs, des informateurs ont identifié un autre employé salarié du projet BBBB : le camionneur. Ils ont précisé qu'au départ, le projet retenait les services d'un camionneur travaillant déjà pour Moisson Laurentides. Puis, en raison de problèmes de santé, celui-ci avait été remplacé par une autre personne recrutée directement par BBBB. Ce nouveau camionneur était officiellement chez Moisson Laurentides (pour le projet), mais son salaire était remboursé par la TPDSL.

En ce qui concerne **les bénévoles**, les informateurs du groupe des organisations partenaires ont parlé surtout de ceux qui offraient leurs services à l'entrepôt. D'après eux, leur recrutement aurait été fait par différents moyens. Les informateurs ont mentionné notamment des informations transmises par Moisson Laurentides, puisque ces bénévoles devaient travailler dans ses locaux des Laurentides. Ces informations prenaient surtout la forme de coordonnées d'organismes susceptibles de proposer des bénévoles, dont un regroupant des personnes retraitées, un autre s'occupant de personnes handicapées intellectuellement, le pénitencier de Sainte-Anne-des-Plaines, des centres de désintoxication ainsi qu'une entreprise privée. Les autres canaux de recrutement mentionnés ont été un appel formulé lors d'une conférence de presse, ainsi qu'un communiqué de presse transmis aux journaux locaux des Laurentides. Un informateur a précisé également que les jours de production des boîtes de fruits et légumes, la présence des bénévoles du projet BBBB doublait le nombre des travailleurs présents à l'entrepôt (de 12 à 24 environ). Cette situation amenait un surplus de travail et de stress pour les employés de Moisson Laurentides (chef de distribution, responsable des bénévoles, personne qui fait la cuisine, secrétaire, directrice), qui devaient la gérer de façon à éviter les « *impacts sur le climat* » et tout conflit potentiel. En outre, selon un informateur, les bénévoles de Moisson Laurentides pouvaient eux aussi être « *amenés à donner un coup de main* » au projet BBBB.

Quant aux bénévoles et employés des points de chute, les informateurs en ont dit peu de choses. Seuls deux d'entre eux semblaient en mesure d'en parler et seulement à propos de leur propre point de chute. Ils ont laissé entendre que leur organisme avait simplement eu recours à ses propres employés et bénévoles. Dans un cas, l'informateur a précisé qu'une réceptionniste avait ajouté à ses tâches la responsabilité du projet BBBB (prise des commandes et collecte des paiements, transmission à BBBB et distribution des boîtes aux clients lors des journées de livraison). Cette personne s'en remettait à la directrice de l'organisme pour les questions relatives aux ententes de partenariat conclues entre l'organisme et BBBB. Elle pouvait, par ailleurs, compter sur l'aide ponctuelle d'une cliente les journées de livraison, ainsi que de « *deux gars qui sont dans le garage à temps plein* » pour aider à la manutention des boîtes.

Un informateur était d'avis que, dans l'ensemble des rouages du projet BBBB, on manquait certainement de main-d'œuvre, étant donné que « *ça prend beaucoup de temps et d'énergie* » pour accomplir les différentes tâches nécessaires, dont la réception, la prise de commande et la publicité.

- Parmi les informateurs du groupe des **bénévoles et employés**, la connaissance globale de tous ceux qui travaillaient dans l'ensemble du projet BBBB était très variable. De façon générale, cette connaissance semblait beaucoup plus étendue chez les salariés de BBBB (chargé de projet, agente de développement, camionneur), en raison notamment des visites qu'ils pouvaient avoir faites dans les différents milieux d'implantation du projet. À l'inverse, les bénévoles et salariés de l'entrepôt affichaient une méconnaissance à peu près totale à propos des personnes travaillant pour BBBB dans les points de chute. Il en était de même pour les bénévoles et les salariés des points de chute, à l'égard des personnes travaillant pour le projet à l'entrepôt.

En ce qui concerne la production des boîtes **à l'entrepôt**, les informateurs en mesure d'en parler ont expliqué que les bénévoles qui y travaillaient provenaient de trois principales sources. Parmi eux, on retrouvait donc des retraités recrutés avec l'aide de la FADOQ, des personnes ayant des problèmes de santé mentale associées à une organisation qui les soutenait, ainsi que des détenus du pénitencier de Sainte-Anne-des-Plaines. Selon un participant, l'aide des détenus avait fait défaut lors des dernières productions de boîtes et il était alors difficile de compter sur des hommes jeunes (20 à 30 ans) et en bonne santé physique pouvant lever des sacs et des boîtes de 40 ou 50 livres. Ce dernier songeait à la possibilité de s'en remettre aux bénévoles d'une entreprise qui pouvaient présenter les caractéristiques recherchées. D'un point de vue sociodémographique, les informateurs ont précisé qu'on retrouvait parmi les bénévoles retraités autant des hommes que des femmes et que ceux ayant des problèmes de santé mentale étaient âgés de 20 à 30 ans.

Par ailleurs, **dans les points de chute**, d'après les informateurs qui les connaissaient, la majorité des responsables du projet BBBB seraient des employés salariés. Ils ajouteraient cette responsabilité à leurs tâches habituelles, c'est-à-dire surtout celle de noter et transmettre les commandes des clients et de collecter leurs paiements. D'autres salariés offrirait du travail « *bénévole* » en consacrant leur pause à la manutention de boîtes lors des livraisons. De façon générale, pour cette tâche et pour l'accueil des clients, la plupart des points de chute compteraient sur l'aide ponctuelle de clients qui deviendraient bénévoles pour l'occasion. Un

informateur a mentionné que l'inverse se produisait aussi, soit que les bénévoles d'un point de chute deviennent clients de BBBB. Dans un cas, toutefois, un informateur a exprimé une difficulté à obtenir de l'aide masculine au moment de déplacer les boîtes, certains bénévoles oubliant leur engagement à cet égard. On peut noter par ailleurs que, selon un informateur, indépendamment qu'elles soient salariées ou bénévoles, les personnes donnant de leur temps au projet BBBB étaient d'abord « *des gens proches des gens* », c'est-à-dire « *des gens qui veulent s'investir côté cœur et non pas côté argent* ». D'après lui également, ces personnes étaient majoritairement des femmes ayant dans l'ensemble plus de 30 ans. Pour ce qui est de leur recrutement, dans bien des cas, il se serait fait par contact direct ou « *de bouche à oreille* » par une personne rattachée à l'organisme point de chute. En outre, il semble que tous les responsables de points de chute n'aient pas occupé cette fonction dès l'implantation du projet. Dans au moins un cas, un bénévole aurait pris la relève à ce titre d'un employé salarié et il en aurait profité pour « *mettre des règles plus strictes* » concernant le paiement de boîtes, étant donné qu'il ne « *passait pas ses semaines* » à l'organisme.

- Parmi les informateurs du groupe des **clients**, la connaissance des personnes travaillant au projet BBBB était plutôt limitée à ce qui se passait **dans leur propre point de chute**. Et même à cet égard, pour certains d'entre eux, il s'agissait d'une connaissance un peu partielle. Dans un cas notamment, l'informateur pensait que les boîtes de fruits et légumes étaient confectionnées sur place au point de chute par le responsable de BBBB, à partir de produits en vrac amenés par le camion de livraison. Pour quelques-uns aussi, il ne semblait pas très clair si les personnes qui s'occupaient de BBBB à leurs points de chute étaient des bénévoles ou des employés salariés. En fait, quelques-uns étaient d'avis qu'il s'agissait de bénévoles, alors que ce n'était pas nécessairement le cas. Pour sa part, un informateur a affirmé que, pour des raisons de « *rentabilité* » et de « *budget* », le coordonnateur de son organisme point de chute avait préféré confier à un bénévole la responsabilité du projet BBBB. Dans un autre cas, un informateur pensait que le responsable du projet dans son propre point de chute devait quitter ses fonctions parce qu'il était rémunéré par une subvention salariale maintenant épuisée. Un autre encore précisait que dans son point de chute, les personnes qui donnaient un coup de main au projet BBBB étaient des employés rémunérés qui ajoutaient ainsi « *quelque chose à leur tâche* ». Le même informateur considérait aussi qu'il pouvait manquer un responsable de BBBB dans son organisation, dans le contexte où celle-ci s'occupait aussi de la confection et de la distribution de paniers d'aide alimentaire en lien avec « *les Moisson* ». À son avis, cette charge de travail pouvait amener à « *manquer de temps* » pour BBBB. Dans l'ensemble, les informateurs de ce groupe ont dit ne pas avoir été sollicités directement afin de devenir bénévoles pour BBBB. L'un d'entre eux a simplement mentionné qu'un appel de bénévoles, afin de « *remplir les boîtes* », avait été lancé un moment donné par le biais du **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** déposé dans les boîtes.

Des informateurs ont résumé ce qu'ils connaissaient des tâches réalisées pour le projet BBBB dans leur point de chute. Il a été question de la charge des listes de clients, des commandes, des appels et rappels téléphoniques aux clients, ainsi que de la collecte des paiements. Selon un informateur, deux personnes s'occupaient de ces tâches dans son point de chute et deux autres (des hommes) aidaient à la manutention des boîtes. Un informateur a laissé entendre également que les tâches de gestion des commandes et des paiements n'étaient pas de tout

repos pour le responsable de BBBB au point de chute, puisque des clients commandaient des boîtes, mais ne les payaient pas (malgré la règle voulant qu'elles soient payées d'avance) ou ne venaient pas les chercher.

En ce qui concerne les personnes travaillant au projet BBBB **en amont des points de chute**, une méconnaissance quasi totale a pu être observée chez les informateurs du groupe des clients. Au mieux, certains ont fait allusion à « *un point* » dont ils ne pouvaient préciser la situation, où était assemblé le contenu des boîtes et à partir duquel elles étaient distribuées. Un autre a jugé que les choses devaient être « *bien organisées en haut* », puisque « *ça arrive bien chez nous* ». On peut noter qu'un informateur a suggéré que soit rédigé et diffusé « *un organigramme* » afin de renseigner les clients quant aux différents rouages et aux différentes ressources humaines du projet BBBB.

3.2.4.3 La connaissance des clients

Enfin, en ce qui concerne **les clients** du projet BBBB, les discussions dans les trois groupes ont porté notamment sur l'écart entre ceux qui étaient visés au départ et ceux qui avaient été effectivement rejoints.

- Dans le groupe des **partenaires**, les informateurs ont fait référence à l'histoire du projet BBBB, à laquelle ils avaient pris part, pour comparer le type de **clients visés au départ** et ceux qui avaient été effectivement rejoints. De leur avis, à travers ce projet, les organisations partenaires ciblaient « *davantage les familles vulnérables* », avec enfants ou encore « *les populations vulnérables avec une petite tendance plus famille* », même s'il était « *ouvert à tous* ». Il a été mentionné à cet égard que, dans l'implantation du projet, l'orientation régionale adoptée avait consisté à prioriser « *les zones de pauvreté plus identifiées* » de certaines MRC, ainsi que « *les organismes qui desservaient cette clientèle-là* », dont des maisons de la famille. Un informateur soulignait cependant que la participation des organismes visés et invités à devenir des points de chute demeurait « *volontaire* ».

En ce qui concerne les **clientèles effectivement rejointes** par le projet, un participant constatait : « *On s'est rendu compte que les très vulnérables, c'est pas ces clients-là, mais il y a des familles à faible revenu ou à revenu modéré qu'on rejoint.* » D'après un autre informateur, il fallait aborder l'inscription au projet des clientèles initialement visées comme une sorte de processus comportant des « *étapes à franchir* », et ce, « *un peu comme les cuisines collectives* ». Il s'agissait donc de considérer que, « *entre le moment où je vois la personne pour la première fois puis le moment où elle va à la cuisine, ça peut prendre un an, un an et demi* ».

Une donnée résultant de l'analyse des questionnaires a été transmise aux informateurs de ce groupe afin d'alimenter la discussion. Il s'agissait d'une estimation à 24 % de la proportion des clients ayant répondu au questionnaire qui vivaient sous le seuil de faible revenu. En réaction, des informateurs ont cherché des explications à cette « *préoccupation* » à laquelle il faudrait s'attaquer lors du « *déploiement* » du projet. Selon l'un d'eux, l'expérience ne « *marcherait pas* » auprès des personnes à faible revenu parce que ça serait « *carrément l'argent qui ne serait pas là au moment de la commande* ». Des participants ont aussi décrit plus précisément les

clientèles de points de chute particuliers. Dans un cas, on rejoindrait davantage des personnes âgées, alors qu'un autre recevrait en bonne partie des familles, dont certaines « *qui travaillent, mais ne gagnent pas beaucoup* ». D'autres informateurs ont plutôt trouvé « *très positif* » le fait que les clients du projet soient composés à « *24 % de personnes sous le seuil de faible revenu* ». De l'avis de l'un d'eux, si « *le quart des clients sont en dessous du faible revenu* », il serait intéressant d'« *avoir la donnée* » également sur ceux qui ont des « *revenus modérés qui sont pas en dessous du seuil de faible revenu, mais qui sont justes à la limite* ». Selon un autre participant, le projet avait au moins le mérite de constituer une certaine « *alternative* » pour les « *nouveaux pauvres* » dont on pouvait constater l'augmentation « *chez Moisson* ». Celui-ci rappelait qu'à l'origine, les partenaires du projet BBBB voulaient « *bonifier l'offre par rapport à l'aide alimentaire* ».

- Dans le groupe des ***bénévoles et employés***, la réponse fournie d'emblée par les participants était que ***le projet BBBB s'adressait « à tout le monde »***. Il suffisait que les clients soient « *intéressés à avoir des fruits et légumes frais* », lesquels pouvaient provenir « *le plus souvent de la région* ». Un informateur mentionnait avoir entendu dire que BBBB visait plutôt « *les gens les plus démunis* ». Il ajoutait toutefois qu'on ne pouvait pas « *exiger une preuve pour savoir si les gens sont démunis ou pas* ». Selon lui, aussi, si on publicisait davantage le projet BBBB en l'ouvrant à tout le monde, son succès allait devenir « *assez fou* », étant donné que les fruits et légumes offerts seraient « *en moyenne 59 % moins cher que chez Super C* ». Un autre affirmait, pour sa part, que même si « *le programme était ouvert à tous* », il n'en demeurait pas moins que « *l'objectif de départ, c'était vraiment de rejoindre les personnes défavorisées* ». C'était d'ailleurs pour cela, selon lui, qu'on avait choisi les points de chute en « *visant les milieux défavorisés* ». Un participant invitait, quant à lui, à ne pas oublier que : « *le programme vise les populations défavorisées, pas seulement financièrement, mais aussi par l'accès géographique aux fruits et légumes* ».

Par ailleurs, pour ce qui est des ***personnes qui achètent effectivement les boîtes de BBBB***, la plupart des participants de ce groupe s'entendaient pour dire que c'était dans une faible proportion des personnes défavorisées. Dans le cas d'un des points de chute, un informateur affirmait clairement : « *C'est pas les gens qui viennent chercher des boîtes alimentaires qui viennent chercher des légumes à Bonne Boîte Bonne Bouffe.* » Un autre estimait qu'un cinquième des clients de son point de chute était « *des prestataires d'aide sociale* » qui venaient payer leurs boîtes de fruits et légumes « *le premier du mois* ». Un troisième situait globalement les acheteurs de boîtes BBBB dans une « *zone grise* » se trouvant « *entre les personnes qui ne peuvent rien se payer et les personnes qui ont un bon revenu* ». En conséquence, il affirmait qu'avec le projet BBBB : « *On touche majoritairement les gens qui sont serrés dans leur budget, qui n'ont pas de gros revenus.* » Un autre, par contre, notait qu'« *habituellement, quand les gens sont serrés financièrement, c'est dans la nourriture qu'ils vont couper, puis dans la bonne alimentation* ».

D'autres caractéristiques des clientèles des points de chute ont été fournies par les participants. Dans un cas, l'un d'eux constatait qu'il n'y avait « *pas beaucoup de jeunes qui viennent* » et peu de familles (4 boîtes de format familial sur 30 boîtes), mais plutôt des personnes d'environ « *soixante, soixante-dix ans* ». De même, parlant d'un autre point de chute, un informateur affirmait que les clients de BBBB étaient surtout des aînés, une proportion qu'il estimait à « *90 %* ».

peut-être » et « *autant d'hommes que de femmes* ». Dans le même sens, un informateur ayant eu l'occasion de faire « *une tournée* » des points de chute y aurait « *vu effectivement beaucoup de personnes âgées* ». Un seul participant constatait que, pour son propre point de chute, la clientèle était plus diversifiée. D'après lui, en effet, il s'agissait de personnes de « *pas mal tous les groupes d'âges* », dont « *des personnes âgées puis des petites familles* ». Il ajoutait aussi qu'environ « *la moitié des personnes qui achètent les boîtes ne viennent pas pour le dépannage alimentaire* » et aussi que les personnes qui viennent les chercher seraient « *quasiment toujours des femmes* ». Deux participants ont parlé du fait que des employés d'organismes points de chute étaient des clients de BBBB. D'après l'un d'eux, il s'agissait de la moitié des clients d'un point de chute. Quant à l'autre, il voulait surtout préciser qu'à son avis, « *les employés de certains organismes pouvaient faire partie aussi de la clientèle ciblée avec des revenus modestes* ».

Outre les clients individuels des boîtes de BBBB, il est apparu que des boîtes supplémentaires pouvaient aussi être commandées par un point de chute afin de constituer une source d'approvisionnement en fruits et légumes pour quelques petites **initiatives collectives** dans la communauté. Parmi celles-ci, un informateur mentionnait les cuisines collectives, l'école du village (des crudités avec trempette et de la soupe étaient confectionnées à l'intention des enfants), ainsi que les dîners communautaires permettant à des gens à la retraite de « *faire du social* ».

Enfin, deux informateurs ont tenu à mentionner qu'il faudrait sans doute réfléchir au **choix d'implanter les points de chute du projet BBBB dans des milieux défavorisés**. L'un d'eux faisait le constat que, en tant que points de chute du projet BBBB, les « *centres d'entraide qui sont des banques alimentaires marchent moins bien que les organismes qui sont juste plus diversifiés, comme les maisons de la famille ou d'autres organismes* ». Pour sa part, l'autre participant citait en exemple un malaise qu'il avait éprouvé dans une tournée de promotion du projet BBBB dans des milieux défavorisés où étaient déjà offerts des « *paniers de dépannage avec pas mal de nourriture* », dont de la viande et du pain, gratuitement ou à un coût plus faible que le petit panier de BBBB à 7 \$. Cet informateur se serait fait répondre : « *Qu'est-ce que vous faites là? Nous, on peut pas acheter ça!* » Et effectivement, d'après lui, « *les personnes qui achètent sont quand même des personnes qui ont un tout petit peu de moyens* ».

- Dans le groupe des **clients**, comme dans celui des **bénévoles et employés**, des informateurs ont affirmé d'emblée, dès le début de la rencontre, que **le projet BBBB s'adressait** « *à tout le monde* ». Toutefois, le souhait a été exprimé par l'un d'eux qu'il « *se répande plus dans les familles où ils en ont vraiment, vraiment besoin* ». Certains ajoutaient que, dans cette catégorie de clients potentiels, les gens « *ne veulent pas déboursier* », que ce ne serait « *pas dans leurs coutumes* » ou « *pas dans leur budget* » et qu'ils préféreraient recourir à l'aide alimentaire gratuite. Ils auraient même de la difficulté à « *payer pour le panier (d'aide alimentaire) de 2 \$ ou 4 \$* ». On peut noter qu'un informateur se posait encore la question et la renvoyait aux autres participants, à savoir qui était vraiment visé par ce projet : « *les démunis ou les gens en général* ». Il ne souhaitait pas « *prendre la place d'un autre* », mais constatait aussi qu'il y avait, parmi les clients « *d'autres personnes qui sont en moyens* ». Un participant lui répondait qu'à son avis, c'était pour tout le monde, « *parce que ça encourage les producteurs locaux* ».

En ce qui concerne les **personnes qui achètent effectivement les boîtes de BBBB**, les informateurs du **groupe des clients** laissaient entendre qu'elle variait selon les points de chute. Dans deux cas, ils ont affirmé que la clientèle était diversifiée. Dans l'un, on la disait composée de beaucoup de personnes défavorisées, de personnes âgées, de jeunes et de jeunes couples avec enfants, ces derniers représentant apparemment la moitié de l'ensemble. Dans l'autre, il y aurait beaucoup de familles avec enfants dont les parents travaillent et quelques personnes âgées. D'après un autre participant, les personnes achetant des boîtes de BBBB à son point de chute seraient plutôt des gens de la municipalité « *qui sont déjà éveillés à beaucoup de choses* » et notamment « *au niveau de l'alimentation et au niveau environnemental* ». Ce serait aussi des personnes disposant de revenus limités, mais qui choisiraient d'acheter des boîtes de BBBB plutôt que de recourir aux paniers d'aide alimentaire dans lesquels on trouverait « *bien des cochonneries* ». Un informateur apportait la nuance selon laquelle ce ne serait pas « *des gens démunis tellement* » qui seraient clients de BBBB dans son point de chute, mais tout de même des personnes qui « *y vont parce que c'est pas cher* » par rapport aux prix en épicerie. Par contre, un autre signalait avoir observé un mouvement de « *recul* » de clients potentiels, parce que son point de chute était situé dans un organisme d'entraide « *pour les pauvres* ». Ils ne souhaitaient pas y être vus, pour éviter que « *le monde pense qu'ils sont pauvres* ».

Les participants ont discuté également de **l'évolution éventuelle de la clientèle** de leurs points de chute depuis le début de l'implantation du projet. D'après deux d'entre eux, il n'y avait pas eu de changement à ce niveau. Dans un autre cas, l'informateur était fier d'avoir réussi à recruter « *quatre à cinq personnes* », lesquelles étaient « *sur le bien-être social* », donc « *des gens qui ont vraiment de la misère* ».

Un thème supplémentaire a été discuté dans deux des groupes, après les discussions au sujet des trois principaux groupes de participants. Il s'agit des **relations entre les différents participants** au projet BBBB, qui ont été abordées dans le groupe des bénévoles et employés et dans celui des clients.

- Dans le groupe des **bénévoles et employés**, la plupart des participants ne se sont pas considérés en mesure de parler des relations **entre les organismes partenaires**. Certains ont tout de même laissé entendre que les employés salariés de BBBB et surtout l'agente de développement et le camionneur, avaient en général pu développer et entretenir de bonnes ou très bonnes relations avec la plupart des points de chute. Une exception a toutefois été signalée, l'agente de développement n'ayant « *pas réussi à établir une relation* » avec le responsable de BBBB dans l'un d'eux, d'autant plus que l'organisme ne disposait pas d'adresse de courriel. En conséquence, ce point de chute serait demeuré « *totalelement inconnu* » pour l'agente de développement. Quant au camionneur, il apparaissait même « *très heureux* » parce qu'il serait « *très bien accueilli* » et même « *comme le père Noël* » dans les points de chute où il fait les livraisons de boîtes. Par ailleurs, en ce qui concerne le chargé de projet de BBBB, de « *petits problèmes de communication* » ont été signalés avec l'équipe permanente et avec des points de chute. Cela n'empêcherait pas que les échanges soient demeurés « *à un niveau très poli* ». Un informateur notait que cet employé spécifique ne participait pas directement à la distribution dans les points de chute et qu'il ne pouvait donc pas parler beaucoup de cet aspect.

Les informateurs étaient aussi d'avis que ça se passait « *super bien* » **entre les bénévoles et les employés** dans les points de chute. Il en était de même, en général, pour les relations **entre les bénévoles et employés et les clients**. À ce propos, il a été mentionné qu'en de rares occasions, il arrivait que des clients expriment leur insatisfaction à l'égard du contenu de leur boîte. Apparemment, ces situations ponctuelles ne remettaient pas pour autant en question l'expérience généralement « *très conviviale* » avec les clients aux points de chute. Par ailleurs, un informateur a jugé que ça « *allait très bien entre les bénévoles et les gens qui viennent aider à Moisson Laurentides* », donc à l'entrepôt des Laurentides. Dans le même sens, un autre a dit bien apprécier « *l'ambiance de travail très agréable* » à cet endroit, entre l'équipe permanente de BBBB et les bénévoles sur place.

- Dans le groupe des **clients**, les informateurs étaient d'avis, unanimement, que les relations étaient bonnes entre les bénévoles et employés de BBBB aux points de chute et les clients. Selon les cas, ils associaient ces bonnes relations au fait qu'il s'agissait de personnes fréquentant l'organisme et se connaissant depuis longtemps; à la gentillesse du responsable de BBBB au point de chute, à l'habituelle bonne organisation logistique et bonne répartition des tâches lors de la réception des livraisons.

3.2.5 Les infrastructures et équipements

Les infrastructures et équipements comptent parmi les moyens nécessaires à la mise en œuvre du projet BBBB. Lors des discussions, deux niveaux ont été distingués : en premier lieu, les infrastructures se situant en amont des points de chute, donc dans les entrepôts et ce qui les entoure; et en second lieu, ceux qui concernaient davantage les points de chute eux-mêmes.

3.2.5.1 Pour les entrepôts et ce qui les entoure

Les informateurs du groupe des **partenaires** sont les seuls qui ont été invités à parler des infrastructures et équipements utilisés pour les entrepôts et ce qui les entoure. Il a été question surtout d'espace en entrepôt et de camions.

- En ce qui concerne **l'espace nécessaire**, en général les participants s'entendaient pour constater des limites à l'entrepôt actuel des Laurentides, où on faisait la production bihebdomadaire des boîtes depuis le début de l'implantation du projet couvrant les deux régions. Il était apparu difficile parfois de faire les adaptations requises dans un contexte de « *cohabitation des usages* » avec Moisson Laurentides qui pouvait avoir eu « *des effets négatifs* ». Les informateurs convenaient que l'espace disponible dans ce même local pourrait encore suffire si on se limitait à prévoir une augmentation du nombre de boîtes atteinte par la mise en place d'une production hebdomadaire. D'après l'un d'eux, tous les efforts avaient déjà été faits afin de « *maximiser au plus possible* » l'organisation de la chaîne de montage et à cet égard, on aurait « *atteint une limite qu'on ne peut plus dépasser* ».
- En outre, dans la perspective envisagée d'un « **déploiement** » plus autonome du projet dans la région de Lanaudière, où il est envisagé notamment de « *rejoindre les MRC très défavorisées* » et de répondre aux nombreuses demandes exprimées « *dans la Matawinie* », la nécessité de

trouver de nouveaux locaux, un nouvel entrepôt lanaudois, était explorée. Un informateur a fait état aussi de réflexions en cours quant à l'achat éventuel d'un ou de nouveau(x) camion(s) pour desservir ces nouvelles localités. Était prise en compte la « *logistique de transport* »; c'est-à-dire aussi bien la largeur et l'état des chemins ainsi que la hauteur des fils électriques, que la taille de la boîte du camion et la limite de temps à respecter quand il s'agit de livrer des produits frais; sans compter l'embauche de nouveaux camionneurs.

- On peut noter que, dans le groupe des ***bénévoles et employés***, un participant a tenu à aborder aussi le manque d'espace d'entrepôt et la recherche en cours d'un nouvel entrepôt dans la région de Lanaudière. Il soulignait l'impossibilité de « *grossir beaucoup* » la capacité de production de boîtes dans les conditions actuelles et l'impossibilité de « *desservir pour l'instant* » les clientèles qui ont manifesté le souhait que soient ouverts de nouveaux points de chute lanaudois. Un autre participant a signalé que la même difficulté était vécue dans les Laurentides, vu les limites de l'entrepôt unique desservant deux régions.

3.2.5.2 Pour les points de chute et ce qui les entoure

Les informateurs des trois groupes ont été en mesure d'émettre des commentaires à propos des infrastructures et équipements spécifiques aux points de chute et à ce qui pourrait graviter autour.

- Dans le groupe des ***partenaires***, de façon générale, les participants ont fait état de la ***diversité des types d'organismes*** qui ont accepté de jouer le rôle de point de chute pour le projet BBBB. Ils ont identifié ainsi : des organismes de dépannage, des maisons de la famille, des centres d'entraide, des organismes qui viennent en aide aux personnes ayant des problèmes de toxicomanie ou de santé mentale, des centres de femmes. Il a été mentionné aussi qu'une école et un CLSC agiraient en partenariat avec un point de chute, ainsi qu'un HLM dans les Laurentides. Du point de vue d'un informateur, cette diversité permettrait « *d'être collé à la réalité des différents milieux* », de faire en sorte que chacun des points de chute soit « *bien intégré dans son milieu* », c'est-à-dire « *réseauté et connu dans son milieu* ». Un autre a expliqué que ça avait été un choix délibéré, au début du projet, de privilégier l'installation de points de chute dans des organismes communautaires, dans le but de « *rejoindre davantage la clientèle défavorisée* ».

Dans une perspective plus logistique, des participants ont expliqué qu'on avait jugé préférable de limiter le plus possible le ***nombre de points de chute*** à un par municipalité. De cette façon, on pouvait optimiser le temps d'arrêt et de déchargement du camion. Un informateur expliquait : « *Le camionneur, tu sais, on veut pas qu'à dix heures le soir, il soit encore sur le chemin!* » Toutefois, il y aurait deux points de chute dans la municipalité relativement importante de Saint-Jérôme⁶.

⁶ On peut noter qu'il y a aussi deux points de chute dans Terrebonne, puisque cette municipalité contient celle de Lachenaie, devenue un secteur, à la suite de la fusion municipale.

Et à un niveau plus technique ou matériel, les informateurs ont laissé entendre que les locaux des points de chute leur apparaissaient généralement adéquats. Certains semblaient toutefois disposer de plus d'**espace** que d'autres pour « *recevoir encore pas mal de boîtes* » supplémentaires. Dans un cas, la limite de ne pas disposer de chambre froide a été signalée. Ainsi, un informateur soulignait le défi de conserver la fraîcheur des produits quand certains clients ne venaient chercher leurs boîtes que le soir, alors qu'elles arrivaient le matin à 8 h 30. Une solution de compromis mentionnée consistait à profiter l'hiver d'un espace plus froid dans les locaux, pour y déposer les boîtes en attendant l'arrivée de ces derniers. Aucun informateur de ce groupe n'a mentionné de problèmes relatifs à l'accessibilité des locaux (stationnement, escaliers, etc.).

- Dans le groupe des **employés et bénévoles**, on a jugé que les points de chute disposaient dans l'ensemble de suffisamment d'**espace** pour répondre aux besoins du projet. Selon un informateur, d'ailleurs, le fait de disposer de « *la place pour la distribution* », mais également pour « *l'entreposage des boîtes pendant deux semaines* » constituait un des « *critères de choix* » des points de chute. Les participants étaient aussi d'avis que les points de chute ne présentaient pas de difficultés particulières au niveau de leur accessibilité pour les clients (stationnement, escaliers, etc.). Un autre aspect des locaux a été abordé par un seul informateur. Il s'agit de l'importance, ou du moins de l'intérêt qu'ils comportent une cuisine, laquelle constituait un élément essentiel pour permettre la tenue des activités de sensibilisation et d'éducation qui pouvaient être soutenues par l'agente de développement de BBBB.

En ce qui concerne les **équipements** associés aux points de chute, un seul élément a été discuté par deux des participants de ce groupe. C'est la possibilité d'ajouter des sacs réutilisables « *à l'effigie de Bonne Boîte Bonne Bouffe* ». Il semblerait que les clients, notamment les personnes âgées, auraient tendance à oublier d'apporter leurs propres sacs afin d'y transférer le contenu de leurs boîtes.

- Du point de vue des **clients**, la discussion sur le thème des infrastructures et équipements a été consacrée surtout à la situation géographique des points de chute. Des informateurs ont abordé la possibilité que plus d'un point de chute puisse être ouvert dans certaines municipalités ou encore que certains puissent être déménagés quand leur situation géographique n'apparaissait pas la plus commode pour une grande proportion des clients (par exemple, en transférer un de l'autre côté d'un pont). Cela dit, plusieurs étaient d'avis que les gens habitant déjà loin des services de leur municipalité considéraient comme normal d'avoir à assumer le transport inhérent à ce nouveau service qu'était BBBB.

3.2.6 Le déroulement des activités

Le thème du déroulement des activités rejoint le cœur du projet BBBB ou ce qui y est réalisé concrètement. Il a été abordé en trois sections distinctes : la préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute, puis la distribution des boîtes ainsi que les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute.

3.2.6.1 La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute

Le thème de la préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute a été discuté avec les informateurs des deux groupes susceptibles d'en avoir une connaissance minimale. Il s'agit de celui des partenaires et de celui des bénévoles et employés. On doit noter que les propos des informateurs à ce sujet recoupaient en partie des éléments déjà mentionnés en lien avec d'autres thèmes ou sous-thèmes.

- Dans le groupe des **partenaires**, les informateurs ont rappelé des **éléments déjà mentionnés en lien avec les infrastructures et équipements** : la difficulté de concilier dans un même entrepôt les activités de l'organisme hôte et celles de BBBB (manque d'espace), ainsi que les implications logistiques et les contraintes liées au fait de travailler avec des produits frais et des fournisseurs de ces produits. En outre, un informateur a expliqué plus en détail en quoi consistait le « *contrôle de la qualité* » assumé principalement par le chargé de projet, avec l'aide du commis d'entrepôt et du chauffeur. Il a expliqué que cette opération était faite en une journée, celle du lundi de la semaine de production, en même temps pour BBBB Lanauidière-Laurentides que pour BBBB Montréal et BBBB Rive-Sud. Il s'agissait de vérifier la qualité et la quantité des produits et de faire les ajustements nécessaires le jour même. D'après lui, il s'agissait d'une opération « *très compliquée* » parce qu'il y avait « *souvent des retours, des rappels, des modifications de produits de dernière minute* ».

Par ailleurs, des **ajustements apportés à certaines façons de fonctionner ou à certains produits proposés**, en vue de répondre à des situations problématiques, ont été décrits. Il a été question, notamment, de produits qui avaient été changés (certains légumes racines : les rutabagas et betteraves, les choux-raves) pour répondre à des plaintes exprimées par plus d'un point de chute, voire « *la majorité* » d'entre eux, dont les clients avaient exprimé leur saturation à cet égard, malgré les efforts pour leur proposer de nouvelles recettes pour les apprêter. L'informateur a précisé que la façon d'ajuster le contenu des boîtes à des « *besoins généraux* » exprimé par plusieurs points de chute consistait surtout à « *augmenter les quantités des autres produits* » déjà prévus dans ce contenu. Un informateur a mentionné également qu'un autre ajustement du contenu intégré s'expliquait par le caractère « *délicat* » du produit initialement proposé. Il s'agissait des germinations, qui n'avaient « *pas de durabilité dans le temps* », qui pouvaient « *se faire écraser* » dans les boîtes si celles-ci bougeaient et qui demeuraient « *un produit cher* ». Selon l'informateur, on envisageait aussi la possibilité d'ajouter éventuellement au contenu des boîtes de BBBB Lanauidière-Laurentides certains produits locaux, comme les asperges. En fait, plus globalement, l'équipe de BBBB Lanauidière-Laurentides aurait pu conclure une entente afin de ne plus avoir à « *copier la boîte de Montréal* » et à pouvoir « *jouer dans les produits qui étaient achetés au niveau des quantités* ». Pour ce qui est des façons de fonctionner, des ajustements apportés « *au niveau de la chaîne de montage* » ont été mentionnés et aussi d'autres concernant « *l'espace dédié à BBBB* » dans l'entrepôt des Laurentides.

Enfin, un informateur a rappelé qu'au chapitre de **la main-d'œuvre dans l'entrepôt**, la principale difficulté demeurerait de s'assurer la présence de bénévoles « *avec des bras* » capables de faire la manutention des boîtes, quand les détenus n'étaient plus disponibles. À son avis, par contre, on disposait de suffisamment de personnes pour faire le montage des boîtes.

- Dans le groupe des **bénévoles et employés**, des informateurs ont parlé de **la chaîne de montage** des boîtes de fruits et légumes du point de vue de ceux qui mettent directement la main à la pâte. Ils ont raconté que les sacs et boîtes de produits en vrac étaient toujours « *déjà placés* » et qu'il y avait « *toujours quelqu'un qui aide les bénévoles à apporter les boîtes* ». Ils ont ajouté que chacun des bénévoles de la chaîne de montage avait « *à placer un ou deux légumes dans les boîtes* », en veillant à « *bien mettre les plus pesants dans le fond et les plus légers au-dessus* ». Ils s'assuraient, en outre, que des produits comme l'ail ne soient pas placés près de la salade, par exemple. Les informateurs ont mentionné aussi que les deux bénévoles situés à la fin de la chaîne de montage s'occupaient de « *vérifier si tout est parfait* », dans la mesure cependant de ce qu'ils pouvaient détecter dans l'apparence des produits. Par exemple, on a signalé le cas de pommes qui semblaient croquantes quand elles avaient été placées dans les boîtes et qui seraient arrivées molles aux points de chute. D'après les informateurs, les bénévoles n'avaient pas eu de formation sur la façon d'assembler le contenu des boîtes, cela serait plutôt « *venu naturellement* » et chacun aurait « *au fur et à mesure trouvé où il se sent à l'aise* ». De leur point de vue, il n'y aurait pas eu de changement particulier apporté à la façon de préparer les boîtes depuis le début.

Enfin, les informateurs ont insisté sur l'importance d'avoir, en plus de ceux qui assemblent les boîtes sur la chaîne de montage, des **bénévoles hommes avec « des bras »** pour les manipuler. Selon eux, les détenus qui avaient assumé cette fonction étaient « *une gang de gars sympathiques et travaillants* » et leur retour était « *espéré* ». Apparemment, ils ne pouvaient pas être remplacés par les bénévoles amenés par l'organisme regroupant des personnes ayant des problèmes de santé mentale. On jugeait que ces derniers n'avaient pas « *la même vitesse de travailler* », notamment parce qu'ils étaient souvent « *médicamentés* ». Un informateur a mentionné aussi une contrainte associée au recours aux détenus. Ainsi, il ne serait pas possible d'accueillir en même temps des étudiants mineurs du secondaire ou du cégep qui auraient pu s'engager pour BBBB dans le cadre de « *travaux sociaux* ». Autrement dit, il faudrait faire un choix entre ces deux sources possibles de main-d'œuvre bénévole.

Par ailleurs, un participant a fait état d'une **transformation dans le contenu des boîtes**, apporté après le constat que le plus petit format était « *plus avantageux* » pour les clients. Pour y parvenir, il avait fallu, selon lui, que les salariés de BBBB « *travaillent beaucoup avec Moisson Montréal* ».

3.2.6.2 La distribution des boîtes dans les points de chute

Les trois groupes d'informateurs ont été en mesure de parler des modalités de fonctionnement de la distribution des boîtes dans les points de chute, qui constituait le volet principal du projet BBBB lors de cette première phase de l'évaluation d'implantation. On peut noter que ceux du groupe des partenaires l'on fait en adoptant une perspective souvent plus globale, tenant compte notamment des liens nécessaires avec les employés salariés de BBBB. Dans l'ensemble, au-delà du constat général que « *ça allait bien* », des informateurs des trois groupes ont adopté une approche critique dans leur description de certains aspects des activités, laissant entendre que des améliorations pourraient être apportées.

- Dans le groupe des **partenaires**, le sous-thème de la distribution des boîtes dans les points de chute a été abordé sous différents angles. De façon générale, les participants ont jugé que « *ça allait très bien* » et ils ont expliqué que, dans les différents points de chute, un mode de fonctionnement particulier avait été mis en place et adapté peu à peu, en fonction des caractéristiques propres à chacun (locaux, nombre et type de bénévoles disponibles, problèmes survenus, etc.).

En ce qui concerne **la manutention des boîtes**, certains points de chute pouvaient compter sur la présence de bénévoles masculins qui aidaient au déchargement du camion à son arrivée et aussi à la manutention des boîtes jusqu'aux clients. Dans un autre cas, un point de chute disposant seulement de deux bénévoles femmes comptait sur l'aide du camionneur. Dans l'ensemble, les informateurs s'entendaient pour dire que ce dernier était « *bien aidant* », « *super fin* » ou « *bien gentil* ».

Pour ce qui est des **tâches subséquentes** accomplies dans les points de chute, une fois les boîtes livrées, les informateurs ont mentionné la vérification ou le comptage des boîtes, l'accueil des clients, la remise (parfois la manutention) à chacun de la boîte lui étant destinée, la vérification du paiement et la collecte de celui de la commande suivante, les rappels téléphoniques auprès de certains clients de quelques points de chute, au besoin, ainsi que la transmission des commandes au chargé de projet de BBBB, qui pouvait se faire par téléphone ou par courriel. Parmi les variations dans les systèmes mis en place dans les points de chute afin d'organiser et de rendre « *plus efficace* » cette chaîne d'activités, un informateur a mentionné le recours à des cartons associés aux couleurs des boîtes et identifiant les clients et leurs commandes, qui étaient disposés sur les boîtes leur étant destinées. De cette façon, la liste des clients et des commandes pouvait demeurer « *dans le bureau* », où le responsable de BBBB pouvait cocher au fur et à mesure les commandes récupérées et les paiements reçus.

Des informateurs ont aussi parlé de **la communication entre les points de chute et les employés salariés de BBBB** (notamment le chargé de projet et l'agente de développement). Ils ont expliqué que la plupart des responsables de points de chute avaient pris l'habitude de téléphoner directement aux employés de BBBB si un problème se présentait, de manière à y trouver une solution le plus efficacement possible. Ce fut le cas, notamment, quand beaucoup de clients s'étaient plaints de certains légumes. Selon quelques participants, toutefois, cette communication ne serait pas idéale dans tous les cas, puisque des points de chute ne donneraient « *pas trop de rétroaction* », peut-être parce qu'ils n'avaient « *pas de courriel* » ou que la personne responsable ferait face à un « *manque de temps* ».

Une difficulté particulière signalée par des participants concernait les **modalités de paiement** des boîtes par les clients. Selon des informateurs, dans plus d'un point de chute, les responsables de BBBB auraient connu des expériences antérieures négatives les ayant conduits à assumer « *de leur poche* » le paiement des boîtes à la place de certains clients. Ces derniers, après avoir réservé une boîte et s'être engagés à la payer par la suite, n'auraient pas respecté ces engagements verbaux, pas « *remboursé* » la boîte. Dans quelques cas, ils auraient même prétendu avoir fait un paiement qu'ils n'auraient pas fait en réalité. En conséquence, tous les points de chute semblaient s'être résolus désormais à obliger tous les clients sans exception à payer d'avance leur prochaine commande, le plus souvent au moment même où ils venaient prendre livraison d'une commande déjà payée.

Par ailleurs, un informateur affirmant peu connaître la logistique de la distribution des boîtes dans les points de chute a suggéré de mettre en place un système de coupons afin d'améliorer **l'accessibilité des boîtes aux personnes plus défavorisées**. D'après un autre, ce ne serait pas possible, puisque « *les organismes qui viennent en aide à ces personnes-là* » disposeraient de « *ressources quand même limitées* » et que le système proposé supposerait que le coût des boîtes ne soit pas défrayé par ceux qui en bénéficieraient. Le participant ajoutait que « *le niveau des subventions que les organismes reçoivent ne va pas en augmentant* » et qu'à son avis, il n'y avait pas de « *sommes pour aider* » dans le sens de la proposition. Un participant a mentionné, pour sa part, que dans un point de chute, même si plusieurs employés achetaient des boîtes, ils pouvaient aussi décider de « *laisser leur place pour les clients* », quand il y avait « *trop de demandes* » et compte tenu du « *nombre de boîtes limites* ».

Un seul informateur a parlé des **heures d'ouverture** d'un point de chute. Il expliquait que le camion pouvait y livrer les boîtes à 8 h 30, mais que les clients pouvaient venir les récupérer seulement à midi (personnes âgées) ou même le soir après le travail (familles).

- De façon un peu étonnante, les informateurs du groupe des **bénévoles et employés** sont ceux qui ont discuté de façon moins approfondie des opérations entourant la distribution des boîtes dans les points de chute. Et ce fut le cas malgré le caractère central de ces opérations dans le projet BBBB et le rôle central qu'ils avaient eux-mêmes à y jouer. En fait, sans fournir énormément de détails, les participants ont considéré, unanimement, que la distribution des boîtes dans les points de chute se passait « *très bien* », « *très très bien* » ou « *super bien* ». L'un d'eux a même jugé « *génial* » le fait de savoir « *toujours pas mal à quelle heure les boîtes vont arriver* ». De plus, il y aurait eu, selon lui, une « *amélioration du processus* » qui se serait traduite notamment par la présence d'« *une personne qui est là en permanence pour accueillir les gens qui viennent chercher leurs boîtes* ».

Des informateurs ont expliqué les modalités de **gestion des boîtes**. Ils ont précisé qu'elles servaient seulement au transport des fruits et légumes de l'entrepôt aux points de chute. Sur place, aux points de chute, leur contenu devait être transféré dans des sacs de transport fournis par chaque client. Puis, les boîtes vides devaient être entreposées au point de chute jusqu'à la commande suivante, moment où elles étaient récupérées par le camionneur.

Un participant était d'avis que le « **seul aspect à améliorer** » dans la distribution des boîtes aux points de chute serait « *la manutention* ». D'après lui, dans certains cas, ce serait des employés de l'organisme, donc « *même pas des bénévoles* », qui donneraient un coup de main pour transporter les boîtes au moment de leur arrivée.

- Dans le **groupe des clients**, les informateurs ont surtout discuté du déroulement de la distribution des boîtes dans les points de chute dans la perspective de l'adéquation des services obtenus (point 3.2.7). Ils ont malgré tout décrit quelques aspects de cette activité centrale du projet BBBB.

Des informateurs ont parlé des **modalités de paiement** des boîtes. Plusieurs ont laissé entendre qu'ils devaient payer d'avance les boîtes avant leur livraison. Pourtant, l'un d'eux a affirmé que le responsable de son point de chute avait « *été obligé de déboursier bien souvent pour du monde* ».

En ce qui concerne la **gestion des boîtes**, un informateur a précisé que les boîtes comme telles n'étaient pas laissées aux clients, ceux-ci devant en transférer le contenu dans leurs propres sacs lors de la livraison. Un autre a noté qu'à son point de chute, un panier d'échange permettait aux clients de faire de petits ajustements au contenu de leur boîte, s'ils y retrouvaient des fruits et légumes qu'ils n'aimaient pas. Il a été mentionné également que cette boîte pouvait servir à remplacer des produits qui auraient pu être abîmés. Un participant a mentionné la possibilité, dans un point de chute disposant d'un réfrigérateur de type « *walk-in* » dans lequel on peut rentrer, d'y laisser temporairement la boîte d'un client qui ne serait pas en mesure d'aller la chercher au moment prévu.

Pour ce qui est des **heures d'ouverture du point de chute** lors de la journée de livraison, un participant a laissé entendre qu'elles étaient suffisamment étendues pour s'ajuster aux situations variables des clients, lesquels pouvant être disponibles pendant le jour ou après l'école ou le travail. Deux informateurs ont aussi mentionné que des changements à cet horaire avaient été apportés de façon provisoire dans leur point de chute. Dans un cas, il avait été question d'un changement de journée de livraison qui était « *arrivé juste une semaine* » et qui ne semblait pas avoir causé de problèmes. L'autre situation concernait le fait que, pendant l'été, on avait annoncé, par le biais d'une « *petite feuille* », qu'une seule livraison par mois serait effectuée.

3.2.6.3 Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute

Les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation représentent le second volet du projet BBBB. Les informateurs des trois groupes ont été invités à décrire la situation des différents points de chute à cet égard : présence ou non de telles activités, modalités de fonctionnement, liens ou non avec BBBB, soutien ou non obtenu par l'agente de développement de BBBB. Au-delà des éléments de description factuelle, les propos des participants des trois groupes montrent des écarts de connaissance et de compréhension de ce volet du projet qui semble être considéré comme étant relativement secondaire.

- Parmi les informateurs du groupe des **partenaires**, ce sont essentiellement ceux qui étaient rattachés à un point de chute qui ont répondu aux questions sur ce sous-thème. Ils ont expliqué que, dans leur cas, leurs clients n'avaient pas réclamé de telles activités et qu'elles pouvaient représenter, de toute façon, **une charge supplémentaire** pour des responsables de points de chute pouvant être déjà passablement occupés. Pour l'un d'eux, même si l'activité (dégustation, séance d'information ou conférence, par exemple) était assumée par l'agente de développement de BBBB (cette possibilité semblait déjà connue), le responsable du point de chute devait quand même y investir du temps. En outre, selon cet informateur, les clients de ce point de chute ne donnaient pas suite aux publicités écrites ou affichées. Il fallait donc leur adresser des appels téléphoniques individuels, un à un, pour obtenir une certaine participation. Cela représentait du temps et, conséquemment, une partie de salaire.

L'appréciation du **bulletin**, « *par beaucoup de gens* », a par ailleurs été soulignée. Un informateur a mentionné que les clients essayaient les recettes qui y étaient proposées, mais pas les familles. Ces dernières avaient plutôt tendance à utiliser le contenu des boîtes pour les collations des enfants à l'école.

Un autre aspect abordé a été celui des liens éventuels entre le projet BBBB et des **cuisines collectives**. D'après un informateur, des cuisines collectives étaient organisées dans son point de chute, mais plutôt en parallèle de BBBB. Certains des ingrédients provenaient de « *ce qui arrive de Moisson* », mais aucun fruit ou légume des boîtes de BBBB n'était utilisé à cette fin.

La discussion a porté aussi sur la partie de la **clientèle susceptible d'être intéressée** par des activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. D'abord, il est apparu que ce n'était pas les clients eux-mêmes qui demandaient de telles activités. Ensuite, d'après un informateur, il serait plus difficile d'amener les personnes âgées à participer à ce type d'activités visant à « *leur dire de bien manger* », alors qu'elles auraient « *toujours mangé des carottes puis des patates puis du navet* ». Il serait déjà difficile, auprès de ces personnes en particulier, d'introduire « *quelque chose de nouveau, qu'elles ne mangent pas régulièrement* ». Un responsable de point de chute s'est, par contre, montré lui-même intéressé à assister à des conférences ou séances d'information sur l'alimentation si on le proposait.

- Les échanges au sein du groupe des **bénévoles et employés** ont montré qu'il semblait y avoir une diversité de situations prévalant dans les différents points de chute, à l'égard des activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. D'abord, selon un participant, la plupart des organismes points de chute auraient mis en place d'eux-mêmes des activités portant sur l'alimentation, avant de prendre part au projet BBBB ou même de « *l'intégrer dans certaines de leurs activités* ». Il s'agissait surtout de cuisines collectives ou d'ateliers culinaires. Par ailleurs, selon des informateurs, des points de chute projetteraient de développer des projets de cette nature en collaboration avec l'agente de développement de BBBB : un projet de cuisine collective pouvant s'approvisionner en partie aux boîtes de BBBB et un projet d'activité intergénérationnelle réunissant « *les aînés et l'école* ».

Pour leur part, certains organismes points de chute ne feraient pas appel à l'agente de développement de BBBB pour les **soutenir dans ces activités**, parce qu'ils auraient déjà développé une collaboration de ce type avec d'autres professionnels du milieu, notamment des nutritionnistes du réseau de la santé et des services sociaux. Les uns et les autres s'efforceraient alors de ne pas « *dédoubler* » ou « *répéter les affaires* », mais plutôt de travailler en demeurant « *en contact* » entre eux. Cela dit, parmi les informateurs, on a pu constater une connaissance inégale quant au rôle de soutien que pouvait jouer l'agente de développement de BBBB à l'égard des activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. On peut noter aussi que, selon un participant, la **fonction d'agente de développement** n'existerait pas dans les autres régions où le concept de BBBB a été mis en place, mais qu'elle y susciterait de l'intérêt. D'après lui, cette fonction permettrait de « *créer des liens plus forts entre les points de chute* » et de « *mieux les connaître* », ainsi que leur clientèle.

En ce qui concerne plus spécifiquement la **clientèle** qui devait être visée avec les activités de sensibilisation et d'éducation, les informateurs de ce groupe ont exprimé des points de vue différents. Certains affirmaient qu'ils auraient préféré ou qu'ils se seraient attendus à voir surtout les clients des boîtes prendre part à ces autres activités. Par exemple, ces derniers auraient pu « *être intéressés à savoir comment cuisiner* » le contenu de leur boîte. D'autres informateurs ont invoqué quelques raisons pour expliquer que la réalité était différente.



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

D'abord, ils ont convenu que ce n'était pas une obligation que les deux volets du projet BBBB s'adressent à la même clientèle. Un participant a mentionné que, dans des organismes où on jugeait que les ressources humaines s'investissaient beaucoup pour ce projet, on pouvait trouver normal que les clients des autres services soient rejoints. Par exemple, il pouvait apparaître pertinent d'offrir une dégustation de potage au brocoli à des personnes participant à un après-midi de jeu de cartes, même si peu d'entre elles étaient clientes des boîtes BBBB. Des informateurs ont expliqué, d'ailleurs, qu'il était souvent plus facile et préférable de profiter de telles opportunités plutôt que créer un événement exprès pour la tenue d'une activité du deuxième volet de BBBB.

Un informateur a précisé que, pour certaines activités proposées par l'agente de développement, notamment les dégustations, les points de chute n'avaient pas à disposer d'**équipements particuliers**, telle une cuisine. Dans ces cas, en effet, l'agente de développement apporterait « *tout, tout, tout* » et le responsable du point de chute n'aurait « *rien à faire* ».

Dans l'ensemble, les informateurs ont considéré que le **Bulletin** diffusé avec les boîtes de fruits et légumes était un moyen de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation qui était efficace et apprécié. Lors de la livraison des boîtes, selon un informateur, les clients manifesterait leur grand enthousiasme pour cette « *petite feuille* », en demandant par exemple au camionneur quel était le « *produit vedette* » cette fois-là. De même, dans un point de chute, le responsable de BBBB et les clients auraient pris l'habitude d'échanger au sujet des recettes du bulletin, vérifiant par exemple si elles avaient été essayées. Dans un autre, on aurait même choisi de s'en tenir au **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** comme seul moyen de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Dans un autre encore, par contre, le responsable de BBBB aurait pris l'initiative complémentaire, puis l'habitude de commander et de distribuer aussi à sa clientèle de BBBB différents documents sur la saine alimentation. La plupart seraient publiés par l'entremise du site « *plaisirlaitiers.com* ». Un informateur a souligné que l'agente de développement de BBBB pouvait aussi distribuer aux points de chute beaucoup de **documentation** ou d'« *outils* » de ce type.

- Dans le groupe des **clients**, les informateurs ont parlé de **différentes activités de sensibilisation et d'éducation** à la saine alimentation offertes dans leur point de chute ou plus largement dans leur milieu. Toutes n'étaient pas nécessairement en lien avec le projet BBBB. De même, tous les participants ne savaient pas qu'une personne, **l'agente de développement**, était employée par BBBB pour soutenir les points de chute dans l'élaboration de telles activités et pas nécessairement pour offrir elle-même ces activités sur place. Par exemple, un informateur a mentionné la présence, à son point de chute, d'une personne qui serait venue une fois faire « *des crèmes de céleri* ». Apparemment, il ne pouvait expliquer dans quel cadre se situait cette expérience, sinon qu'elle était en lien avec le projet BBBB et que c'était sans doute son responsable dans le point de chute qui avait « *suggéré ça* ». Il ajoutait avoir trouvé que « *c'était une bonne idée* » et que c'était « *cute* » et « *vraiment une bonne approche* ».

Parmi les différentes **activités identifiées**, une seule autre était associée directement au projet BBBB. Il s'agissait d'une cuisine collective recourant à une boîte « *de plus* » achetée à BBBB à cette fin par le responsable d'un point de chute. Quant aux autres activités de sensibilisation et d'éducation ayant cours dans leur milieu, les participants ont mentionné : des purées de bébé confectionnées avec le CLSC; des jardins surélevés; des collations santé; des dîners agrémentés notamment de napperons avec fruits et légumes, d'affiches et de ballons; la présence du Club des petits déjeuners à l'école; les règlements très stricts quant aux aliments permis à l'école pour les collations des enfants.

Interrogés sur **l'importance de ce type d'activité** de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation, les informateurs de ce groupe ont répondu à cette question en faisant des liens avec **la clientèle spécifique** qu'il fallait viser ou qu'il était possible de rejoindre avec de telles activités. Un informateur expliquait notamment que, même si on jugeait que c'était « *très important* », il y avait à son avis « *beaucoup de monde qui ont besoin d'être poussés pour y aller* ». Ainsi, de son point de vue, même les personnes qui achètent des boîtes de BBBB pourraient avoir « *besoin d'être sensibilisées* », mais elles ne feraient pas pour autant « *l'effort* » de participer à de telles activités. C'est pourquoi un autre suggérait de « *pousser davantage* » ce type d'activité « *au niveau des écoles* ». Ainsi, selon lui, les personnes associées à BBBB pourraient éventuellement « *aller parler, donner des feuillets aux enfants par l'entremise de l'école* ». Cela pourrait constituer également une forme de « *publicité* » pour le projet, mais risquerait d'entraîner la nécessité « *d'avoir plus de points de chute* ».

On peut noter qu'un informateur a émis un commentaire reliant le **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** au contenu des boîtes livrées aux clients. D'après lui, cet outil et notamment les recettes qui y étaient proposées était très apprécié par les clients. Toutefois, il signalait comme une petite faiblesse le fait que l'on ne retrouve pas tous les ingrédients des recettes dans les boîtes. Par exemple, il arrivait que les recettes nécessitent des herbes fraîches difficiles à trouver « *dans les petits villages* ».

3.2.7 L'adéquation des services

Avec le thème précédent, on souhaitait mieux comprendre le déroulement factuel des activités du projet BBBB qui avaient été implantées. C'est pourquoi les informateurs avaient été invités à décrire les modalités de fonctionnement des deux volets du projet BBBB, soit d'une part la préparation et la distribution des boîtes puis, d'autre part, les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation. Par la suite, l'adéquation de certains aspects particuliers de la distribution des boîtes, déjà évaluée par le moyen des questionnaires, a été abordée. Il s'agissait notamment des heures et des jours d'ouverture et de livraison, de la ponctualité des livraisons, de la publicité, des informations transmises sur les modalités de fonctionnement de BBBB, ainsi que du **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** lui-même. Les informateurs des trois groupes ont été en mesure de fournir des éléments d'appréciation pouvant compléter les résultats du questionnaire.

- Dans le groupe des **partenaires**, ce sont notamment les informateurs représentant des organismes points de chute qui ont exprimé leur opinion sur l'adéquation de différents aspects des services offerts dans le cadre du projet BBBB. Dans l'ensemble, leurs témoignages s'avéraient plutôt positifs.

En ce qui concerne d'abord la **transmission d'informations** sur le projet BBBB, une fois qu'un organisme avait accepté de devenir point de chute et de « *signer une entente de services* », les informateurs ont jugé dans l'ensemble qu'elle était adéquate. Selon un informateur, on leur remettait à cette occasion : des outils de promotion, des explications sur le fonctionnement général, des formulaires de commande, ainsi qu'une « *espèce de foire aux questions-réponses* ». Apparemment, ce « kit de départ » n'aurait pas été modifié. Par ailleurs, des informateurs ont affirmé qu'il n'avait pas nécessairement été retransmis tel quel du responsable du point de chute aux bénévoles ou employés qui allaient l'assister. Dans ces cas, il semble que l'essentiel des informations leur avaient été communiquées verbalement. Quelques points d'amélioration possible ont aussi été signalés, quant à la transmission d'informations sur le projet BBBB. Ainsi, deux participants étaient d'avis que le **nombre d'heures de travail nécessaires** à un point de chute pour chaque journée de livraison était mal expliqué au départ. D'après eux, il fallait considérer qu'il ne s'agissait pas de travail en continu, mais en partie d'heures de présence de bénévoles ou employés chargés d'accueillir les clients selon leurs disponibilités. De même, un participant affirmait que, dans les informations transmises au départ au futur point de chute, on évaluait mal le **nombre de bénévoles requis**, quand on disait qu'une seule personne était requise.

Également, des ajustements semblent avoir été nécessaires quant à l'information sur **ce que représente une portion** de fruits et légumes. Selon un informateur, certains points de chute pensaient que les boîtes ne contenaient pas les « *quantités suffisantes pour une semaine* » et c'est pourquoi il fallait « *expliquer aux gens c'est quoi une portion* ». Ce dernier disait faire référence, pour cela, au *Guide alimentaire canadien*. En outre, il fallait préciser aussi ce qu'on entendait par « *une petite famille* », c'est-à-dire « *deux adultes et un enfant d'âge moyen ou deux adultes et deux jeunes enfants* ». Par ailleurs, d'après un informateur, il avait fallu ajuster le contenu même des boîtes de petit format, pour les rendre conformes aux portions. Ainsi, au début, elles auraient été trop avantageuses pour les clients, puisqu'elles contenaient une valeur de « *170 % à 180 %* » des portions de fruits et légumes nécessaires pour une personne pour une semaine. Par contre, les informateurs ont déclaré qu'à leur avis, les clients avaient bien compris que le contenu de chaque boîte était calculé afin de répondre aux besoins d'une semaine, même si les livraisons étaient faites toutes les deux semaines. Ils avaient bien compris, également, qu'ils pouvaient à leur guise changer de format de boîte, d'une livraison à l'autre.

Parmi les autres aspects des services dont l'adéquation a été discutée dans ce groupe, il y a eu **les jours et les heures d'ouverture**. Si ceux-ci ont semblé convenir dans l'ensemble, certaines complications ont tout de même été mentionnées. Par exemple, un informateur expliquait qu'un organisme point de chute avait dû trouver un moyen de concilier dans les mêmes locaux la même journée la livraison des boîtes et la tenue d'une activité de formation. Pour cela, il avait fallu organiser des horaires précis, mais le problème se serait résolu autrement quand l'organisme avait pu disposer de nouveaux locaux. Dans un autre cas, un changement de la

journée de livraison, essayé une fois à la demande de l'équipe permanente de BBBB qui devait ajuster son circuit en raison de l'ajout de nouveaux points de chute, n'aurait « *pas du tout fait* » pour le point de chute dérangé. Le retour aux conditions précédentes aurait rétabli la situation.

Dans le même ordre d'idées, les **modifications au calendrier des livraisons** découlant des journées fériées semblent avoir été considérées comme une complication pour les points de chute. À ces occasions, en effet, l'équipe de BBBB s'est vue obligée de « *sauter la semaine* », notamment parce que ces congés surviennent souvent le lundi, journée qui s'avère être « *une journée clé, une des grosses journées* » de la semaine de production des boîtes. Un informateur expliquait qu'après le congé des Fêtes, le nombre de boîtes vendues avait significativement diminué, notamment auprès des personnes à faible revenu. Il ajoutait s'attendre à avoir aussi « *beaucoup de difficulté avec l'horaire d'été* », où l'on prévoyait une seule livraison par mois. Un autre participant expliquait que ce mode de fonctionnement avait été décidé pour tenir compte de la fermeture estivale de certains organismes points de chute et des vacances des employés de BBBB. Il ajoutait que le début des livraisons de l'automne avait été reculé d'une semaine, à la suite d'une analyse du calendrier, de manière à limiter, par la suite, les modifications dues à des jours fériés.

En ce qui concerne la **ponctualité des livraisons**, les informateurs ont témoigné de leur satisfaction générale. De même, ils laissaient entendre que le **matériel promotionnel** fourni par BBBB (affiches, dépliants, feuillets de recettes) était apprécié des points de chute. Des participants ont aussi souligné l'intérêt manifesté par les points de chute et par les clients quant à la provenance des fruits et légumes contenus dans les boîtes. Ils ont précisé qu'une information détaillée (localité) pour chaque produit était transmise aux points de chute et qu'une information plus générale (proportion de produits du Québec) était parfois incluse dans le *Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe*.

Enfin, un informateur a exprimé sa préoccupation au sujet de **l'organisme choisi pour devenir point de chute** du projet BBBB. À son avis, dans certains cas, l'image de l'organisme pouvait influencer sur le recrutement de clients. Il mentionnait, à titre d'exemple, le fait qu'un organisme d'entraide visant d'abord des personnes défavorisées pouvait rebuter des personnes potentiellement intéressées à BBBB, mais ne souhaitant pas être associées à une situation de pauvreté.

- Comme ceux du groupe des partenaires, les informateurs du groupe des **bénévoles et employés** ont été d'avis, généralement, que les services offerts dans le cadre du projet BBBB étaient plutôt adéquats. Puis, ils ont mentionné des éléments d'amélioration possible en fonction de quelques aspects particuliers de ces services.

À propos du « **kit d'information** » sur les modalités de fonctionnement du projet BBBB, un informateur a précisé qu'il avait été développé par « *toute une équipe de travail là-dessus* », et ce, en vue de pouvoir l'utiliser « *avant la première production* ». Apparemment, cet ensemble de documents, comportant entre autres choses « *un bon de commande* » et « *un document questions-réponses* », avait effectivement été diffusé dans les points de chute au moment visé. Toutefois, le constat a été fait sur place qu'il n'avait pas nécessairement été transmis aux

bénévoles dans les points de chute, par les responsables de BBBB. Il semble que, dans certains des organismes, le responsable de BBBB se chargeait de la prise de commande (utilisant sans doute l'outil proposé à cette fin), laissant aux bénévoles les tâches plus terre-à-terre de la réception et de la distribution des boîtes aux clients. Le responsable pouvait, tout de même, « *bien expliquer* » à son assistant le fonctionnement de BBBB en fonction des tâches qui lui étaient confiées et en s'appuyant sur les dépliants comme seuls documents écrits. De même, un certain perfectionnement de ce « *kit d'information de départ* » aurait apparemment été apporté (ajout d'un document *Excel* permettant notamment de distinguer les clients nouveaux et réguliers), mais les bénévoles concernés ne semblaient pas en avoir été informés davantage.

Des informateurs ont aussi discuté de l'adéquation des **outils de communication** développés dans le cadre de BBBB. Le principal mentionné était le bulletin, qu'un informateur a cependant identifié comme une « *fiche de recettes* ». Dans cet esprit, des participants ont laissé entendre qu'on y trouvait aussi de l'information sur les valeurs nutritives. Par contre, tous ne semblaient pas y avoir lu des informations annonçant l'évaluation en cours, si bien qu'un informateur s'interrogeait sur la possibilité que le **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** contienne « *trop de textes* », « *trop d'écrits* ». Les participants étaient aussi d'avis que, pour la transmission de certaines informations importantes, il pouvait s'avérer pertinent de multiplier les moyens utilisés. Par exemple, pour faire savoir qu'un changement au calendrier aurait lieu à cause des congés de Pâques, on aurait eu recours, en plus du bulletin, à des rappels par le camionneur, par les responsables de points de chute et, au besoin, par l'agente de développement de BBBB.

En ce qui concerne **les jours et les heures d'ouverture**, les informateurs ont d'abord jugé que, dans l'ensemble, ils convenaient aux points de chute et que ceux-ci n'avaient pas éprouvé de difficulté particulière à ce niveau. En outre, un participant a mentionné que les points de chute pouvaient, à leur discrétion, organiser des « *accommodements* » pour les clients incapables de venir chercher leurs boîtes aux heures prévues. Par exemple, ils pouvaient les entreposer jusqu'au lendemain, ou un bénévole pouvait les livrer chez ces clients ou encore les amener à son propre domicile où ces derniers concernés pouvaient plus facilement aller les chercher à un autre moment.

Puis, un informateur a raconté les circonstances d'une **modification** survenue à l'heure d'arrivée de la commande dans un point de chute. D'après lui, le point de chute et ses clients n'avaient pas été informés du fait qu'à partir de cette semaine-là, le camion arriverait deux heures plus tard qu'auparavant. Tous s'y seraient malgré tout adaptés par la suite. Un autre participant a expliqué que de tels changements avaient dû être apportés en raison de l'ajout d'un nouveau point de chute. Il aurait ainsi fallu ajuster tout le circuit de livraison en conséquence. En outre, on aurait « *sondé le terrain* » et « *testé* » auprès d'un point de chute, en janvier 2012, un changement de la journée de livraison, avant de revenir à « *l'ancienne journée* » qui convenait mieux à l'organisme. Des informateurs ont, par ailleurs, mentionné le fait que l'équipe permanente de BBBB fournissait aux points de chute un outil qui leur était utile : un calendrier des livraisons.

Des participants ont discuté également de la particularité des **activités de sensibilisation et d'éducation** à la saine alimentation, en regard des heures où elles étaient offertes. Un informateur convenait que, pour les clients qui travaillaient, il serait plus intéressant de tenir ces activités en soirée si l'on souhaitait qu'ils y prennent part. Par contre, un autre faisait remarquer que, dans un point de chute dont la majorité des clients étaient des personnes âgées, on pouvait tenir ces activités pendant la journée. Pour sa part, un autre participant était d'avis qu'il demeurerait difficile de « *retenir les gens pendant deux heures* », même si l'agente de développement de BBBB « *s'occupe de tout* ». C'est pourquoi, selon cet informateur, le type d'activité le plus approprié, pour ce second volet du projet, serait les dégustations. Par ailleurs, un informateur a exprimé la possibilité que « *le besoin* » pour ce type d'activité puisse provenir de l'équipe permanente de BBBB plutôt que des organismes points de chute ou des milieux où ils étaient implantés. Ainsi, l'équipe de BBBB devait prendre garde à ne pas « *s'imposer trop* » aux points de chute.

Pour ce qui est de la **punctualité des livraisons**, les participants étaient pratiquement unanimes à juger qu'elle était très adéquate (« *parfaite* » ou « *correcte* »), notamment ceux des points de chute. Pour leur part, les informateurs de l'équipe permanente de BBBB ont expliqué les modalités de fonctionnement mises en place afin d'assurer le plus grand respect des heures de livraison convenues. D'abord, l'un d'eux a souligné que des imprévus (un point de chute ne faisant pas de commande une semaine, par exemple) pouvaient toujours bousculer la logistique d'un circuit de livraison et que les points de chute en avaient été informés au moment où ils s'étaient engagés dans le projet. Ces derniers avaient, en conséquence, été invités à « *avoir une certaine flexibilité* » à cet égard. L'informateur précisait que le camionneur demeurait en communication avec le chargé de projet de BBBB. Ainsi, advenant que les horaires soient « *bousculés de deux heures* », mais pas de « *plus ou moins 40 minutes* », il contactait l'agent de projet qui, lui, avisait les points de chute concernés. D'après un participant, ce serait arrivé une seule fois qu'un « *retard sur la production* » ait entraîné un retard dans les livraisons. Autrement, même si « *sur la route on peut jamais savoir* », le camionneur s'efforceraient de « *toujours arriver dans les temps tout le temps* ».

Au sujet de la **publicité**, les informateurs ont d'abord laissé entendre que celle qui était déployée par BBBB (dépliants et affiches) était adéquate et qu'elle permettait généralement de vendre le nombre de boîtes souhaité dans la plupart des points de chute. Puis, certains ont mentionné qu'ils n'avaient pas tout le contrôle sur l'information diffusée et ses conséquences quand ils étaient en lien avec des médias. Ils ont raconté deux exemples, l'un dans les Laurentides et l'autre dans Lanaudière, où des articles de journaux sur le projet BBBB avaient eu des effets inattendus sur la demande pour les boîtes de fruits et légumes. Ainsi, après la publication d'articles faisant suite à des conférences de presse sur le projet, des personnes auraient exprimé leur incompréhension quant à l'inexistence de points de chute dans des municipalités où les citoyens recevaient les journaux concernés.

Dans cette foulée, les informateurs se sont intéressés à **l'ouverture de nouveaux points de chute**. La demande leur apparaissant croissante pour les boîtes de fruits et légumes de BBBB, ils jugeaient à propos de s'organiser pour « *grossir* », et ce, autant dans les Laurentides que dans Lanaudière, afin de desservir les MRC et les municipalités où aucun point de chute n'était

encore implanté. Selon un participant, le futur entrepôt lanaudois finirait par « être probablement quelque chose d'indépendant » alors que, dans celui des Laurentides, « le travail sur le plancher ne serait pas changé de grand-chose ». Quant à la façon de déterminer « quels territoires seraient considérés comme prioritaires pour être desservis », un informateur a expliqué que ce serait « une décision qui se fait dans un comité », par le moyen d'une « évaluation du potentiel de chaque endroit ». Parmi les critères de sélection pris en compte, il mentionnait : « la nécessité d'aller là », « la logique du trajet de livraison » et le caractère « faisable » en fonction de considérations « économiques et écologiques ». L'informateur ajoutait que les milieux urbains n'étaient pas « automatiquement exclus », notamment dans l'expansion envisagée dans les Laurentides.

- Lors du groupe de discussion avec les **clients**, ces derniers ont aussi exprimé des commentaires quant à l'adéquation des services qu'on leur avait offerts dans le cadre du projet BBBB. Ceux-ci demeuraient teintés de la perspective limitée que leur conférait leur statut de prestataires de ces services, situés au bout du processus élaboré et pris en charge par d'autres. Dans le fond, ce qui les intéressait, c'était que ces services répondent à leurs attentes personnelles, aux raisons qui les avaient amenés à s'y inscrire.

À propos de **l'information ayant circulé** sur le projet BBBB, ils ont jugé qu'elle leur avait suffi pour s'y inscrire. Un seul jugeait qu'il savait tout sur ce projet, notamment parce qu'il avait complété l'information diffusée par le biais du dépliant par des explications transmises par la directrice, laquelle lui avait « tout expliqué comment ça fonctionnait ». Dans les autres cas, les participants ont laissé entendre que, par rapport au service de distribution de boîtes de fruits et légumes, ils avaient « embarqué là-dedans et posé des questions après », qu'ils n'avaient pas « cherché tellement d'information » au-delà du dépliant.

Dans ce groupe, également, une partie des échanges touchant l'adéquation des services de BBBB a porté sur les finalités poursuivies par le recours à la **publicité** visant à faire connaître le projet. À ce propos, les informateurs se demandaient s'il serait ou non avantageux économiquement d'**augmenter le nombre de clients**. Certains étaient d'avis que l'augmentation globale consécutive du volume des achats permettrait d'obtenir un prix de gros réduit, lequel pourrait se traduire par une diminution du prix des boîtes individuelles. Un participant croyait également que cette plus grande capacité d'achat pourrait se traduire par une plus grande variété de fruits et légumes dans les boîtes. Dans cet esprit, on jugeait qu'il ne faudrait pas viser à fixer « une limite » au nombre de boîtes que l'on souhaitait distribuer. Un informateur affirmait « avoir confiance à l'abondance ». Un des participants a notamment suggéré des endroits où on pourrait diffuser les affiches du projet BBBB : aux points principaux du village, dans une maison de la famille, dans les petits magasins locaux où il y a « toujours un babillard » et dans les écoles. D'autres, par contre, craignaient que l'augmentation du nombre de clients et de boîtes entraîne la nécessité d'engager plus de personnes pour gérer le projet, ce qui mènerait plutôt à une augmentation du coût des boîtes individuelles.

Du point de vue de trois des quatre informateurs de ce groupe, les **heures et journées d'ouverture** des points de chute étaient adéquates. Pour le quatrième participant, la difficulté concernait le fait qu'il prévoyait retourner au travail. Dans ce cas, il devait envisager de

s'organiser avec une personne qui pourrait « *aller chercher sa boîte pour lui* », comme certains clients le feraient déjà pour d'autres.

Un participant a exprimé le souhait qu'un **deuxième point de chute** soit ouvert dans sa municipalité. Il ajoutait que cela « *demanderait encore du bénévolat* ».

3.2.8 L'adéquation des produits

Le thème de l'adéquation des produits, comme celui de l'adéquation des services, devait permettre de compléter les résultats obtenus à ce sujet par le moyen des questionnaires. Les aspects abordés étaient les suivants : le nombre et le format des boîtes, la quantité de fruits et légumes contenus dans celles-ci, ainsi que leur qualité et leur variété. Les propos des informateurs des trois groupes mettent en lumière, effectivement, des éléments d'ajustement possible à certains de ces aspects.

- Parmi les représentants d'organismes **partenaires**, les informateurs étaient d'avis, de façon générale, que les fruits et légumes livrés dans les boîtes de BBBB étaient adéquats. Ils ont cependant mentionné quelques ajustements ayant été apportés afin de régler de petits problèmes qui s'étaient présentés depuis le début des livraisons.

En ce qui concerne la qualité des produits, celle-ci a été jugée dans l'ensemble adéquate. Des participants ont mentionné être eux-mêmes des clients satisfaits à cet égard. L'un d'eux a raconté qu'il avait l'habitude d'ouvrir les boîtes à leur arrivée au point de chute et que « *l'odeur* » se dégageant des produits témoignait de leur fraîcheur. Un informateur a toutefois mentionné qu'une seule fois, un client avait décidé de ne pas reprendre de boîtes en raison d'une « *histoire de piment* » qui avait « *coulé* ».

À propos de la variété ou de la diversité des produits, des informateurs ont signalé le fait que, pendant l'hiver, les boîtes auraient contenu « *tout le temps les mêmes affaires* ». Il s'agissait, en fait, des betteraves et navets qui avaient été remplacés par d'autres produits, à la suite de nombreuses plaintes exprimées.

Pour ce qui est des quantités de produits contenus dans les boîtes, en fonction des formats, des participants des points de chute ont souligné la nécessité d'exercer une certaine surveillance à cet égard et de bien expliquer aux clients les différences. Ainsi, l'un d'eux a raconté qu'à son point de chute, à toutes les livraisons, les boîtes étaient ouvertes afin de prendre en note le contenu de celles de chacun des formats. Un autre a précisé que, parfois, ce n'était pas seulement les quantités des mêmes produits qui variaient en fonction des formats. Il pouvait arriver, par exemple, qu'il y ait parfois « *un produit différent dans la grosse boîte qu'il n'y a pas dans les autres boîtes* » ou encore « *un produit de moins dans la petite boîte* ». Dans l'ensemble, les gens seraient « *très satisfaits* » du contenu de leurs boîtes, même si on ne pouvait pas faire « *plaisir à tout le monde* » et qu'il y en aurait « *toujours une couple pour qui il n'y en aurait jamais assez* ». Généralement, la plupart des clients seraient conscients que « *s'ils allaient à l'épicerie, ça leur coûterait pratiquement le double* ».

- Dans le groupe des **bénévoles et employés**, les propos des informateurs tendaient à montrer que, dans l'ensemble, les produits leur semblaient adéquats. Ils comportaient quand même des commentaires identifiant quelques éléments plus problématiques, proposant des solutions ou fournissant des explications aux situations observées.

Au sujet des **quantités** de fruits et légumes contenus dans les boîtes, des participants ont comparé les trois formats proposés. Certains étaient d'avis que la petite boîte pour une personne apparaissait nettement dégarnie par rapport aux deux autres. Il semble que le contenant était démesuré par rapport au contenu. En conséquence, on suggérait de « *rapetisser la boîte pour que ça paraisse un peu mieux* ». D'après un informateur, certains légumes plus fragiles pouvaient aussi bouger et être endommagés dans le transport. Du point de vue d'un autre, on pourrait résoudre ce problème en insérant des « *journaux taponnés* » dans les boîtes et en continuant à les manipuler avec soin. Selon lui, il fallait conserver les boîtes actuelles « *toutes pareilles* » qui facilitaient le transport pour le camionneur.

Des informateurs ont aussi fait état d'une évolution observée dans les commandes de boîtes plus grosses (format familial) dans certains points de chute. Dans un cas, le participant expliquait l'augmentation de l'achat des boîtes de ce format par le fait que les clients avaient d'abord « *essayé* » la formule BBBB avec les plus petits formats, avant de « *l'adopter* ». Pour sa part, un autre mentionnait plutôt « *une petite problématique* » avec les grosses boîtes qui n'auraient « *pas été composées tout à fait comme il faut* », surtout en termes de quantité. Après une analyse de leur contenu sur quelques livraisons réalisées par l'agente de développement de BBBB, en collaboration avec « *l'équipe de Moisson, de Bonne Boîte Bonne Bouffe Montréal* », il y aurait eu « *beaucoup d'ajustements* ».

Des participants ont fait une mise au point au sujet des quantités contenues dans les différents formats de boîtes en fonction du nombre de portions visé. Ils ont expliqué que les ajustements au contenu des boîtes avaient été apportés justement sur la base du calcul des portions. À cet égard, on aurait constaté que les petites boîtes étaient au départ « *toujours en surplus* », comportant parfois jusqu'au « *double* » des portions nécessaires à un adulte pour une semaine (donc deux fois 35 à 40 portions). Le rééquilibrage aurait donc consisté à transférer des quantités des petites boîtes à celles de format familial, pour lesquelles on devait atteindre 126 portions, soit les quantités nécessaires pour une petite famille de deux adultes et deux jeunes enfants. Un informateur ajoutait, à titre d'exemple, qu'une pomme de terre pouvait représenter trois portions. Selon un autre participant, il arrivait encore dans son point de chute, après ces ajustements, que des clients affirment que les petites boîtes contenaient « *trop* » de fruits et légumes pour une personne.

La discussion a aussi mis en évidence l'ignorance persistante de certains participants, même sur place, quant au nombre de semaines de consommation considérées dans le calcul du contenu des boîtes. Autrement dit, des informateurs croyaient qu'une boîte devait répondre aux besoins des clients pour deux semaines, alors qu'elles contenaient plutôt un nombre de portions pour une semaine (pour une personne, deux personnes ou une petite famille, selon le format).

Par ailleurs, dans une perspective de **rapport quantité/prix**, deux participants ont discuté longuement du cas d'une cliente très insatisfaite du contenu de sa boîte, jugeant que c'était « *trop cher* ». Le responsable du point de chute l'aurait encouragée à expliquer son problème à l'agente de développement de BBBB, par téléphone. Ce dernier aurait été « *incapable de placer un mot* » dans cette conversation téléphonique. Une suggestion a été formulée voulant que, dans de prochains cas similaires, le responsable du point de chute téléphone lui-même à l'agente de développement de BBBB afin qu'ils trouvent ensemble une solution à proposer au client insatisfait.

D'après un informateur d'un point de chute, une insatisfaction générale de « *presque tous les clients* » aurait été expérimentée lors d'une des livraisons. À cette occasion, les clients se seraient plaints d'un manque « *en quantité puis en qualité* », à tel point que certains d'entre eux auraient par la suite « *passé un tour, une livraison* ».

Des informateurs ont, pour leur part, signalé des problèmes occasionnels touchant essentiellement la **qualité** des produits. Il serait arrivé, par exemple, que des kiwis et des cantaloups contenus dans des boîtes livrés aux points de chute soient apparus « *mous* » et « *pas bons* » ou encore que des clients aient jeté des tomates vertes. Dans le premier cas, un participant expliquait que les fruits auraient pu avoir gelé et que cela aurait pu ne pas être détecté lors du contrôle de la qualité. Un autre ajoutait que, de toute façon, on pouvait aussi acheter à l'épicerie des produits, comme des pommes, qui semblaient beaux en apparence, mais qui pouvaient s'avérer en bonne partie « *pourris* » à l'intérieur. Pour ce qui est des tomates vertes, elles auront été l'occasion pour certains clients d'apprendre à ne pas les conserver au réfrigérateur de façon à les laisser mûrir. Ce serait d'ailleurs, d'après un informateur, un « *truc* » qui pourrait être « *mis dans le Bulletin* » afin d'être partagé. D'autres informateurs ont tenté de comprendre si des lacunes dans le fonctionnement du système d'approvisionnement de BBBB pouvaient expliquer les problèmes occasionnels observés dans la qualité de certains fruits. Leurs propos ont surtout mis en évidence leur méconnaissance de ce système : Qui choisit les fruits et légumes? Fait-on appel à un grossiste qui dessert l'entrepôt de Montréal? Quel est le point de départ des produits qui seront mis en boîte et envoyés aux points de chute? Etc.

Des participants ont expliqué comment fonctionnait le « **contrôle de la qualité** » mis en place dans le projet BBBB. Ils ont précisé que la journée du lundi, pendant la semaine de production, était consacrée à cette activité, laquelle avait lieu à l'entrepôt de BBBB Montréal. S'y retrouvaient des personnes des différentes équipes de BBBB, soit celles de Montréal, Laval et la Rive-Sud, en plus de celle de Lanaudière-Laurentides, qui avaient formé ensemble un « *groupe d'achats* » en gros. Ainsi, avant que chacun « *prenne sa part nécessaire pour la production* », c'est-à-dire les quantités de fruits et légumes en vrac nécessaires à l'assemblage du contenu de leurs boîtes respectives, tous procédaient ensemble au contrôle de la qualité. Si des problèmes de qualité étaient détectés, par exemple des concombres mous, les représentants des différents groupes devaient s'organiser pour que les denrées déficientes soient remplacées, en collaboration avec l'équipe de BBBB Montréal. Dans le cas de BBBB Lanaudière-Laurentides, un informateur a précisé que c'était le camionneur qui devait informer le responsable de BBBB Montréal de la nécessité d'échanger des denrées.

Quant à la **variété** des fruits et légumes, les informateurs ont laissé entendre qu'elle était adéquate, puisque les clients pouvaient observer « *un bon changement* » entre les différentes livraisons, de manière à ce que ça ne soit pas « *toujours la même chose* ». Un autre était d'avis que le manque de variété pouvait s'expliquer par la saison hivernale, des réserves limitées et la nécessité de trouver de nouveaux fournisseurs.

- Les discussions sur l'adéquation des produits qui se sont tenues dans le groupe des **clients** ont mis en évidence à la fois les limites de leurs connaissances à propos de certains aspects de ce thème et leurs façons personnelles de s'adapter au contenu des boîtes achetées.

Au sujet de la **quantité** de fruits et légumes contenue dans les boîtes, plusieurs informations inexactes ont été exprimées par des informateurs. Ainsi, l'un d'eux croyait que les quantités étaient calculées pour « *durer deux semaines* », alors qu'après une semaine, il constatait qu'il n'avait « *plus rien* ». Un autre affirmait ne pas savoir si les quantités étaient calculées pour une ou deux semaines. Un autre encore confondait le concept de portion avec celui de « *bouchée* ». Pour ce qui est des formats de boîtes, les informateurs semblaient bien connaître les différences entre les trois et notamment les quantités contenues en fonction des prix (à 7 \$, à 10 \$ et à 16 \$). Selon un informateur, les trois formats contiendraient « *les mêmes affaires* », mais on en trouverait « *juste en plus grosses quantités* » dans les formats moyen et grand.

À propos de la **qualité** des produits, les participants ont plutôt mentionné des problèmes occasionnels. Par exemple, il a été question de mangues et de kiwis trop mous qui avaient dû être jetés ou de kiwis trop durs. Selon les cas, les clients avaient ou n'avaient pas signalé le problème au responsable de leur point de chute. Dans un cas, l'informateur jugeait que le problème était seulement un « *incident isolé* » et qu'il n'aurait pas valu la peine d'en faire état. Selon un participant, d'ailleurs, on pouvait aussi acheter à l'épicerie des fruits et légumes de belle apparence qui « *ne se gardent pas bien bien longtemps non plus* ». Dans un autre cas, le client informateur avait jugé important de « *le dire* », de manière à ce que « *les choses puissent être réajustées* ». D'après lui, d'ailleurs, le responsable de son point de chute était lui-même « *à l'affût* » de ces petits problèmes et désireux d'y apporter des solutions. Et en effet, après les signalements, il y aurait eu des améliorations constatées. Pour sa part, un informateur était d'avis que les produits étaient en général de bonne qualité et il associait ce constat à leur provenance plutôt locale.

Quant à la **variété** des fruits et légumes obtenus dans les boîtes de BBBB, un informateur était d'avis que « *certain légumes revenaient souvent* », notamment les patates, carottes, navets et betteraves. Il ajoutait aussi qu'il n'y avait « *pas assez de fruits par rapport aux légumes* », si bien qu'il fallait acheter des fruits à l'épicerie pour compléter. Il ajoutait, en comparaison, que son fils achetait des paniers de fruits et légumes par l'intermédiaire d'Équiterre et qu'il obtenait « *une variété de légumes incroyable* », mais également moins de variétés dans les fruits.

En ce qui concerne les **moyens d'adaptation** développés par les clients afin d'ajuster les boîtes proposées à leurs besoins, certains ont mentionné qu'ils pouvaient acheter des formats différents d'une commande à l'autre ou encore acheter plus d'une boîte (par exemple en jumelant « *une boîte à 16 \$ puis une boîte à 7 \$* ») à une commande. Dans un autre cas, une

personne choisissait plutôt de partager une petite boîte avec une amie. Des participants ont aussi expliqué que, devant les quantités plus importantes de certains légumes (carottes, navettes, patates et betteraves), ils avaient pris l'habitude d'en accumuler des « réserves » ou encore de les transformer en conserves (les betteraves). De leur point de vue, cette situation n'était pas un problème.

3.2.9 La satisfaction globale des clients

Au terme de l'entrevue, une question de synthèse portait sur la satisfaction globale des clients à l'égard des services et des produits obtenus.

- Du point de vue des **partenaires**, les clients étaient généralement satisfaits des **services obtenus** dans le cadre du projet BBBB. Un informateur d'un point de chute a ajouté que les personnes « du bureau » étaient aussi « contentes d'offrir ces boîtes-là ». À son avis, aussi, elles « aimaient ça en parler », parce qu'elles « savaient que c'était du bon produit ». Selon un participant d'un autre point de chute, les clients de celui-ci étaient aussi satisfaits des services obtenus, c'est-à-dire surtout de la distribution des boîtes de fruits et légumes. Par contre, il précisait que son organisme n'avait pas déployé beaucoup d'efforts supplémentaires en vue de promouvoir la saine alimentation. Un autre a expliqué qu'il ne s'agissait pas d'une « obligation », mais plutôt d'un service offert par la permanence de BBBB, en vue d'amener les clients du projet à « découvrir des choses ». D'après lui, par exemple, une dégustation de céleri-rave offerte dans un autre point de chute avait été « un succès ».

Dans cette foulée, les informateurs de ce groupe ont affirmé simplement que « oui », les clients étaient également satisfaits, dans l'ensemble, des **produits obtenus** dans le cadre de BBBB.

- Dans le groupe des **bénévoles et employés**, les informateurs ont parlé seulement de la satisfaction des clients à l'égard du **service de distribution de boîtes** de fruits et légumes. Selon un participant, le fait que les clients « revenaient » montrait qu'ils étaient satisfaits. De même, d'après un autre, on pouvait faire un constat similaire en observant l'augmentation du nombre de commandes.

En ce qui concerne la satisfaction des clients par rapport aux **produits obtenus**, un informateur a déduit qu'elle était positive. Il a expliqué que, dans son point de chute, les clients avaient au départ « testé » la qualité de ces produits en achetant les boîtes de petit format, puis qu'ils avaient par la suite choisi d'acheter celles de plus grand format.

- Dans le groupe des **clients**, le thème de la satisfaction a été abordé par le biais des **améliorations à apporter** éventuellement au projet. Le seul élément mentionné a concerné la publicité dont il faudrait « plus », afin d'augmenter le nombre de clients. À ce sujet, toutefois, un informateur s'interrogeait sur la possible limite (du nombre de clients) fixée par les promoteurs et responsables de BBBB.

3.2.10 Les effets du projet sur les clients

La dernière question de synthèse portait sur les effets éventuels sur les clients de leur participation au projet BBBB. En fait, on demandait aux informateurs ce que, d'après eux, le projet apportait aux clients qui y prenaient part.

- Parmi les **partenaires**, l'un d'eux a donné à cette question une réponse plutôt personnelle, considérant qu'il était lui-même un client du projet. Il a affirmé qu'il faisait maintenant plus de recettes et qu'il mangeait plus de légumes. En s'appuyant sur des témoignages autour de lui, il supposait qu'il en était de même pour les autres clients. Afin d'illustrer une situation similaire, un autre participant a raconté qu'un client plaçait devant son réfrigérateur le **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** et qu'il le laissait là jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de légumes dans le réfrigérateur. Ce client lui aurait aussi déclaré qu'il mangeait maintenant plus de légumes.

D'après deux informateurs, le seul fait de considérer que les clients pouvaient manger plus de légumes constituait un apport qui ne pouvait être « *que bénéfique* ». Pour l'un d'eux, c'était un constat qu'il trouvait « *le fun* ». De plus, ce dernier ajoutait que les clients pouvaient avoir accès, « *surtout en hiver* », à des produits québécois. En outre, les familles pouvaient « *en avoir plus pour leur argent* ».

Enfin, l'aspect éducatif du projet a été abordé par deux informateurs. D'après l'un d'eux, le **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** était en soi une source d'information fort intéressante pour les clients qui prenaient la peine de le lire. En outre, il précisait que lui-même le recevait par Internet et qu'il appréciait particulièrement « *l'histoire du produit* » qu'il y trouvait. L'autre informateur a mentionné que le projet permettait aux clients de « *découvrir certains produits* », par exemple le céleri-rave, ainsi que « *les recettes qui vont avec* ».

- Selon les **bénévoles et employés**, le projet BBBB apportait surtout aux clients « *une bonne* » ou « *une meilleure* » nutrition, ainsi que « *de la connaissance* » et « *la découverte* » de nouveaux produits et recettes. Un informateur a précisé qu'il appréciait beaucoup, personnellement « *le légume-mystère* ». Un autre trouvait particulièrement intéressant que le projet BBBB permette de « *connaître encore plus les produits qui viennent de chez nous* », dont « *les racines* » qu'il aidait à « *réapprivoiser* ». Celui-ci souhaitait même que BBBB aide à explorer des légumes « *négligés* » tel le topinambour.
- Du point de vue des **clients** eux-mêmes, leur participation au projet BBBB les conduisait à expérimenter des effets similaires à ceux identifiés par les informateurs des deux autres groupes. Ils ont mentionné ainsi : la découverte de nouveaux fruits et légumes et de recettes, la possibilité de s'habituer à une saine alimentation, l'accès facilité à « *des fruits et légumes frais proches* », lesquels étaient « *de qualité* » malgré un budget réduit. Deux personnes affirmaient malgré tout que la participation à ce projet pouvait être, pour des clients comme eux, « *un petit luxe qu'on se paye* ».

En outre, un informateur a mentionné l'aspect de « *l'évolution environnementale* » à laquelle contribuait le projet BBBB, en lien avec « *l'aide aux agriculteurs locaux* ». Un autre a dit apprécier le fait que « *quelqu'un choisisse pour lui* » le contenu de sa boîte, étant donné qu'il « *détestait faire la commande* ».

En ce qui concerne l'aspect éducatif de BBBB, les participants ont parlé surtout du **Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe** qui était très aimé, autant pour les recettes que pour l'information qu'on y trouvait sur « *ce que contiennent les aliments* ». L'un d'eux soulignait que cet outil lui apparaissait « *très bien fait* », ajoutant que « *vraiment on voit qu'il y a de la recherche* ». D'ailleurs, les échanges entre les participants témoignaient d'une certaine attente qu'ils avaient développée envers ce bulletin, si bien qu'ils étaient déçus quand ils ne le retrouvaient pas dans leur boîte. L'un d'eux a mentionné qu'il avait même pris l'habitude de se le procurer par Internet, ce qui lui permettait de se préparer au contenu de sa boîte.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALAIN, Marc. « Des systèmes de classification des modèles d'évaluation de programmes d'intervention psychosociale à une proposition de modèle intégrateur. Les trois phases du cube : AVANT-PENDANT-APRÈS », *Élaborer et évaluer les programmes d'intervention psychosociale*, Marc Alain et Danny Dessureault (dir.), Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, p. 9-28.

AUMONT, Nicky, et Hélène JOLIN. *Étude exploratoire en vue de l'implantation d'un projet Good Food Box (Bonne boîte, Bonne bouffe) à Montréal. Rapport final soumis à la Table de concertation sur la sécurité alimentaire de Notre-Dame-de-Grâce*, Montréal, Saint-Jean-sur-Richelieu, P.A.I.R. INC., 2006, 78 p.

BIBERSTEIN, René, et Mark-Jan DAALDEROP. *The Good Food Box : a Manual. How to Start a Program In Your Community*, Toronto, Food Share, 2008, 108 p.

CENTRAIDE DU GRAND MONTRÉAL. « Le programme Bonne Boîte, Bonne Bouffe : une boîte surprise pour mieux se nourrir! », *Journal Centraide*, vol. 23, no 01, hiver 2009, p. 2.

CHAMPAGNE, François, Astrid BROUSSELLE, Zulmira HARTZ, André-Pierre CONTANDRIOPOULOS et Jean-Louis DENIS. « L'analyse de l'implantation », *L'évaluation : concepts et méthodes*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2010, p. 225-248.

FONDS POUR LA PROMOTION DES SAINES HABITUDES DE VIE. *Cadre de suivi et d'évaluation à l'attention des promoteurs nationaux et régionaux*, 25 p.

JOLY, Jacques, Luc TOUCHETTE et Robert PAUZÉ. « Les dimensions formative et sommative de l'évaluation d'implantation d'un programme. Une combinaison des perspectives objective et subjective en lien avec les modèles d'évaluation basés sur la théorie des programmes », *Élaborer et évaluer les programmes d'intervention psychosociale*, Marc Alain et Danny Dessureault (dir.), Québec, Presses de l'Université du Québec, 2009, p. 117-145.

LACHARITÉ, Carl. « La dimension formative du bilan d'implantation. Des suites d'un programme à l'état des acquis subjectivement perçus par les intervenants au programme », *Élaborer et évaluer les programmes d'intervention psychosociale*, Marc Alain et Danny Dessureault (dir.), Québec, Presses de l'Université du Québec, 2009, p. 221-240.

LECLERC, Bernard-Simon, Louise LEMIRE et Céline POISSANT. *La fonction évaluation à la Régie régionale de la santé et des services sociaux de Lanaudière. Cadre de référence pour une démarche participative*, Saint-Charles-Borromée, Régie régionale de la santé et des services sociaux de Lanaudière, Direction de santé publique, Service de connaissance/surveillance/recherche/évaluation, 2000, 65 p.

MAYER, Robert, et Francine OUELLET. *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*, Montréal, Gaëtan Morin Éditeur, 1991, 537 p.

MIEWALD, Christiana, Herb BARBOLET, Vijay CUDDEFORD, Susan KURBIS, Janine DE LA SALLE et Dave WHITTING. *Community Food System Assessment Guide for British Columbia*. Burnaby, Simon Fraser University, 2007, 97 p.



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

MOISSON MONTRÉAL. *Bonne Boîte Bonne Bouffe*, site Internet consulté le 1^{er} mars 2011 : <http://www.moissonmontreal.org/fr/projets.html>

POISSANT, Céline. *Proposition d'évaluation de l'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière de 2011 à 2013*, Joliette, Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière, Direction de santé publique, Service de surveillance, recherche et évaluation, 2011, 20 p.

SCHARF, Kathryn. *The Good Food Box : Assessing the economic impacts of non-profit food distribution. Written for the newsletter of the United States Community Food Security Coalition, Food Share*, site Internet consulté le 23 février 2011 : <http://www.foodshare.net/goodfoodbox13.htm>

SERVICE DE SURVEILLANCE, RECHERCHE ET ÉVALUATION. *Une démarche participative et négociée pour l'exercice de l'évaluation. Cadre de référence à la Direction de santé publique et d'évaluation de l'Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière*, Joliette, Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière, Direction de santé publique et d'évaluation, Service de surveillance, recherche et évaluation, 2011, 66 p.

SMITS, Pernelle, et Jules VANIÉ. *Évaluation externe du programme Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB)*, Montréal, VS Expertise, 2009, 110 p.

TABLE DES PARTENAIRES DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL DE LANAUDIÈRE. *Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière-Laurentides. Le modèle logique (plan stratégique)*, Fonds pour la promotion des saines habitudes de vie, Joliette, 2010a, 1 p.

TABLE DES PARTENAIRES DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL DE LANAUDIÈRE. *Plan d'action BBBB*, Joliette, 2010b, 7 p.

TABLE DES PARTENAIRES DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL DE LANAUDIÈRE. *Bonne boîte, Bonne Bouffe Lanaudière-Laurentides, Formulaire pour le dépôt d'un projet régional*, Société de gestion du Fonds pour la promotion des saines habitudes de vie, Joliette, 2009a, 22 p.

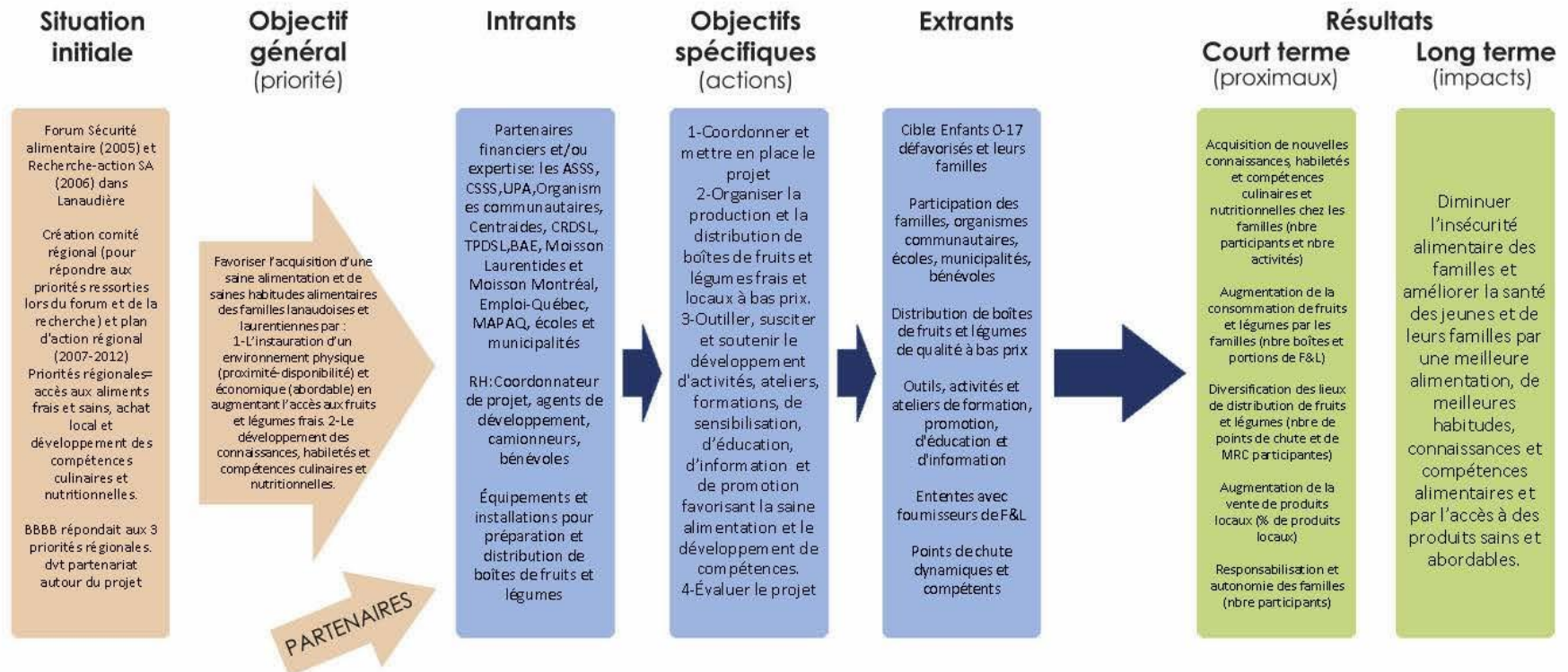
TABLE DES PARTENAIRES DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL DE LANAUDIÈRE. *Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB). Un projet novateur pour la saine alimentation des personnes*, Joliette, 2009b, 2 p.

WERNER, A. *A Guide to Implementation Research*, Washington, The Urban Institute Press, 2004.

Annexe 1

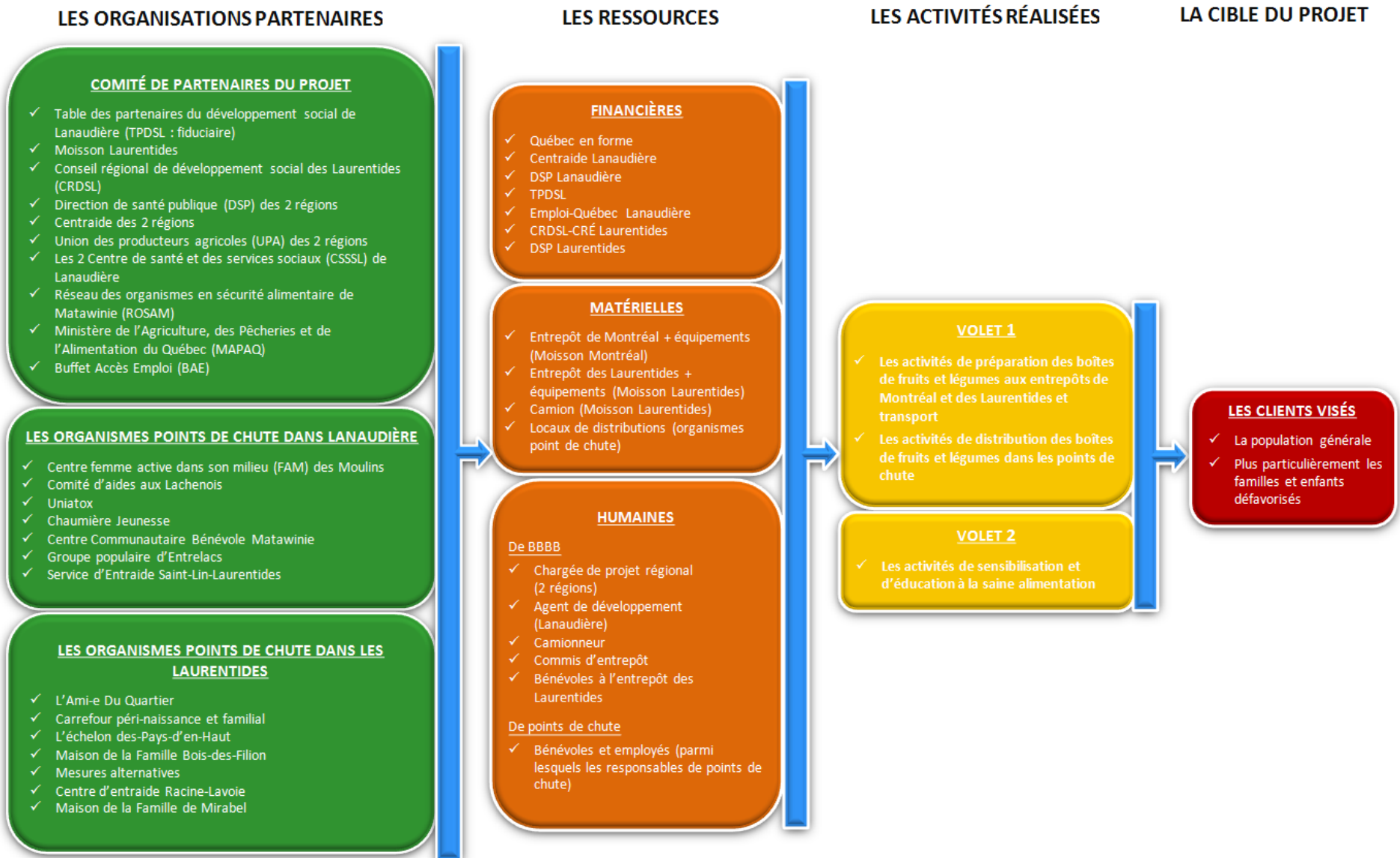
MODÈLE LOGIQUE DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE LANAUDIÈRE-LAURENTIDES

LE MODÈLE LOGIQUE (plan stratégique)



Annexe 2

**SCHÉMA DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE LANAUDIÈRE-LAURENTIDES
LORS DE LA PREMIÈRE ANNÉE DE SON IMPLANTATION**



LISTE DES TABLEAUX EN ANNEXE

Tableau 1	Résultats Q5P : Aspects de la planification du projet auxquels l'organisation a collaboré selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	151
Tableau 2	Résultats Q6P : Appréciation du déroulement d'aspects de la planification du projet selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	152
Tableau 3	Résultats Q12P : Principal apport de l'organisme au projet BBBB selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	153
Tableau 4	Résultats Q9P : Appréciation du déroulement d'aspects du projet BBBB selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	154
Tableau 5	Résultats Q5B : Appréciation du déroulement d'aspects en lien avec l'organisation et la gestion du projet BBBB selon les bénévoles et employés	155
Tableau 6	Résultats Q7P : Appréciation du déroulement d'aspects de la concertation des partenaires selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	156
Tableau 7	Résultats Q4P : Principale raison de la collaboration de l'organisme au projet BBBB selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	157
Tableau 8	Résultats Q11P : Intention de poursuivre la participation au projet pour l'an prochain selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	158
Tableau 9	Résultats Q2B : Principale raison ayant donné le goût aux bénévoles et employés de participer à la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB selon les bénévoles et employés	159
Tableau 10	Résultats Q10B : Éléments susceptibles de faciliter le recrutement de bénévoles pour participer à la préparation et à la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les bénévoles et employés	160
Tableau 11	Résultats Q1C : Moyen par lequel les clients ont entendu parler du projet BBBB Lanaudière-Laurentides selon les clients.....	161
Tableau 12	Résultats Q2C : Raisons ayant contribué à la décision d'acheter des boîtes de fruits et légumes selon les clients	162



Tableau 13 Résultats Q3C : Moment de l'inscription des clients au projet BBBB selon les clients.....	163
Tableau 14 Résultats Q9C : Intention de commander encore des boîtes de fruits et légumes l'an prochain selon les clients	164
Tableau 15 Résultats Q17P : Niveau de scolarité des clients selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	165
Tableau 16 Résultats Q18P : Proportion des clients étant défavorisés ou très défavorisés selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	166
Tableau 17 Résultats Q16P : Proportion de la clientèle du projet habitant à plus d'un kilomètre du point de chute selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	167
Tableau 18 Résultats Q4C : Type de client du projet BBBB selon les clients.....	168
Tableau 19 Résultats Q6C : Raisons pour lesquelles le client n'a pas commandé de boîtes de fruits et légumes chaque fois qu'elles étaient offertes ou pour lesquelles il a cessé d'en commander selon les clients	169
Tableau 20 Résultats Q14C : Milieu dans lequel se situe la résidence du client selon les clients.....	170
Tableau 21 Résultats Q15C : Groupe d'âge dans lequel se situe le client selon les clients	170
Tableau 22 Résultats Q16C : Situation familiale des clients selon les clients	171
Tableau 23 Résultats Q16cC : Nombre d'enfants des clients vivant en couple avec des enfants selon les clients.....	171
Tableau 24 Résultats Q16dC : Nombre d'enfants des clients vivant dans une famille monoparentale selon les clients	172
Tableau 25 Résultats Q17C : Tranche de revenu correspondant au revenu familial annuel du client selon les clients	172
Tableau 26 Résultats Q18C : Plus haut niveau de scolarité complété (avec diplôme) des clients selon les clients.....	173
Tableau 27 Résultats Q16C x Q17C : Tranche de revenu des clients en fonction de la situation familiale selon les clients.....	174
Tableau 28 Résultats Q8P : Appréciation du déroulement d'opérations entourant la préparation et la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	175



Tableau 29 Résultats Q3B : Tâches accomplies personnellement par les bénévoles et employés en lien avec la préparation et la distribution des boîtes selon les bénévoles et employés.....	176
Tableau 30 Résultats Q4B : Appréciation du déroulement des étapes de la préparation et de la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les bénévoles et employés	177
Tableau 31 Résultats Q13P : Activités de sensibilisation et d'éducation offertes directement par l'organisme au cours de la dernière année selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	178
Tableau 32 Résultats Q14P : Activités de sensibilisation et d'éducation qui pourraient éventuellement être offertes directement par l'organisme selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	179
Tableau 33 Résultats Q15P : Adéquation du soutien offert par un employé de BBBB pour des activités de sensibilisation et d'éducation liées à la saine alimentation selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)	180
Tableau 34 Résultats Q11B : Activités de sensibilisation et d'éducation ayant été offertes par l'organisme au cours de la dernière année selon les bénévoles et employés	181
Tableau 35 Résultats Q12B : Activités de sensibilisation et d'éducation auxquelles le bénévole ou employé a participé personnellement au cours de la dernière année selon les bénévoles et employés	182
Tableau 36 Résultats Q13B : Activités de sensibilisation et d'éducation qui pourraient éventuellement être offertes par l'organisme selon les bénévoles et employés	183
Tableau 37 Résultats Q14B : Adéquation du soutien offert par un employé de BBBB sur les activités de sensibilisation et d'éducation liées à la saine alimentation selon les bénévoles et employés	184
Tableau 38 Résultats Q10P : Adéquation d'éléments entourant la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre).....	185
Tableau 39 Résultats Q6B : Adéquation d'éléments entourant la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les bénévoles et employés	186
Tableau 40 Résultats Q8B : Intention de poursuivre la participation au projet pour l'an prochain selon les bénévoles et employés	187
Tableau 41 Résultats Q7B : Élément principalement apprécié de la participation à la préparation et à la distribution des boîtes du projet BBBB selon les bénévoles et employés.....	187



Tableau 42 Résultats Q7C : Adéquation d'aspects en lien avec la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les clients	188
Tableau 43 Résultats Q8C : Satisfaction des clients à l'égard d'éléments en lien avec l'achat des boîtes de fruits et légumes selon les clients	189

Annexe 3

TABLEAUX DES RÉSULTATS AUX QUESTIONNAIRES

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



Tableau 1

Résultats Q5P : Aspects de la planification du projet auxquels l'organisation a collaboré selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)		Répondants d'organismes « autres » (n = 12)		Total des répondants (n = 25)	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
L'élaboration du projet (demande de subvention)	0	13	8	4	8	17
L'adaptation des infrastructures	0	13	4	8	4	21
La promotion du projet	4	9	8	4	12	13
Le recrutement des producteurs maraîchers	0	13	2	10	2	23
La coordination du projet (logistique, transport, infrastructures)	1	12	5	7	6	19
Le recrutement des points de chute	0	13	4	8	4	21
L'organisation d'un point de chute (logistique, infrastructure)	8	5	3	9	11	14
Le recrutement de la clientèle	12	1	2	10	14	11
Le recrutement des bénévoles	5	8	3	9	8	17
Autres	0	13	2	10	2	23

Tableau 2

Résultats Q6P : Appréciation du déroulement d'aspects de la planification du projet selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

*	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)						Répondants d'organismes « autres » (n = 12)						Total des répondants (n = 25)					
	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP
L'élaboration du projet (demande de subvention)	1	2	0	0	9	1	3	7	0	0	2	0	4	9	0	0	11	1
L'adaptation des infrastructures à l'entrepôt	0	2	0	0	9	2	2	5	2	0	2	1	2	7	2	0	11	3
La promotion du projet	1	8	2	0	2	0	5	5	0	0	2	0	6	13	2	0	4	0
Le recrutement des producteurs maraîchers	0	2	0	0	10	1	1	2	2	1	5	1	1	4	2	1	15	2
La coordination du projet (logistique, transport, infrastructures)	1	7	0	0	4	1	2	8	1	0	1	0	3	15	1	0	5	1
Le recrutement des points de chute	2	3	0	0	7	1	3	7	0	0	1	1	5	10	0	0	8	2
L'organisation d'un ou des point/s de chute (logistique, infrastructure)	2	8	0	0	2	1	2	6	0	0	3	1	4	14	0	0	5	2
Le recrutement des bénévoles	1	6	0	0	5	1	4	4	0	0	3	1	5	10	0	0	8	2
Le recrutement de la clientèle	2	8	0	0	1	2	3	7	0	0	1	1	5	15	0	0	2	3

* TB : Très bien

PB : Plutôt bien

PM : Plutôt mal

TM : Très mal

NSP : Ne sai pas

NRP : Ne répond pas

Tableau 3

Résultats Q12P : Principal apport de l'organisme au projet BBBB selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)	Répondants d'organismes « autres » (n = 12)	Total des répondants (n = 25)
Une expertise spécifique pour la planification, la coordination ou la supervision des opérations	0	9	9
Des locaux adéquats	1	0	1
Des équipements adéquats	0	0	0
Des bénévoles dynamiques et efficaces	1	0	1
L'accès à la clientèle locale	8	1	9
Des locaux adéquats + des bénévoles dynamiques et efficaces + l'accès à la clientèle locale	1	0	1
Autres	1	2	3
Ne répond pas	1	0	1

Tableau 4

Résultats Q9P : Appréciation du déroulement d'aspects du projet BBBB selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

*	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)						Répondants d'organismes « autres » (n = 12)						Total des répondants (n = 25)					
	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP
La supervision par la chargée de projet régionale de BBBB	1	8	0	0	4	0	2	7	3	0	0	0	3	15	3	0	4	0
La coordination entre la chargée de projet et l'organisme servant de point de chute	3	8	1	0	1	0	2	8	0	0	2	0	5	16	1	0	3	0
Les relations entre les bénévoles ou employé(e)s au point de chute	8	5	0	0	0	0	2	6	0	0	4	0	10	11	0	0	4	0
Les relations entre les bénévoles ou employé(e)s et la personne responsable du projet BBBB au point de chute	8	5	0	0	0	0	3	6	0	0	3	0	11	11	0	0	3	0
La communication entre les partenaires impliqués	1	6	2	0	3	1	2	7	2	0	1	0	3	13	4	0	4	1
Autres	0	0	1	0	0	12	0	0	1	0	0	11	0	0	2	0	0	23

* TB : Très bien

PB : Plutôt bien

PM : Plutôt mal

TM : Très mal

NSP : Ne sait pas

NRP : Ne répond pas

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



Tableau 5
Résultats Q5B : Appréciation du déroulement d'aspects en lien avec l'organisation et la gestion du projet BBBB selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)					
	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Ne sait pas	Ne répond pas
La coordination entre la chargée de projet régionale de BBBB et l'organisme servant de point de chute	14	4	0	0	6	0
La supervision par la chargée de projet régionale de BBBB	11	3	0	0	9	1
Les relations entre les bénévoles ou employé(e)s au point de chute	19	3	0	0	2	0
Les relations entre les bénévoles ou employé(e)s et la personne responsable du projet BBBB au point de chute	21	1	0	0	2	0
La communication entre les partenaires impliqués	11	4	2	0	7	0



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

Tableau 6

Résultats Q7P : Appréciation du déroulement d'aspects de la concertation des partenaires selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

*	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)						Répondants d'organismes « autres » (n = 12)						Total des répondants (n = 25)					
	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP
La circulation de l'information entre les partenaires	2	7	1	0	3	0	2	8	2	0	0	0	4	15	3	0	3	0
Le partage d'une vision commune	2	8	0	0	3	0	1	10	1	0	0	0	3	18	1	0	3	0
Le partage des rôles entre les partenaires	0	5	1	0	7	0	1	9	2	0	0	0	1	14	3	0	7	0
La dynamique des réunions	0	6	0	0	6	1	1	10	1	0	0	0	1	16	1	0	6	1
La prise en charge du leadership	0	7	0	0	6	0	2	7	3	0	0	0	2	14	3	0	6	0

* TB : Très bien

PB : Plutôt bien

PM : Plutôt mal

TM : Très mal

NSP : Ne sait pas

NRP : Ne répond pas

Tableau 7

Résultats Q4P : Principale raison de la collaboration de l'organisme au projet BBBB selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)	Répondants d'organismes « autres » (n = 12)	Total des répondants (n = 25)
Les objectifs rejoignaient la mission de votre organisme	3	8	11
La possibilité d'offrir un nouveau service à vos usagers	3	1	4
L'aspect novateur du projet	0	1	1
La possibilité d'obtenir du financement pour ce projet	1	0	1
La plus value de la concertation pour améliorer l'accès aux aliments	4	1	5
Les objectifs rejoignaient la mission de votre organisme + la plus value de la concertation pour améliorer l'accès aux aliments	1	1	2
Autres	1	0	1



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

Tableau 8

Résultats Q11P : Intention de poursuivre la participation au projet pour l'an prochain selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)	Répondants d'organismes « autres » (n = 12)	Total des répondants (n = 25)
Oui	10	10	20
Non	0	1	1
Ne sait pas	3	1	4



Tableau 9

Résultats Q2B : Principale raison ayant donné le goût aux bénévoles et employés de participer à la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)
C'était un projet nouveau et stimulant	6
La possibilité de contribuer à améliorer l'accès à de bons aliments pour les gens de votre milieu	15
La possibilité d'obtenir vous-même de bons aliments à un coût abordable	2
Le besoin de vous occuper	1
Le besoins de sortir de votre isolement	0
Vous n'avez pas eu le choix, c'était une tâche liée à votre travail	0



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

Tableau 10

Résultats Q10B : Éléments susceptibles de faciliter le recrutement de bénévoles pour participer à la préparation et à la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)		
	Oui	Non	Ne sait pas
Une bonne publicité sur le projet	22	1	1
La possibilité qu'ils obtiennent eux-mêmes des fruits et légumes à faible coût	23	0	1
Des heures ou des jours de distribution correspondant à leurs disponibilités	14	8	2
Un point de chute mieux situé	3	19	2
Autres	6	18	0

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



Tableau 11

Résultats Q1C : Moyen par lequel les clients ont entendu parler du projet BBBB Lanaudière-Laurentides selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Par un/e ami/e ou un parent	15
Par le journal ou la radio régionale	0
Par Internet	1
Par un intervenant social	6
Par une publicité distribuée ou affichée par BBBB ou l'organisme point de chute	16
Parce que je travaille au point de chute	22
Par une personne travaillant au point de chute ou étant membre de son conseil d'administration	12
Par un organisme communautaire ou une table de concertation	11
Par le CLSC	2
Par l'école	5
Par des clients d'un salon de coiffure	1



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

Tableau 12
Résultats Q2C : Raisons ayant contribué à la décision d'acheter des boîtes de fruits et légumes selon les clients

	Répondants clients (n = 91)	
	Oui	Non
La possibilité d'encourager des producteurs québécois et locaux de fruits et légumes	89	2
Le coût abordable pour des boîtes de fruits et légumes de qualité	89	2
La possibilité d'obtenir près de chez vous des fruits et légumes de qualité	82	9
Le souci de votre santé ou de celle de votre famille	86	5
Le fait de ne pas être obligé de commander une boîte à chaque livraison	57	34
Le fait de pouvoir changer de format de boîte à chaque commande	68	23
La possibilité d'obtenir des recettes et des trucs culinaires faciles et économiques	78	13
Le désir d'essayer de nouveaux aliments	5	86
Le coût abordable et les économies	5	86
La variété	2	89
Le lien établi avec l'organisme point de chute	7	84
Autres	7	84



Tableau 13
Résultats Q3C : Moment de l'inscription des clients au projet BBBB selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Octobre 2011	40
Novembre 2011	11
Décembre 2011	7
Janvier 2012	16
Février 2012	17



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

Tableau 14

Résultats Q9C : Intention de commander encore des boîtes de fruits et légumes l'an prochain selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Oui	84
Oui, mais à condition que quelqu'un me l'apporte	1
Oui, mais en partageant la boîte avec quelqu'un d'autre	1
Oui, si les jours de distribution changent	1
Non	0
Ne sait pas	1
Ne sait pas. Ça dépend si ça s'améliore	1
Ne sait pas. Ça dépend si la qualité augmente	1
Ne répond pas	1

Tableau 15

Résultats Q17P : Niveau de scolarité des clients selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)	Répondants d'organismes « autres » (n = 12)	Total des répondants (n = 25)
Très scolarisés (diplôme d'études collégiales ou universitaires)	0	0	0
Moyennement scolarisés (diplôme d'études secondaires ou professionnelles)	7	4	11
Peu scolarisés (diplôme d'études primaires ou moins)	2	3	5
Ne sait pas	4	5	9



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

Tableau 16

Résultats Q18P : Proportion des clients étant défavorisés ou très défavorisés selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)	Répondants d'organismes « autres » (n = 12)	Total des répondants (n = 25)
0 % à 20 %	2	1	3
21 % à 40 %	5	2	7
41 % à 60 %	2	5	7
61 % à 80 %	2	1	3
81 % à 100 %	1	0	1
Ne sait pas	1	3	4



Tableau 17

Résultats Q16P : Proportion de la clientèle du projet habitant à plus d'un kilomètre du point de chute selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)	Répondants d'organismes « autres » (n = 12)	Total des répondants (n = 25)
0 % à 25 %	1	1	2
26 % à 50 %	3	2	5
51 % à 75 %	3	1	4
76 % à 100 %	5	1	6
Ne sait pas	1	7	8



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

Tableau 18
Résultats Q4C : Type de client du projet BBBB selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Nouveau client ¹	9
Nouveau client sans boîte ²	1
Client régulier ³	52
Client occasionnel ⁴	27
Ancien client ⁵	2

¹ A commandé une seule boîte jusqu'à maintenant

² Est inscrit au projet depuis peu et n'a reçu aucune boîte

³ A commandé des boîtes chaque fois qu'elles étaient offertes

⁴ A commandé des boîtes quand ça lui convenait, mais pas chaque fois qu'elles étaient offertes

⁵ A cessé de commander des boîtes

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



Tableau 19

Résultats Q6C : Raisons pour lesquelles le client n'a pas commandé de boîtes de fruits et légumes chaque fois qu'elles étaient offertes ou pour lesquelles il a cessé d'en commander selon les clients

	Répondants clients (occasionnels + anciens) (n = 29)	
	Oui	Non
Vous avez été insatisfait(e) de la qualité des fruits et légumes obtenus	1	28
Vous avez été insatisfait(e) de la quantité de fruits et légumes obtenus	2	27
Vous n'avez pas aimé la variété des fruits et légumes obtenus	2	27
Votre budget ne vous permettait pas de commander des boîtes à chaque livraison	2	27
Il vous restait encore des fruits et légumes de la dernière commande	8	21
Vous auriez préféré pouvoir choisir les fruits et légumes contenus dans les boîtes	1	28
La qualité des fruits et légumes était devenue moins bonne avec le temps	1	28
Il y avait trop d'aliments que vous ne connaissiez pas dans les boîtes	0	29
Vous n'étiez pas disponible lors de la distribution	4	25
Le point de chute n'avait pas assez de boîtes pour répondre à toutes les demandes	9	20
Pour laisser la place à des clients qui en ont besoin	9	20
Autres	7	22



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

Tableau 20

Résultats Q14C : Milieu dans lequel se situe la résidence du client selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Dans un village	28
Dans une ville	40
À la campagne, en dehors d'une ville ou d'un village	23

Tableau 21

Résultats Q15C : Groupe d'âge dans lequel se situe le client selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
18 à 24 ans	6
25 à 34 ans	21
35 à 44 ans	27
45 à 64 ans	28
65 ans et plus	9

Tableau 22

Résultats Q16C : Situation familiale des clients selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Personne vivant seule	14
Personne vivant en couple sans enfant	23
Personne vivant en couple avec des enfants	39
Personne vivant dans une famille monoparentale	13
Autres	2

Tableau 23

Résultats Q16cC : Nombre d'enfants des clients vivant en couple avec des enfants selon les clients

	Répondants clients (n = 39)
1 enfant	8
2 enfants	14
3 enfants	10
4 enfants	5
5 enfants	2



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

Tableau 24

Résultats Q16dC : Nombre d'enfants des clients vivant dans une famille monoparentale selon les clients

	Répondants clients (n = 13)
1 enfant	7
2 enfants	5
3 enfants	1

Tableau 25

Résultats Q17C : Tranche de revenu correspondant au revenu familial annuel du client selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
0 \$ à 9 999 \$	9
10 000 \$ à 19 999 \$	13
20 000 \$ à 29 999 \$	14
30 000 \$ à 39 999 \$	14
40 000 \$ à 49 999 \$	9
50 000 \$ à 59 999 \$	12
60 000 \$ à 69 999 \$	3
70 000 \$ et plus	17

Tableau 26

Résultats Q18C : Plus haut niveau de scolarité complété (avec diplôme) des clients selon les clients

	Répondants clients (n = 91)
Aucun diplôme	0
Primaire	11
Secondaire	25
Collégial (incluant le DEP)	34
Universitaire	21



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

Tableau 27

Résultats Q16C x Q17C : Tranche de revenu des clients en fonction de la situation familiale selon les clients

	Répondants clients (n = 91)				
	Personne vivant seule	Personne vivant en couple sans enfant	Personne vivant en couple avec des enfants	Personne vivant dans une famille monoparentale	Autres
0 à 9 999 \$	4	1	1	3	0
10 000 \$ à 19 999 \$	4	3	1	4	1
20 000 \$ à 29 999 \$	4	3	6	1	0
30 000 \$ à 39 999 \$	0	5	4	4	1
40 000 \$ à 49 999 \$	2	2	5	0	0
50 000 \$ à 59 999 \$	0	3	8	1	0
60 000 \$ à 69 999 \$	0	2	1	0	0
70 000 \$ et plus	0	4	13	0	0

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



Tableau 28

Résultats Q8P : Appréciation du déroulement d'opérations entourant la préparation et la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)						Répondants d'organismes « autres » (n = 12)						Total des répondants (n = 25)					
	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP	TB	PB	PM	TM	NSP	NRP
La prise de commande et le paiement des clients aux points de chute	4	9	0	0	0	0	3	5	0	0	4	0	7	14	0	0	4	0
La transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB	8	5	0	0	0	0	3	6	0	0	3	0	11	11	0	0	3	0
La préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal	0	5	0	0	7	1	0	8	1	0	3	0	0	13	1	0	10	1
La réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides	1	4	0	0	7	1	1	8	0	0	3	0	2	12	0	0	10	1
La préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides	0	4	1	0	7	1	3	7	0	0	2	0	3	11	1	0	9	1
Le transport des boîtes de fruits et légumes de l'entrepôt aux points de chute	2	8	1	0	1	1	3	7	1	0	1	0	5	15	2	0	2	1
La réception des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	5	8	0	0	0	0	4	7	0	0	1	0	9	15	0	0	1	0
L'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	8	5	0	0	0	0	2	6	0	0	4	0	10	11	0	0	4	0

* TB : Très bien

PB : Plutôt bien

PM : Plutôt mal

TM : Très mal

NSP : Ne sait pas

NRP : Ne répond pas



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

Tableau 29

Résultats Q3B : Tâches accomplies personnellement par les bénévoles et employés en lien avec la préparation et la distribution des boîtes selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)	
	Oui	Non
La prise de commande et la réception du paiement des clients au point de chute	12	12
La transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB	9	15
La préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal	1	23
La réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides	1	23
La préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides	4	20
Le transport des boîtes de fruits et légumes de l'entrepôt au point de chute	2	22
La réception des boîtes de fruits et légumes au point de chute	19	5
L'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes au point de chute	19	5

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



Tableau 30

Résultats Q4B : Appréciation du déroulement des étapes de la préparation et de la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)				
	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Ne sait pas
La prise de commande et le paiement des clients au point de chute	11	7	1	0	5
La transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB	12	5	0	0	7
La préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal	3	4	1	0	16
La réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides	4	4	0	0	16
La préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides	6	2	1	0	15
Le transport des boîtes de fruits et légumes de l'entrepôt aux points de chute	11	3	0	0	10
La réception des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	16	6	0	0	2
L'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	16	4	0	0	4



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

Tableau 31

Résultats Q13P : Activités de sensibilisation et d'éducation offertes directement par l'organisme au cours de la dernière année selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)				Répondants d'organismes « autres » (n = 12)				Total des répondants (n = 25)			
	Oui	Non	NSP	NRP	Oui	Non	NSP	NRP	Oui	Non	NSP	NRP
La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	12	0	1	0	5	5	0	2	17	5	1	2
L'organisation d'ateliers culinaires	5	7	1	0	1	9	0	2	6	16	1	2
L'organisation de séances d'information ou de conférences	5	6	1	1	4	6	0	2	9	12	1	3
Le lancement officiel du projet (conférence de presse)	1	10	1	1	6	4	0	2	7	14	1	3
L'organisation de dégustations	3	8	2	0	1	9	0	2	4	17	2	2
Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	3	7	2	1	5	5	0	2	8	12	2	3
L'organisation de cuisines collectives	6	6	0	1	0	10	0	2	6	16	0	3
Autres	1	12	0	0	1	9	0	2	2	21	0	2

NSP : Ne sait pas

NRP : Ne répond pas

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



Tableau 32

Résultats Q14P : Activités de sensibilisation et d'éducation qui pourraient éventuellement être offertes directement par l'organisme selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)				Répondants d'organismes « autres » (n = 12)				Total des répondants (n = 25)			
	Oui	Non	NSP	NRP	Oui	Non	NSP	NRP	Oui	Non	NSP	NRP
La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	10	2	0	1	7	3	0	2	17	5	0	3
L'organisation d'ateliers culinaires	11	2	0	0	3	7	0	2	14	9	0	2
L'organisation de séances d'information ou de conférences	9	1	2	1	10	1	0	1	19	2	2	2
Le lancement officiel du projet (conférence de presse)	5	4	2	2	7	3	0	2	12	7	2	4
L'organisation de dégustations	12	1	0	0	4	6	0	2	16	7	0	2
Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	5	5	2	1	8	2	0	2	13	7	2	3
L'organisation de cuisines collectives	7	4	1	1	2	7	1	2	9	11	2	3
Autres	0	13	0	0	0	10	0	2	0	23	0	2

NSP : Ne sait pas

NRP : Ne répond pas



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

Tableau 33

Résultats Q15P : Adéquation du soutien offert par un employé de BBBB pour des activités de sensibilisation et d'éducation liées à la saine alimentation selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

*	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)							Répondants d'organismes « autres » (n = 12)							Total des répondants (n = 25)						
	TFA	PA	PI	TFI	NSP	NAP	NRP	TFA	PA	PI	TFI	NSP	NAP	NRP	TFA	PA	PI	TFI	NSP	NAP	NRP
La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	4	6	0	0	1	2	0	5	5	0	0	0	2	0	9	11	0	0	1	4	0
Le transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant	2	5	0	0	2	4	0	3	5	0	0	1	3	0	5	10	0	0	3	7	0
Le développement d'ateliers et d'activités sur la saine alimentation visant la clientèle de votre organisme	1	4	2	0	3	3	0	1	3	1	0	1	6	0	2	7	3	0	4	9	0
La formation sur la nutrition et la saine alimentation offerte aux intervenants de votre organisme	1	2	2	0	4	3	1	1	5	0	0	0	6	0	2	7	2	0	4	9	1
Le développement de nouveaux outils et de matériel informationnel et pédagogique	1	3	0	0	4	4	1	2	4	1	0	1	3	1	3	7	1	0	5	7	2
Les conseils sur la nutrition et la saine alimentation offerts aux intervenants de votre organisme	1	2	1	0	4	4	1	1	1	1	0	1	8	0	2	3	2	0	5	12	1
L'organisation de rencontres de réseautage avec d'autres organismes du milieu	2	3	1	0	4	2	1	3	2	1	1	2	3	0	5	5	2	1	6	5	1
L'évaluation des besoins de votre organisme et la planification de stratégies d'action afin de répondre à ces besoins	2	3	2	0	2	3	1	1	1	2	0	0	8	0	3	4	4	0	2	11	1

* TFA : Tout à fait adéquat

PA : Plutôt adéquat

PI : Plutôt inadéquat

TFI : Tout à fait inadéquat

NSP : Ne sait pas

NAP : Ne s'applique pas, employé(e)s de BBBB

NRP : Ne répond pas

Tableau 34

Résultats Q11B : Activités de sensibilisation et d'éducation ayant été offertes par l'organisme au cours de la dernière année selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)			
	Oui	Non	Ne sait pas	Ne s'applique pas ¹
L'organisation d'ateliers culinaires	10	8	1	5
L'organisation de séances d'information ou de conférences	12	6	1	5
L'organisation de dégustations	9	8	2	5
Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	5	13	1	5
L'organisation de cuisines collectives	11	8	0	5

¹ Employé(e)s de BBBB.



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

Tableau 35

Résultats Q12B : Activités de sensibilisation et d'éducation auxquelles le bénévole ou employé a participé personnellement au cours de la dernière année selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)		
	Oui	Non	Ne s'applique pas ¹
L'organisation d'ateliers culinaires	5	14	5
L'organisation de séances d'information ou de conférences	8	11	5
L'organisation de dégustations	4	15	5
Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	3	16	5
L'organisation de cuisines collectives	5	14	5
La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne boîte Bonne Bouffe</i>	16	4	4
Le lancement officiel du projet (conférence de presse)	5	15	4

¹ Employé(e)s de BBBB.

Tableau 36

Résultats Q13B : Activités de sensibilisation et d'éducation qui pourraient éventuellement être offertes par l'organisme selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)			
	Oui	Non	Ne sait pas	Ne s'applique pas ¹
L'organisation d'ateliers culinaires	14	3	2	5
L'organisation de séances d'information ou de conférences	18	1	0	5
L'organisation de dégustations	18	1	0	5
Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	16	3	0	5
L'organisation de cuisines collectives	15	3	1	5

¹ Employé(e)s de BBBB.



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

Tableau 37

Résultats Q14B : Adéquation du soutien offert par un employé de BBBB sur les activités de sensibilisation et d'éducation liées à la saine alimentation selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)						
	Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Ne sait pas	Ne répond pas	Ne s'applique pas ¹
Le transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant	10	0	0	0	4	5	5
Le développement d'ateliers et d'activités sur la saine alimentation visant la clientèle de votre organisme	6	0	0	0	4	9	5
La formation sur la nutrition et la saine alimentation offerte aux intervenants de votre organisme	5	2	0	0	4	8	5
Le développement de nouveaux outils et de matériel informationnel et pédagogique	3	1	0	0	6	9	5
Les conseils sur la nutrition et la saine alimentation offerts aux intervenants de votre organisme	7	1	0	0	3	8	5
L'organisation de rencontres de réseautage avec d'autres organismes du milieu	2	1	0	0	5	11	5
L'évaluation des besoins de votre organisme et la planification de stratégies d'action afin de répondre à ces besoins	3	2	0	0	6	8	5

¹ Employé(e)s de BBBB.

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



Tableau 38

Résultats Q10P : Adéquation d'éléments entourant la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les représentants d'organisations partenaires et en fonction du type d'organisation (point de chute ou autre)

	Répondants d'organismes points de chute (n = 13)						Répondants d'organismes « autres » (n = 12)						Total des répondants (n = 25)					
	TFA	PA	PI	TFI	NSP	NRP	TFA	PA	PI	TFI	NSP	NRP	TFA	PA	PI	TFI	NSP	NRP
Le moment de la distribution (journée, heure)	7	5	1	0	0	0	1	7	0	0	4	0	8	12	1	0	4	0
Le lieu de la distribution (local, organisme, situation géographique)	7	5	1	0	0	0	2	7	1	0	2	0	9	12	2	0	2	0
Les installations utilisées pour la réception et la distribution des boîtes de fruits et légumes	7	6	0	0	0	0	1	7	1	0	3	0	8	13	1	0	3	0
Les équipements utilisés pour le transport et la manipulation des boîtes de fruits et légumes	5	7	1	0	0	0	3	7	0	0	2	0	8	14	1	0	2	0
Le nombre de bénévoles	4	6	3	0	0	0	1	4	2	0	5	0	5	10	5	0	5	0
La quantité de fruits et légumes	2	8	3	0	0	0	2	8	2	0	0	0	4	16	5	0	0	0
La qualité des fruits et légumes	4	7	2	0	0	0	2	9	1	0	0	0	6	16	3	0	0	0
Le rapport qualité-prix des fruits et légumes	4	8	0	0	0	1	3	9	0	0	0	0	7	17	0	0	0	1
La variété des fruits et légumes	2	10	1	0	0	0	2	9	1	0	0	0	4	19	2	0	0	0

* TFA : Tout à fait adéquat

PA : Plutôt adéquat

PI : Plutôt inadéquat

TFI : Tout à fait inadéquat

NSP : Ne sait pas

NAP : Ne s'applique pas, employé(e)s de BBBB

NRP : Ne répond pas



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

Tableau 39
Résultats Q6B : Adéquation d'éléments entourant la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)						
	Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Ne sait pas	Ne répond pas	Ne s'applique pas
Le moment de la distribution (journée, heure) initial	14	6	2	0	2	0	0
Le moment de la distribution (journée, heure) après le changement	0	0	1	1	0	0	22
Le lieu de la distribution (local, organisme, situation géographique)	17	5	0	0	2	0	0
Les installations utilisées pour la réception et la distribution des boîtes de fruits et légumes	16	4	2	0	2	0	0
Les équipements utilisés pour le transport et la manipulation des boîtes de fruits et légumes	15	6	0	1	2	0	0
Le nombre de bénévoles	9	4	4	2	4	0	1
La quantité de fruits et légumes	10	9	4	0	1	0	0
La qualité des fruits et légumes	18	5	1	0	0	0	0
Le rapport qualité-prix des fruits et légumes	16	7	0	0	1	0	0
La variété des fruits et légumes	11	11	1	0	1	0	0

Tableau 40

Résultats Q8B : Intention de poursuivre la participation au projet pour l'an prochain selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)
Oui	24
Non	0
Ne sait pas	0

Tableau 41

Résultats Q7B : Élément principalement apprécié de la participation à la préparation et à la distribution des boîtes du projet BBBB selon les bénévoles et employés

	Répondants bénévoles et employés (n = 24)
La possibilité d'obtenir vous-même des boîtes de fruits et légumes	1
La bonne entente avec les autres bénévoles ou employé/e/s	1
La bonne entente avec les responsables du projet	2
La bonne organisation du projet	1
Le sentiment d'aider à améliorer les habitudes de vie dans votre milieu	15
La satisfaction des clients	3
Autre	1



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

Tableau 42

Résultats Q7C : Adéquation d'aspects en lien avec la distribution des boîtes de fruits et légumes selon les clients

	Répondants clients (n = 91)					
	Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Ne sait pas	Ne répond pas
Le moment de la distribution (journée, heure)	66	19	3	1	1	1
La distribution aux deux semaines	59	25	5	0	1	1
Les locaux où sont distribuées les boîtes	81	6	0	0	3	1
L'endroit (lieu géographique) où est situé l'organisme point de chute	80	7	1	0	2	1
L'accueil par les bénévoles ou employé(e)s du point de chute	81	5	0	0	3	2

Tableau 43

Résultats Q8C : Satisfaction des clients à l'égard d'éléments en lien avec l'achat des boîtes de fruits et légumes selon les clients

	Répondants clients (n = 91)					
	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	Ne sait pas ¹	Ne répond pas
La qualité des fruits et légumes	59	28	2	0	1	1
La quantité de fruits et légumes dans chaque boîte	47	40	1	1	1	1
La variété de fruits et de légumes	59	29	1	0	1	1
Le coût des boîtes de fruits et légumes	77	10	0	1	1	2
La possibilité d'obtenir près de chez vous des fruits et légumes de qualité	81	7	1	0	1	1
La possibilité de contribuer à de bonnes habitudes alimentaires	81	7	1	0	1	1

¹ Nouveau client sans boîte.

Annexe 4

**QUESTIONNAIRE VISANT LES ORGANISATIONS PARTENAIRES DU PROJET
BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB) LANAUDIÈRE-LAURENTIDES**

**QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX ORGANISATIONS PARTENAIRES
ÉVALUATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB)**

(Version finale du 16 janvier 2012)

SVP, ne rien écrire dans cette partie (réservé pour l'analyse)

Date²: _____



Numéro du questionnaire²: _____

INTRODUCTION

Bonjour,

Le questionnaire qui suit porte sur votre participation au projet Bonne boîte bonne bouffe Lanaudière-Laurentides, en tant que représentant d'un organisme partenaire. Comme vous le savez, la Table des partenaires du développement social de Lanaudière est responsable de ce projet. Cet organisme a demandé à la Direction de santé publique de Lanaudière d'en faire l'évaluation. Le questionnaire doit permettre de mieux comprendre ce qui facilite la participation des partenaires aux activités de ce projet BBBB, et ce qui rend difficile leur participation.

Votre collaboration à cette évaluation est très importante. Votre opinion et celle des autres organisations partenaires permettront d'obtenir une image juste de la participation au projet BBBB. Ces résultats serviront à améliorer ce projet avant qu'il soit offert à plus de personnes dans les régions de Lanaudière et des Laurentides.

Si vous désirez plus d'informations sur cette étude, vous pouvez joindre Céline Poissant, agente de recherche responsable de sa conception et de sa réalisation au 450 759-1157 ou 1 800 668-9229, poste 4269.

CONSIGNES GÉNÉRALES

Il est important que vous répondiez à ce questionnaire le plus tôt possible. Vous devez nous le faire parvenir par la poste **au plus tard le 2 mars 2012**.

Tous les questionnaires seront envoyés à la Direction de santé publique de Lanaudière. Les réponses y seront traitées et analysées globalement.

Pour chaque question posée, des choix de réponses vous sont proposés. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Vous répondez ce que vous pensez.

Vous n'avez pas à vous identifier et toutes vos réponses demeureront confidentielles.



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

1. → Par rapport au projet BBBB, votre organisation est un partenaire de quel type?

- a) Point de chute
b) Autre → **Passez à la question 3**

2. → Votre organisme se situe-t-il dans une de ces villes, soit Terrebonne, Mascouche, Lachenaie ou St-Lin-Laurentides?

- a) Oui
b) Non

3. → Quel type de fonction occupez-vous au sein de votre organisme?

- a) Coordonnateur/trice ou directeur/trice salarié/e
b) Coordonnateur/trice ou directeur/trice bénévole
c) Employé/e salarié/e
d) Bénévole
e) Autre, précisez: _____

4. → Selon vous, pour quelle raison **principale** votre organisation a-t-elle accepté de collaborer au projet BBBB?
(cochez une seule réponse)

- | | |
|---|--|
| a) Les objectifs visés rejoignent la mission de votre organisation <input type="checkbox"/> | d) La possibilité d'obtenir du financement pour ce projet <input type="checkbox"/> |
| b) La possibilité d'offrir un nouveau service à vos usagers <input type="checkbox"/> | e) La plus-value de la concertation pour améliorer l'accès aux aliments <input type="checkbox"/> |
| c) L'aspect novateur du projet <input type="checkbox"/> | f) Autre(s), précisez: _____ |

5. → À quels aspects de la planification du projet BBBB votre organisation a-t-elle collaboré? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- | | |
|--|---|
| a) L'élaboration du projet (demande de subvention) <input type="checkbox"/> | f) Le recrutement des points de chute <input type="checkbox"/> |
| b) L'adaptation des infrastructures <input type="checkbox"/> | g) L'organisation d'un point de chute (logistique, infrastructure) <input type="checkbox"/> |
| c) La promotion du projet <input type="checkbox"/> | h) Le recrutement de la clientèle <input type="checkbox"/> |
| d) Le recrutement des producteurs maraîchers <input type="checkbox"/> | i) Le recrutement des bénévoles <input type="checkbox"/> |
| e) La coordination du projet (logistique, transport, infrastructures) <input type="checkbox"/> | j) Autre(s), précisez: _____ |

6. À votre connaissance, comment se sont déroulés **généralement** chacun des aspects suivants entourant la planification du projet BBBB? (cochez une seule réponse pour chaque aspect)

	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Je ne sais pas
a) L'élaboration du projet (demande de subvention)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) L'adaptation des infrastructures à l'entrepôt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) La promotion du projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Le recrutement des producteurs maraîchers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) La coordination du projet (logistique, transport, infrastructures)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Le recrutement des points de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) L'organisation d'un ou des point/s de chute (logistique, infrastructures)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Le recrutement des bénévoles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Le recrutement de la clientèle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Autre (s), précisez :					

7. Selon vous, comment se sont déroulés **généralement** chacun des aspects suivants de la concertation des partenaires depuis le début du projet BBBB? (cochez une seule réponse pour chaque aspect)

	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Je ne sais pas
a) La circulation de l'information entre les partenaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Le partage d'une vision commune	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Le partage des rôles entre les partenaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) La dynamique des réunions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) La prise en charge du leadership	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. A votre connaissance, **même si vous n'y avez pas participé personnellement**, comment s'est déroulée chacune des opérations suivantes entourant la préparation et la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB? (cochez une seule réponse pour chaque opération)

	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Je ne sais pas
a) La prise de commande et le paiement des clients aux points de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) La transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) La préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) La réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) La préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Le transport des boîtes de fruits et légumes de l'entrepôt aux points de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) La réception des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) L'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



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

9. À votre connaissance, comment s'est déroulé chacun des aspects suivants du projet BBBB? (cochez une seule réponse pour chaque aspect)

	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Je ne sais pas
a) La supervision par la chargée de projet régionale de BBBB	1	2	3	4	8
b) La coordination entre la chargée de projet et l'organisme servant de point de chute	1	2	3	4	8
c) Les relations entre les bénévoles ou employé/e/s au point de chute	1	2	3	4	8
d) Les relations entre les bénévoles ou employé/e/s et la personne responsable du projet BBBB au point de chute	1	2	3	4	8
e) La communication entre les partenaires impliqués	1	2	3	4	8
f) Un autre aspect, précisez :					

10. À votre connaissance, les éléments suivants entourant la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB étaient-ils adéquats? (cochez une seule réponse pour chaque élément)

	Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Je ne sais pas
a) Le moment de la distribution (journée, heure)	1	2	3	4	8
b) Le lieu de la distribution (local, organisme, situation géographique)	1	2	3	4	8
c) Les installations utilisées pour la réception et la distribution des boîtes de fruits et légumes	1	2	3	4	8
d) Les équipements utilisés pour le transport et la manipulation des boîtes de fruits et légumes	1	2	3	4	8
e) Le nombre de bénévoles	1	2	3	4	8
f) La quantité de fruits et légumes	1	2	3	4	8
g) La qualité des fruits et légumes	1	2	3	4	8
h) Le rapport qualité-prix des fruits et légumes	1	2	3	4	8
i) La variété des fruits et légumes	1	2	3	4	8

11. Votre organisme a-t-il l'intention de poursuivre l'an prochain sa participation au projet BBBB? (cochez une seule réponse)

- a) Oui ₁
 b) Non ₂
 c) Je ne sais pas ₇
 d) Ne s'applique pas ₆

12. Selon vous, qu'est-ce que la participation de votre organisme a apporté **principalement** au projet BBBB? (cochez une seule réponse)

- a) Une expertise spécifique pour la planification, la coordination ou la supervision des opérations ₁ d) Des bénévoles dynamiques et efficaces ₄
 b) Des locaux adéquats ₂ e) L'accès à la clientèle locale ₅
 c) Des équipements adéquats ₃ f) Autre, précisez : _____

13. Parmi les activités de sensibilisation et d'éducation rejoignant les objectifs du projet BBBB, quelles sont celles qui ont été offertes directement par votre organisme au cours de la dernière année? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

	Oui	Non	Je ne sais pas
a) La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) L'organisation d'ateliers culinaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) L'organisation de séances d'information ou de conférences	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Le lancement officiel du projet (conférence de presse)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) L'organisation de dégustations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) L'organisation de cuisines collectives	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Autre(s), précisez:			

14. Parmi les activités de sensibilisation et d'éducation rejoignant les objectifs du projet BBBB, quelles sont celles qui **pourraient éventuellement être offertes** par votre organisme? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

	Oui	Non	Je ne sais pas
a) La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) L'organisation d'ateliers culinaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) L'organisation de séances d'information ou de conférences	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Le lancement officiel du projet (conférence de presse)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) L'organisation de dégustations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) L'organisation de cuisines collectives	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Autre(s), précisez:			

15. Le projet BBBB vise aussi un objectif de soutien aux organismes points de chute au sujet d'activités de sensibilisation et d'éducation en lien avec une saine alimentation. À votre connaissance, ce soutien offert par une employée de BBBB était-il adéquat pour chacune des activités suivantes? (cochez une seule réponse pour chaque aspect)

		Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Je ne sais pas	Ne s'applique pas
a)	La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b)	Le transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c)	Le développement d'ateliers et d'activités sur la saine alimentation visant la clientèle de votre organisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d)	La formation sur la nutrition et la saine alimentation offerte aux intervenants de votre organisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e)	Le développement de nouveaux outils et de matériel informationnel et pédagogique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f)	Les conseils sur la nutrition et la saine alimentation offerts aux intervenants de votre organisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g)	L'organisation de rencontres de réseautage avec d'autres organismes du milieu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h)	L'évaluation des besoins de votre organisme et la planification de stratégies d'action afin de répondre à ces besoins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i)	Autre(s), précisez:						

16. À votre connaissance, quelle est la proportion de la clientèle du projet BBBB qui habite à plus d'un kilomètre de l'organisme point de chute? (cochez une seule réponse pour chaque activité)

- a) de 0% à 25%
- b) de 26% à 50%
- c) de 51% à 75%
- d) de 76% à 100%
- e) Je ne sais pas

17. À votre connaissance, au point de vue de la scolarité, les clients du projet BBBB sont-ils majoritairement? (cochez une seule réponse pour chaque activité)

- a) Très scolarisés (diplôme d'études collégiales ou universitaires)
- b) Moyennement scolarisés (diplôme d'études secondaires ou professionnelles)
- c) Peu scolarisés (diplôme d'études primaires ou moins)
- d) Je ne sais pas



18. À votre connaissance, en ce qui a trait au revenu, quel pourcentage des clients du projet BBBB sont défavorisés ou très défavorisés? (cochez une seule réponse pour chaque activité)

- a) 0 à 20%
- b) 21 à 40%
- c) 41 à 60%
- d) 61 à 80%
- e) 81 à 100%
- f) Je ne sais pas

19. Avez-vous des commentaires ou suggestions à ajouter sur ce qui facilite la participation des organisations au projet BBBB?

20. Avez-vous des commentaires ou suggestions à ajouter sur ce qui rend difficile la participation des organisations au projet BBBB?

Nous vous remercions pour vos réponses à ce questionnaire.
Les résultats de l'évaluation seront rendus publics au cours de l'automne 2012.

Avant la fin de l'évaluation, un groupe de discussion sera organisé au cours des prochaines semaines avec des responsables BBBB des organismes partenaires et points de chute.

Accepteriez-vous d'y participer? → Oui → → Non →

Si vous êtes intéressé, quel organisme représentez-vous?

Quel est votre nom? _____

Quel est votre numéro de téléphone? _____

Annexe 5

**DOCUMENT DE CONSIGNES DESTINÉ AUX RESPONSABLES
DES POINTS DE CHUTE DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**



Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière collecte des données par questionnaires

Consignes aux responsables BBBB des points de chute lanauchois participants

1. Informations générales

- a) Deux questionnaires différents visent deux groupes différents de répondants. Ce sont, d'une part, les clients des boîtes BBBB et, d'autre part, les bénévoles et employés de votre organisme qui participent à ce projet. Il est possible que certaines personnes soient à la fois des clients et des bénévoles pour BBBB. Ces personnes devront donc répondre aux deux questionnaires.
- b) Votre collaboration est essentielle pour :
 - ✓ informer ces personnes de la tenue prochaine de la collecte des données (questionnaire téléphonique),
 - ✓ obtenir le consentement des personnes de ces deux groupes (formulaires à faire signer),
 - ✓ transmettre ces formulaires de consentement à l'équipe d'évaluation, à la DSP de Lanaudière.
- c) Les consignes présentées dans les deux tableaux suivants précisent comment vous devez procéder avec les personnes de chacun de ces deux groupes : quoi faire et quand. Vous noterez que la collecte des données se fera en même temps pour les deux groupes.
- d) Si vous avez besoin de plus d'informations sur n'importe quel aspect de la démarche d'évaluation, n'hésitez pas à communiquer avec une ou l'autre des deux membres de l'équipe qui réalise l'étude :
 - Céline Poissant
Agente de recherche
Direction de santé publique de Lanaudière
Tél. : 450-759-1157, poste 4269
 - Geneviève Marquis
Technicienne en recherche
Direction de santé publique de Lanaudière
Tél. : 450-759-1157, poste 4311



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

2. Pour le questionnaire visant les clients

Tâches à réaliser	Responsable	Période	Outils
Informier les clients des boîtes BBBB de la tenue prochaine de la collecte des données (questionnaire téléphonique), par l'entremise du Bulletin BBBB	Employée de BBBB et équipe d'évaluation de la DSP de Lanaudière	Semaine du 16 janvier 2012	Texte produit en collaboration par Céline Poissant de la DSP de Lanaudière et Lise-Marie Pangu, de BBBB
<ul style="list-style-type: none"> Faire une liste de tous les clients qui ont acheté au moins une fois une boîte de fruits et légumes de BBBB Laurentides depuis le début du projet. Noter, dans le tableau du nombre de répondants visés par l'évaluation, toutes les cases concernant les clients BBBB de votre organisme (1, 2, 3, 7, 8 et 9). Communiquer (par téléphone ou autrement) avec tous les clients de votre liste pour les inviter à participer à l'étude. S'ils sont intéressés, ils doivent d'abord passer à votre organisme pour y signer un formulaire de consentement. 	Responsable BBBB de l'organisme point de chute	Du 8 au 24 février 2012	<ul style="list-style-type: none"> Texte expliquant l'étude pour encourager les clients à y participer Liste de tous les clients de BBBB Lanaudière produite par votre organisme Tableau du nombre de répondants visés par l'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> Accueillir les clients (anciens et actuels) pour leur faire signer un formulaire de consentement (en deux copies). On peut profiter pour cela du moment où ils viennent payer leurs boîtes ou les chercher. Remettre une copie signée au client. Conserver l'autre copie dans un dossier à part. Ces copies seront récupérées pour l'évaluation. Pour les personnes qui sont à la fois des clients et des bénévoles pour BBBB, il faut faire signer les deux formulaires différents (deux copies pour chacun). 	Responsable BBBB de l'organisme point de chute	Du 8 au 24 février 2012	<ul style="list-style-type: none"> Texte expliquant l'étude pour encourager les clients à y participer Formulaires de consentement à faire signer par les participants
Transmettre par fax à Geneviève Marquis, de la DSP de Lanaudière (au 450-759-5149) : <ul style="list-style-type: none"> les formulaires de consentement signés Le nombre total de clients (anciens et actuels) de la liste que vous avez faite 	Responsable BBBB de l'organisme point de chute	Du 8 au 24 février 2012	Formulaires de consentement signés

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



3. Pour le questionnaire visant les bénévoles et employés

Tâches à réaliser	Responsable	Période	Outils
<ul style="list-style-type: none"> Faire une liste de tous les bénévoles et employés ayant participé au projet BBBB dans le cadre de leur travail, de la tenue prochaine de la collecte des données (questionnaire téléphonique). Les personnes visées peuvent avoir participé soit à la distribution des boîtes de fruits et légumes, soit à des activités de sensibilisation ou d'éducation à la saine alimentation, réalisées en lien avec le projet BBBB. Noter, dans le tableau du nombre de répondants visés par l'évaluation, toutes les cases concernant les bénévoles et employés de votre organisme ayant participé au projet BBBB dans le cadre de leur travail (4, 5, 6, 7, 8 et 9). Communiquer (par téléphone ou autrement) avec tous les bénévoles et employés ayant participé d'une façon ou d'une autre au projet BBBB pour les inviter à participer à l'étude. Pour cela, ils doivent d'abord passer à votre organisme pour y signer un formulaire de consentement. 	Responsable BBBB de l'organisme point de chute	Du 8 au 24 février 2012	<ul style="list-style-type: none"> Texte expliquant l'étude pour encourager les clients à y participer Formulaires de consentement à faire signer par les participants Tableau du nombre de répondants visés par l'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> Faire signer sur place, au point de chute, un formulaire de consentement (en deux copies) aux bénévoles et employés qui acceptent de participer à l'étude. Remettre une copie signée au client. Conserver l'autre copie dans un dossier à part. Ces copies seront récupérées pour l'évaluation. Pour les personnes qui sont à la fois des clients et des bénévoles pour BBBB, il faut faire signer les deux formulaires différents (deux copies pour chacun) 	Responsable BBBB de l'organisme point de chute	Du 8 au 24 février 2012	<ul style="list-style-type: none"> Texte expliquant l'étude pour encourager les clients à y participer Liste de tous les bénévoles et employés de BBBB Lanaudière produite par votre organisme pour la présente évaluation
<p>Transmettre par fax à Geneviève Marquis, de la DSP de Lanaudière (au 450-759-5149) :</p> <ul style="list-style-type: none"> les formulaires de consentement signés Le nombre total de bénévoles et employés de la liste que vous avez faite 	Responsable BBBB de l'organisme point de chute	Du 8 au 24 février 2012	Formulaires de consentement signés

Annexe 6

**FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
À L'INTENTION DES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**



FORMULAIRE À COMPLÉTER PAR LES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT ÉCLAIRÉ

**À l'intention des bénévoles et employés d'un organisme partenaire
du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière
en vue d'autoriser leur participation à une entrevue téléphonique
dans le cadre de l'évaluation du projet**

Objet de l'étude

Le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière est en opération depuis le début d'octobre 2011. Il en est encore à ses débuts. Il sera sans doute nécessaire de l'améliorer pour qu'il soit adapté le mieux possible aux besoins de ceux qui y participent. Pour cette raison, les organisations responsables de ce projet ont demandé à la Direction de santé publique (DSP) de Lanaudière de faire son évaluation.

Vous avez participé d'une façon ou d'une autre, en tant que bénévole ou employé, au projet BBBB Lanaudière. C'est pourquoi nous aimerions beaucoup que vous acceptiez de répondre par téléphone à quelques questions à ce sujet. Vos réponses pourront contribuer à l'amélioration de ce projet.

Comment seront réalisées les entrevues

Les entrevues seront réalisées par Madame Geneviève Marquis, technicienne en recherche à la DSPE de Lanaudière, entre le 28 février et le 23 mars 2012. Celle-ci téléphonera à tous les bénévoles et employés qui auront accepté de participer à l'évaluation et qui auront fourni un numéro de téléphone pour les rejoindre.

De cette façon, la réalisation de l'évaluation restera indépendante de votre organisme.

Les entrevues téléphoniques dureront 15 minutes au maximum.

Anonymat et confidentialité

Si vous acceptez de participer, votre anonymat sera préservé. Votre nom ne sera pas écrit sur le questionnaire. Vos réponses demeureront confidentielles. Elles ne seront pas transmises aux responsables ou aux employés de BBBB à votre organisme. L'analyse de toutes les réponses de tous les participants sera faite globalement.

Liberté de se retirer

Vous demeurerez libre de vous retirer de cette entrevue téléphonique à tout moment. Vous ne serez pas obligé de répondre à toutes les questions qui vous seront adressées.

Informations

Si vous le souhaitez, vous pouvez obtenir plus d'informations sur l'évaluation avant d'y participer. Vous n'avez qu'à communiquer directement avec sa responsable :

- Céline Poissant, de la DSP de Lanaudière
- au 450-759-1157, poste 4269



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

Engagement du bénévole ou employé et signature

Je comprends à quoi je m'engage en participant à cette entrevue. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions à cet effet et on y a répondu à ma satisfaction.

Nom du bénévole ou employé d'un organisme partenaire de BBBB Lanauidière :

Monsieur _____
(en lettres moulées)

Madame _____
(en lettres moulées)

Signature du bénévole ou employé : _____

Date : _____

Coordonnées et informations de base

Pour être en mesure de vous contacter par téléphone, afin de vous poser les questions de l'étude, l'équipe d'évaluation a besoin des quelques informations suivantes :

- Votre numéro de téléphone : _____
- Quel sera le meilleur moment pour vous rejoindre à ce numéro, sur semaine, entre le 28 février et le 23 mars 2012?

Le matin (de 9 h à midi)
Le midi (de midi à 13 h)
L'après-midi (de 13 h à 18 h)
Le soir (de 18 h à 20 h)

- Êtes-vous aussi client du projet BBBB ? Oui
Non

Engagement de l'équipe d'évaluation

L'équipe d'évaluation du projet BBBB Lanauidière s'engage à réaliser cette étude de façon rigoureuse, conformément aux modalités décrites plus haut. Elle s'engage à préserver l'anonymat des participants et la confidentialité de leurs réponses.

Céline Poissant
Agente de planification, de programmation
et de recherche
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux
de Lanauidière

Geneviève Marquis
Technicienne en recherche psychosociale
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux
de Lanauidière

Annexe 7

**QUESTIONNAIRE VISANT LES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**

QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS
ÉVALUATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB)
(version 11 du 14 février 2012)

SVP ne rien écrire dans cette partie (réservé pour l'analyse)

Date : _____

Numéro du questionnaire : _____

INTRODUCTION

Bonjour !

Mon nom est Geneviève et je travaille à la Direction de santé publique de Lanaudière. Je vous appelle dans le cadre de l'évaluation portant sur le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe, parce que vous avez signé un formulaire de consentement et accepté de participer à l'étude. Je vous rappelle que l'évaluation a été demandée par la Table des partenaires du développement social de Lanaudière, qui est responsable du projet.

Le questionnaire que je vous demande de remplir par téléphone doit permettre de mieux comprendre ce qui facilite la participation des bénévoles ou employés aux activités de ce projet, et ce qui rend difficile leur participation.

Votre opinion et celle des autres bénévoles ou employés permettront d'obtenir une image juste de la participation au projet BBBB. Ces résultats serviront à améliorer ce projet avant qu'il soit offert à plus de personnes dans les régions de Lanaudière et des Laurentides.

Si vous voulez plus d'informations sur cette étude, vous pouvez appeler Céline Poissant, l'agente de recherche responsable de sa conception et de sa réalisation, au 759-1157 poste 4269, ou 1-800-668-9229 poste 4269.

CONSIGNES GÉNÉRALES

Ça prend environ 15 minutes pour répondre au questionnaire.

Pour chaque question posée, des choix de réponses vous sont proposés. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Vous répondez ce que vous pensez.

Toutes vos réponses demeureront confidentielles et votre nom ne sera mentionné nulle part.



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

1. À quel titre participez-vous au projet BBBB Lanaudière-Laurentides ? Est-ce en tant :
- a) Qu'employé/e salarié/e du projet BBBB ₁
 - b) Qu'employé/e salarié/e d'un point de chute ₂
 - c) Que bénévole à un organisme point de chute ₃
 - d) Que bénévole à l'entrepôt ₄
 - e) Autre, précisez : _____
2. Je vais vous nommer plusieurs raisons qui peuvent vous avoir donné le goût de participer à la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB. Quelle serait **la principale** raison pour vous ? (*cochez une seule réponse*)
- a) C'était un projet nouveau et stimulant ₁
 - b) La possibilité de contribuer à améliorer l'accès à de bons aliments pour les gens de votre milieu ₂
 - c) La possibilité d'obtenir vous-mêmes de bons aliments à un coût abordable ₃
 - d) Le besoin de vous occuper ₄
 - e) Le besoin de sortir de votre isolement ₅
 - f) Vous n'avez pas eu le choix, c'était une tâche liée à votre travail ₆
 - g) Autre, précisez : _____
3. Je vais vous nommer plusieurs tâches en lien avec la préparation et la distribution des boîtes. Pour chacune d'elles, dites-moi si, oui ou non, vous les avez accomplies **personnellement** ? (*cochez toutes les réponses qui s'appliquent*)
- a) La prise de commande et la réception du paiement des clients au point de chute
 - b) La transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB
 - c) La préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal
 - d) La réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides
 - e) La préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides
 - f) Le transport des boîtes de fruits et légumes de l'entrepôt au point de chute
 - g) La réception des boîtes de fruits et légumes au point de chute
 - h) L'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes au point de chute
4. Je vais vous nommer quelques étapes de la préparation et de la distribution des boîtes de fruits et légumes. À votre connaissance, **même si vous n'y avez pas participé personnellement**, dites-moi si elles se sont très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal déroulées ?

	Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Je ne sais pas
a) La prise de commande et le paiement des clients au point de chute	1	2	3	4	8
b) La transmission des commandes à la chargée de projet régionale de BBBB	1	2	3	4	8
c) La préparation des commandes en vrac à l'entrepôt de Montréal	1	2	3	4	8
d) La réception des fruits et légumes à l'entrepôt des Laurentides	1	2	3	4	8
e) La préparation des boîtes de fruits et légumes selon les commandes à l'entrepôt des Laurentides	1	2	3	4	8
f) Le transport des boîtes de fruits et légumes de l'entrepôt au point de chute	1	2	3	4	8
g) La réception des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	1	2	3	4	8
h) L'accueil des clients et la distribution des boîtes de fruits et légumes aux points de chute	1	2	3	4	8

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



5. Je vais vous nommer quelques aspects en lien avec l'organisation la gestion du projet. Pour chacun d'eux, dites-moi, toujours **à votre connaissance**, s'ils se sont très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal déroulés ? (cochez une seule réponse pour chaque aspect)

		Très bien	Plutôt bien	Plutôt mal	Très mal	Je ne sais pas
a)	La coordination entre la chargée de projet régionale de BBBB et l'organisme servant de point de chute	1	2	3	4	8
b)	La supervision par la chargée de projet régionale de BBBB	1	2	3	4	8
c)	Les relations entre les bénévoles ou employé/e/s au point de chute	1	2	3	4	8
d)	Les relations entre les bénévoles ou employé/e/s et la personne responsable du projet BBBB au point de chute	1	2	3	4	8
e)	La communication entre les partenaires impliqués	1	2	3	4	8
f)	Un autre aspect, précisez : _____	1	2	3	4	8

6. Je vais vous lire une série d'éléments entourant la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet. Dites-moi, **à votre connaissance**, s'ils étaient tout à fait adéquats, plutôt adéquats, plutôt inadéquats ou tout à fait inadéquats?

		Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Je ne sais pas
a)	Le moment de la distribution (journée, heure)	1	2	3	4	8
	* S'il y a eu un changement, réponse p/r 2 ^e moment :	1	2	3	4	8
b)	Le lieu de la distribution (local, organisme, situation géographique)	1	2	3	4	8
c)	Les installations utilisées pour la réception et la distribution des boîtes de fruits et légumes	1	2	3	4	8
d)	Les équipements utilisés pour le transport et la manipulation des boîtes de fruits et légumes	1	2	3	4	8
e)	Le nombre de bénévoles	1	2	3	4	8
f)	La quantité de fruits et légumes	1	2	3	4	8
g)	La qualité des fruits et légumes	1	2	3	4	8
h)	Le rapport qualité prix des fruits et légumes	1	2	3	4	8
i)	La variété des fruits et légumes	1	2	3	4	8

7. Parmi les éléments suivants, qu'avez-vous apprécié **principalement** de votre participation à la préparation et à la distribution de boîtes de fruits et légumes du projet BBBB ? (cochez une seule réponse)

- a) La formation qu'on vous a donnée ₁ e) La bonne organisation du projet BBBB ₅
 b) La possibilité d'obtenir vous-même des boîtes de fruits et légumes ₂ f) Le sentiment d'aider à améliorer les habitudes de vie dans votre milieu ₆
 c) La bonne entente avec les autres bénévoles ou employé/e/s ₃ g) La satisfaction des clients ₇
 d) La bonne entente avec les responsables du projet BBBB ₄ h) Autre, précisez : _____

8. Avez-vous l'intention de participer à nouveau à la préparation ou à la distribution de boîtes de fruits et légumes du projet BBBB ?

- a) Oui ₁ → **passez à la question 10**
 b) Non ₂
 c) Je ne sais pas ₃

9. Pourriez-vous m'expliquer pourquoi vous n'avez pas l'intention ou ne savez pas si vous allez participer à nouveau à la préparation ou à la distribution de boîtes de fruits et légumes du projet BBBB ?

10. Parmi les énoncés suivants, dites-moi, **selon vous**, ce qui peut faciliter le recrutement de bénévoles pour participer à la préparation et à la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB ? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- a) Une bonne publicité sur le projet d) Un point de chute mieux situé
- b) La possibilité qu'ils obtiennent eux-mêmes des fruits et légumes à faible coût e) Autre(s), précisez: _____
- c) Des heures ou des jours de distribution correspondant à leurs disponibilités

11. Parmi les activités de sensibilisation et d'éducation suivantes concernant la saine alimentation, quelles sont celles qui **ont été offertes** par votre organisme **au cours de la dernière année** ? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

	Oui	Non	Je ne sais pas
a) L'organisation d'ateliers culinaires	+	2	0
b) L'organisation de séances d'information ou de conférences	+	2	0
c) L'organisation de dégustations	+	2	0
d) Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	+	2	0
e) L'organisation de cuisines collectives	+	2	0
f) Autre(s), précisez: _____	+	2	0

12. Parmi les activités de sensibilisation et d'éducation suivantes concernant la saine alimentation, quelles sont celles auxquelles vous avez participé **personnellement, en tant qu'employé/e ou bénévole de votre organisme**, au cours de la dernière année ? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

	Oui	Non	Je ne sais pas
a) L'organisation d'ateliers culinaires	+	2	0
b) L'organisation de séances d'information ou de conférences	+	2	0
c) L'organisation de dégustations	+	2	0
d) Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	+	2	0
e) L'organisation de cuisines collectives	+	2	0
f) La rédaction, la publication ou la distribution du <i>Bulletin Bonne Boîte Bonne Bouffe</i>	+	2	0
g) Le lancement officiel du projet (conférence de presse)	+	2	0
h) Autre(s), précisez: _____	+	2	0

13. Parmi les mêmes activités de sensibilisation et d'éducation suivantes concernant la saine alimentation, quelles sont celles qui **pourraient éventuellement être offertes** par votre organisme ? (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

	Oui	Non	Je ne sais pas
a) L'organisation d'ateliers culinaires	1	2	3
b) L'organisation de séances d'information ou de conférences	1	2	3
c) L'organisation de dégustations	1	2	3
d) Le développement d'outils et de matériel informationnel et pédagogique	1	2	3
e) L'organisation de cuisines collectives	1	2	3
f) Autre(s), précisez :	1	2	3

14. Le projet BBBB vise aussi un objectif de soutien aux organismes points de chute au sujet d'activités de sensibilisation et d'éducation en lien avec une saine alimentation. **Selon vous**, pour chacune des activités suivantes, ce soutien offert par une employée de BBBB était-il tout à fait adéquat, plutôt adéquat, plutôt inadéquat ou tout à fait inadéquat ? Ou encore, précisez si l'activité mentionnée ne s'applique pas à la situation de votre organisme.

	Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	Je ne sais pas	Ne s'applique pas
a) Le transfert d'outils et de matériel informationnel et pédagogique déjà existant	1	2	3	4	5	6
b) Le développement d'ateliers et d'activités sur la saine alimentation visant la clientèle de votre organisme	1	2	3	4	5	6
c) La formation sur la nutrition et la saine alimentation offerte aux intervenants de votre organisme	1	2	3	4	5	6
d) Le développement de nouveaux outils et de matériel informationnel et pédagogique	1	2	3	4	5	6
e) Les conseils sur la nutrition et la saine alimentation offerts aux intervenants de votre organisme	1	2	3	4	5	6
f) L'organisation de rencontres de réseautage avec d'autres organismes du milieu	1	2	3	4	5	6
g) L'évaluation des besoins de votre organisme et la planification de stratégies d'action afin de répondre à ces besoins	1	2	3	4	5	6
h) Autre(s), précisez : _____	1	2	3	4	5	6



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

15. Avez-vous des commentaires ou suggestions à ajouter sur ce qui facilite la participation des employés ou bénévoles au projet BBBB ?

16. Avez-vous des commentaires ou suggestions à ajouter sur ce qui rend difficile la participation des employés ou bénévoles au projet BBBB ?

Nous vous remercions pour vos réponses à ce questionnaire.
Les résultats de l'évaluation seront rendus publics au cours de l'automne 2012.

* Avant la fin de l'évaluation, c'est-à-dire au cours des prochaines semaines,
un groupe de discussion va être organisé
avec des bénévoles et des employés du projet BBBB.

Accepteriez-vous d'y participer? Oui Non Nom : _____

Si oui et si vous êtes sélectionné, je vais vous rappeler bientôt
pour vous donner plus de détails à ce sujet.

Bonne fin de journée!

Annexe 8

**FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
À L'INTENTION DES CLIENTS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**

FORMULAIRE À COMPLÉTER PAR LES CLIENTS

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT ÉCLAIRÉ

À l'intention des clients des points de chute du projet
Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière
en vue d'autoriser leur participation à une entrevue téléphonique
dans le cadre de l'évaluation du projet

Objet de l'étude

Le projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière est en opération depuis le début d'octobre 2011. Il en est encore à ses débuts. Il sera sans doute nécessaire de l'améliorer pour qu'il soit adapté le mieux possible aux besoins de ceux qui y participent. Pour cette raison, les organisations responsables de ce projet ont demandé à la Direction de santé publique (DSP) de Lanaudière de faire son évaluation.

Vous avez acheté au moins une fois une boîte de fruits et légumes dans le cadre du projet BBBB Lanaudière. Vous êtes donc (ou vous avez été) un client de ce projet. C'est pourquoi nous aimerions beaucoup que vous acceptiez de répondre par téléphone à quelques questions à ce sujet. Vos réponses pourront contribuer à l'amélioration de ce projet.

Comment seront réalisées les entrevues

Les entrevues seront réalisées par Madame Geneviève Marquis, technicienne en recherche à la DSPE de Lanaudière, entre le 20 février et le 2 mars 2012. Celle-ci téléphonera à tous les clients qui auront accepté de participer à l'évaluation et qui auront fourni un numéro de téléphone pour les rejoindre.

De cette façon, la réalisation de l'évaluation restera indépendante de l'organisme point de chute où vous allez chercher vos boîtes de fruits et légumes.

Les entrevues téléphoniques dureront 15 minutes au maximum.

Anonymat et confidentialité

Si vous acceptez de participer, votre anonymat sera préservé. Votre nom ne sera pas écrit sur le questionnaire. Vos réponses demeureront confidentielles. Elles ne seront pas transmises aux responsables ou aux employés de BBBB à votre point de chute. L'analyse de toutes les réponses de tous les participants sera faite globalement.

Liberté de se retirer

Vous demeurerez libre de vous retirer de cette entrevue téléphonique à tout moment. Vous ne serez pas obligé de répondre à toutes les questions qui vous seront adressées.

Informations

Si vous le souhaitez, vous pouvez obtenir plus d'informations sur l'évaluation avant d'y participer. Vous n'avez qu'à communiquer directement avec sa responsable :

- Céline Poissant, de la DSP de Lanaudière
- au 450-759-1157, poste 4269



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

Engagement du client et signature

Je comprends à quoi je m'engage en participant à cette entrevue. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions à cet effet et on y a répondu à ma satisfaction.

Nom du client d'un point de chute de BBBB Lanaudière :

Monsieur _____
(en lettres moulées)

Madame _____
(en lettres moulées)

Signature du client : _____

Date : _____

Coordonnées et informations de base

Pour être en mesure de vous contacter par téléphone, afin de vous poser les questions de l'étude, l'équipe d'évaluation a besoin des quelques informations suivantes :

• Votre numéro de téléphone : _____

• Quel sera le meilleur moment pour vous rejoindre à ce numéro, sur semaine, entre le 20 février et le 2 mars 2012?

Le matin (de 9 h à midi)

Le midi (de midi à 13 h)

L'après-midi (de 13 h à 18 h)

Le soir (de 18 h à 20 h)

• Êtes-vous aussi bénévole ou employé du projet BBBB ? Oui
Non

Engagement de l'équipe d'évaluation

L'équipe d'évaluation du projet BBBB Lanaudière s'engage à réaliser cette étude de façon rigoureuse, conformément aux modalités décrites plus haut. Elle s'engage à préserver l'anonymat des participants et la confidentialité de leurs réponses.

Céline Poissant
Agente de planification, de programmation
et de recherche
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux
de Lanaudière

Geneviève Marquis
Technicienne en recherche psychosociale
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux
de Lanaudière

Annexe 9

**QUESTIONNAIRE VISANT LES CLIENTS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**



QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX CLIENTÈLES VISÉES
ÉVALUATION DU PROJET BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE (BBBB)
(version 13 du 27 février 2012)

SVP ne rien écrire dans cette partie (réservé pour l'analyse)

Date : _____

Numéro du questionnaire : _____

INTRODUCTION

Bonjour !

Mon nom est Geneviève et je travaille à la Direction de santé publique de Lanaudière. Je vous appelle dans le cadre de l'évaluation portant du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe, parce que vous avez signé un formulaire de consentement et accepté de participer à l'étude. Je vous rappelle que l'évaluation a été demandée par la Table des partenaires du développement social de Lanaudière, qui est responsable du projet.

Le questionnaire que je vous demande de remplir par téléphone doit permettre de mieux comprendre ce qui facilite la participation des clientèles visées aux activités de ce projet, et ce qui rend difficile leur participation.

Votre opinion et celle des autres clients permettront d'obtenir une image juste de la participation au projet BBBB. Ces résultats serviront à améliorer ce projet avant qu'il soit offert à plus de personnes dans les régions de Lanaudière et des Laurentides.

Si vous voulez plus d'informations sur cette étude, vous pouvez appeler Céline Poissant, l'agente de recherche responsable de sa conception et de sa réalisation, au 759-1157 poste 4269, ou 1-800-668-9229 poste 4269.

CONSIGNES GÉNÉRALES

Ça prend environ 15 minutes pour répondre au questionnaire.

Pour chaque question posée, des choix de réponses vous sont proposés. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Vous répondez ce que vous pensez.

Toutes vos réponses demeureront confidentielles et votre nom ne sera mentionné nulle part.



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

1. Comment avez-vous entendu parler du projet BBBB Lanaudière-Laurentides ?

- a) Par un/e ami/e ou un parent ₁ e) Par une publicité distribuée ou affichée ₅
 b) Par le journal ou la radio régionale ₂ par BBBB ou l'organisme point de chute
 c) Par Internet ₃ f) Autre, précisez : _____
 d) Par un intervenant social ₄ _____

2. Je vais vous lire une série d'énoncés. Pour chacun d'eux, dites-moi si oui ou non, ils ont contribué à votre décision d'acheter des boîtes de fruits et légumes ?

	Oui	Non	NRP
a) La possibilité d'encourager des producteurs québécois et locaux de fruits et légumes	1	2	9
b) Le coût abordable pour des boîtes de fruits et légumes de qualité	1	2	9
c) La possibilité d'obtenir près de chez vous des fruits et légumes de qualité	1	2	9
d) Le souci de votre santé ou de celle de votre famille	1	2	9
e) Le fait de ne pas être obligé de commander une boîte à chaque livraison	1	2	9
f) Le fait de pouvoir changer de format de boîte à chaque commande	1	2	9
g) La possibilité d'obtenir des recettes et des trucs culinaires faciles et économiques	1	2	9
h) Autre(s), précisez	1	2	9

3. À quel mois vous êtes-vous inscrit au projet BBBB pour acheter des boîtes de fruits et légumes?

- a) octobre 2011 ₁ d) janvier 2012 ₄ g) Ne répond pas ₅
 b) novembre 2011 ₂ e) février 2012 ₃
 c) décembre 2011 ₃ f) mars 2012 ₆

4. Quel type de client des boîtes de BBBB êtes-vous ?

- a) Un nouveau client (*vous avez commandé une seule boîte jusqu'à maintenant, à la dernière livraison*) ₁
 b) Un client régulier (*depuis que vous êtes inscrit, vous avez commandé des boîtes chaque fois qu'elles étaient offertes*) ₂ → passez à la question 7
 c) Un client occasionnel (*depuis que vous êtes inscrit, vous avez commandé des boîtes quand ça vous convenait, mais pas chaque fois qu'elles étaient offertes*) ₃ → passez à la question 6
 d) Un ancien client (*vous avez cessé de commander des boîtes*) ₄ → passez à la question 6

5. Nous aimerions savoir pour quelle raison vous n'avez pas commandé de boîtes de fruits et de légumes avant la dernière livraison. Je vais nommer quelques raisons possibles. Pour chacune d'elles, dites-moi si, oui ou non, elle s'applique à votre situation.

	Oui	Non	NRP
a) Le point de chute n'avait pas assez de boîtes pour répondre à toutes les demandes	1	2	9
b) Vous ne connaissiez pas l'existence du projet auparavant	1	2	9
c) Autre, précisez : _____	1	2	9

★ Pour les nouveaux clients → passer à la question 7

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



6. Nous aimerions savoir pour quelle raison vous n'avez pas commandé de boîtes de fruits et de légumes chaque fois qu'elles étaient offertes, ou vous avez cessé d'en commander. Je vais nommer plusieurs raisons possibles. Pour chacune d'elles, dites-moi si, oui ou non, elle s'applique à votre situation.

	Oui	Non	NRP
a) Vous avez été insatisfait(e) de la qualité des fruits et légumes obtenus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Vous avez été insatisfait(e) de la quantité de fruits et légumes obtenus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Vous n'avez pas aimé la variété des fruits et légumes obtenus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Votre budget ne vous permettait pas de commander des boîtes à chaque livraison	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Il vous restait encore des fruits et légumes de la dernière commande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Vous auriez préféré pouvoir choisir les fruits et légumes contenus dans les boîtes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) La qualité des fruits et légumes était devenue moins bonne avec le temps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Il y avait trop d'aliments que vous ne connaissiez pas dans les boîtes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Vous n'étiez pas disponible lors de la distribution	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Le point de chute n'avait pas assez de boîtes pour répondre à toutes les demandes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Autre, précisez : _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Je vais vous nommer quelques aspects en lien avec la distribution des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB. Pour chacun d'eux, dites-moi si vous le jugez tout à fait adéquat, plutôt adéquat, plutôt inadéquat ou tout à fait inadéquat.

	Tout à fait adéquat	Plutôt adéquat	Plutôt inadéquat	Tout à fait inadéquat	NRP
a) Le moment de la distribution (journée, heure)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>* S'il y a eu un changement, réponse p/r 2^e moment :</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) La distribution aux deux semaines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Les locaux où sont distribuées les boîtes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) L'endroit (lieu géographique) où est situé l'organisme point de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) L'accueil par les bénévoles ou employé/e/s du point de chute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



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

8. Je vais vous nommer des éléments en lien avec l'achat de boîtes du projet BBBB. Pour chacun d'eux, dites-moi si vous êtes très satisfait/e, plutôt satisfait/e, plutôt insatisfait/e ou très insatisfait/e.

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	NRP
a) De la qualité des fruits et des légumes	1	2	3	4	9
b) De la quantité de fruits et de légumes dans chaque boîte	1	2	3	4	9
c) De la variété de fruits et de légumes	1	2	3	4	9
d) Du coût des boîtes de fruits et légumes	1	2	3	4	9
e) De la possibilité d'obtenir près de chez vous des fruits et légumes de qualité	1	2	3	4	9
f) De la possibilité de contribuer à de bonnes habitudes alimentaires	1	2	3	4	9
g) Autre, précisez _____	1	2	3	4	9

9. Si le projet BBBB se poursuit l'an prochain, avez-vous l'intention de commander encore des boîtes de fruits et légumes?

- a) Oui ₁ → **passez à la question 10**
 b) Non ₂
 c) Je ne sais pas ₇

10. Pourriez-vous m'expliquer pourquoi vous n'avez pas l'intention de commander encore des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB ou ne savez pas si vous allez le faire?

11. Je vais vous nommer d'autres activités concernant l'alimentation. Celles-ci sont déjà offertes ou pourraient être offertes par votre point de chute du projet BBBB. Pour chacune d'elles, dites-moi si, oui ou non, vous y avez déjà participé au cours de la dernière année ou si vous aimeriez y participer.

	Déjà participé		Aimerait participer		
	Oui	Non	Oui	Non	NSP
a) La lecture des bulletins <i>Bonne Boîte Bonne Bouffe</i> contenus dans les boîtes	1	2	1	2	8
b) Des cuisines collectives	1	2	1	2	8
c) Des ateliers culinaires	1	2	1	2	8
d) Des séances d'information ou conférences	1	2	1	2	8
e) Des dégustations	1	2	1	2	8
f) Autre, précisez : _____	1	2	1	2	8



12. Avez-vous des commentaires ou suggestions à ajouter sur ce qui facilite la participation des personnes et des familles au projet BBBB ?

13. Avez-vous des commentaires ou suggestions à ajouter sur ce qui rend difficile la participation des personnes et des familles au projet BBBB :

Les questions qui suivent serviront à l'analyse globale des réponses recueillies. Elles ne permettront en aucun cas d'identifier des personnes. Vos réponses resteront confidentielles. Seule la DSP, qui fait l'évaluation du projet, a accès à cette information.

14. D'abord, dans quel milieu se situe votre résidence ?

- a) Dans un village (ex. : Entrelac, Chertsey) ₁
- b) Dans une ville (ex. : Rawdon, Terrebonne, Mascouche ou Lachenaie) ₂
- c) À la campagne, en dehors d'une ville ou d'un village (ex. : dans un rang) ₃
- d) Ne répond pas ₉

15. Parmi les groupes d'âge suivants, dans lequel vous situez-vous ?

- a) 18 à 24 ans ₁
- b) 25 à 34 ans ₂
- c) 35 à 44 ans ₃
- d) 45 à 64 ans ₄
- e) 65 ans et plus ₅
- f) Ne répond pas ₉

16. Parmi les situations familiales suivantes, laquelle correspond à la vôtre ?

- a) Vous vivez seul/e ₁
- b) Vous vivez en couple sans enfant ₂
- c) Vous vivez en couple avec des enfants ₃ Nb d'enfants _____
- d) Vous êtes une famille monoparentale ₄ Nb d'enfants _____
- e) Autre, précisez : _____
- f) Ne répond pas ₉



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

17. Parmi les tranches de revenu suivantes, laquelle correspond à votre revenu familial annuel ?

- a) 0 \$ à 9 999 \$ ₁
- b) 10 000 \$ à 19 999 \$ ₂
- c) 20 000 \$ à 29 999 \$ ₃
- d) 30 000 \$ à 39 999 \$ ₄
- e) 40 000 \$ à 49 999 \$ ₅
- f) 50 000 \$ à 59 999 \$ ₆
- g) 60 000 \$ à 69 999 \$ ₇
- h) 70 000 \$ et plus ₈
- i) Ne répond pas ₉

18. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété (avec diplôme) ?

- a) Aucun diplôme ₁
- b) Primaire ₂
- c) Secondaire ₃
- d) Collégial (incluant le diplôme d'études professionnelles) ₄
- e) Universitaire ₅
- f) Ne répond pas ₉

**Nous vous remercions pour vos réponses à ce questionnaire.
Les résultats de l'évaluation seront rendus publics au cours de l'automne 2012.**

***Avant la fin de l'évaluation, c'est-à-dire au cours des prochaines semaines,
un groupe de discussion sera organisé avec des personnes qui achètent
des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB.**

Accepteriez-vous d'y participer? Oui Non Nom : _____

**Si oui, et si vous êtes sélectionné, je vais vous rappeler bientôt
pour vous donner plus de détails à ce sujet.**

Bonne fin de journée!

Annexe 10

**FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PARTENAIRES
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES**

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
concernant la participation d'un représentant d'organisme partenaire
à un groupe de discussion dans le cadre de l'Évaluation d'implantation du projet
Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière

Objet de l'étude

Vous avez été invité à participer à un groupe de discussion, en tant que personne représentant un organisme partenaire du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière-Laurentides. Cette rencontre est réalisée dans le cadre d'une démarche d'évaluation portant sur l'implantation de ce projet.

La rencontre vise à connaître votre point de vue en lien avec différents aspects de ce projet, dont la concertation et la planification, les infrastructures et équipements utilisés et le déroulement des activités. Le groupe de discussion permettra d'approfondir les réponses individuelles obtenues à un questionnaire auquel votre organisme a répondu au cours des dernières semaines.

Confidentialité et anonymat

Votre participation à ce groupe de discussion se fait sur une base volontaire et librement consentie. Par ailleurs, toutes les mesures possibles seront mises en œuvre afin d'assurer la confidentialité de vos propos et votre anonymat. Cela signifie surtout que votre nom ne sera jamais associé directement à vos propos dans le cadre des rapports et publications produits dans le cadre de cette étude.

Enregistrement du contenu des discussions

Pour faciliter le travail d'analyse et ne rien perdre du contenu de la discussion, celle-ci sera enregistrée grâce à un support numérique. Après l'analyse, cet enregistrement sera conservé puis détruit conformément aux règles d'éthique et à la législation en matière de renseignements personnels. Il en sera de même pour les transcriptions imprimées, qui seront utilisées pour faciliter l'analyse.

Liberté de se retirer

Vous n'êtes pas obligé de répondre à toutes les questions qui seront adressées aux participants. Vous êtes libre de vous retirer de cette rencontre à tout moment.

Engagement et signature


Je comprends à quoi je m'engage en participant à ce groupe de discussion. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions à cet effet et on y a répondu à ma satisfaction.

Signé à _____, le ____ du mois de _____ 2012.


Nom de l'informateur/ de l'informatrice
(en lettres moulées)

Nom de l'organisme

Signature de
l'informateur/l'informatrice



Céline Poissant
Agente de planification, de programmation
et de recherche
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière



Geneviève Marquis
Technicienne en recherche psychosociale
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière

Annexe 11

GUIDE DE DISCUSSION

**À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PARTENAIRES
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES**

Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière
Proposition de guide de discussion auprès des organisations partenaires du projet (phase 3)
Thème général : la participation initiale au projet des organisations partenaires

Rappel des objectifs (opérationnels) du projet BBBB, selon le modèle logique déposé à QEF (2010)

1. Coordonner et mettre en place le projet;
2. Organiser la production et la distribution de boîtes de fruits et légumes frais et locaux à bas prix;
3. Outiller, susciter et soutenir le développement d'activités, ateliers, formations, de sensibilisation, d'éducation, d'information et de promotion favorisant la saine alimentation et le développement de compétences.

Le projet déposé à QEF (2009) mentionnait que trois objectifs étaient poursuivis « chez les enfants et les familles vulnérables »

1. Promouvoir et favoriser l'acquisition d'une saine alimentation et de saines habitudes alimentaires en rendant accessibles (proximité) et abordables (BBBB permet d'économiser 30 % à 50 % du prix du marché) les fruits et légumes frais de première qualité
 - a. Les personnes développent l'habitude de consommer davantage de fruits et légumes, d'autant plus que les quantités par boîte sont calculées par une nutritionniste pour répondre aux 5 portions recommandées de fruits et légumes par personne par jour;
 - b. le plus possible, ce sont les fruits et légumes produits dans Lanaudière et les Laurentides, ou tout au moins au Québec, qui sont achetés. Ce faisant, les fruits et légumes sont plus frais et donc de meilleure qualité nutritive, tout en ayant un souci de développer l'économie locale et de diminuer l'impact environnemental;
 - c. la livraison se fait directement dans les points de chute qui sont situés à proximité du lieu d'habitation. Donc des membres d'une communauté, d'un organisme ou d'une école peuvent profiter de cette livraison. Ce qui permet aussi aux municipalités qui n'ont pas d'épicerie d'avoir accès à des fruits et légumes frais et de qualité.
2. Promouvoir et favoriser les compétences culinaires par le développement d'activités et d'outils
 - a. Les organisations (organismes ou écoles) qui acceptent d'être des points de chute devront jouer un rôle dans la promotion de la saine alimentation et dans le développement de compétences culinaires et nutritionnelles. BBBB les soutiendra dans le développement d'activités de sensibilisation, d'éducation et d'information sur la saine alimentation et les fruits et légumes, des trucs et recettes pour cuisiner la boîte, etc. ;
 - b. Les boîtes de fruits et légumes sont accompagnées d'un bulletin d'information en lien avec le contenu des boîtes, qui favorise le développement de compétences culinaires en donnant des informations nutritionnelles, des recettes, des trucs culinaires faciles et économiques et des conseils sur l'utilisation des légumes différents (ex. la bette à carde, les aubergines, etc.).
3. Développer la responsabilisation de leur alimentation en adhérant à un groupe d'achat et en participant aux activités de développement des compétences.
 - a. Bien que les familles payeront un minimum (le prix coûtant), il s'agit d'un acte engagé qui entraîne un sentiment de fierté et d'estime de soi;
 - b. en développant leurs compétences via les activités, elles reprendront confiance en leurs moyens.



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

Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière Proposition de guide de discussion auprès des organisations partenaires du projet (phase 3) Thème général : la participation initiale au projet des organisations partenaires

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
1. Identification des acteurs ★ Qui devait/ qui a participé ?	1.1 Les partenaires	A. Quels organismes avaient été invités à participer au projet BBBB en tant que partenaires, lors de l'élaboration du projet ? B. Quels organismes partenaires ont effectivement participé à l'élaboration de ce projet ? C. Quels organismes avaient été invités à participer au projet BBBB en tant que partenaires, lors de la mise en œuvre du projet ? D. Comment les points de chute ont-ils été recrutés ? E. D'après vous, tous les partenaires nécessaires ont-ils participé à l'élaboration et à la mise en œuvre du projet ?	10 min.
	1.2 Les bénévoles et employés	A. Qui travaille concrètement au projet BBBB ? <i>(dans les entrepôts, à BBBB, dans les points de chute, au transport, etc.)</i> B. Comment ces personnes ont-elles été recrutées ? C. D'après vous, le projet BBBB dispose-t-il de toutes les ressources humaines dont il a besoin ?	5 min.
	1.3 Les clients	A. Quelles clientèles étaient visées par le projet BBBB ? <i>(seulement faibles revenus ou modestes revenus ou population en général?)</i> B. D'après vous, le projet BBBB rejoint-il les clientèles visées ? ★ <i>Faits saillants du questionnaire clients (Q 15, Q 16, Q 17, Q 18)</i>	5 min.

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



Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière
 Proposition de guide de discussion auprès des organisations partenaires du projet (phase 3)
 Thème général : la participation initiale au projet des organisations partenaires

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
2. La concertation et la planification du projet	2.1 L'élaboration du projet	<p>A. D'après vous, comment s'est déroulée la concertation des partenaires, lors de l'élaboration du projet ? Expliquez.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La communication entre les partenaires s'est-elle bien passée ? • La circulation de l'information s'est-elle bien passée ? • Le partage des rôles s'est-il bien passé ? • La prise en charge du leadership s'est-elle bien passée ? <p>★ <i>Faits saillants du questionnaire aux partenaires (Q 7, Q 9)</i></p>	15 min
	2.2 La mise en œuvre du projet	<p>A. D'après vous, comment s'est déroulée la concertation des partenaires, lors de la mise en œuvre du projet ? Expliquez.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La communication entre les partenaires s'est-elle bien passée ? • La circulation de l'information s'est-elle bien passée ? • Le partage des rôles s'est-il bien passé ? • La prise en charge du leadership s'est-elle bien passée ? • La supervision du projet par la chargée de projet régional s'est-elle bien passée ? • La coordination entre la chargée de projet régional et les points de chute s'est-elle bien passée ? <p>★ <i>Faits saillants du questionnaire aux partenaires (Q 7, Q 9)</i></p>	15 min

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

Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière Proposition de guide de discussion auprès des organisations partenaires du projet (phase 3) Thème général : la participation initiale au projet des organisations partenaires

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
3. Les infrastructures et équipements	3.1 Pour les entrepôts et autour	<p>A. D'après vous, les entrepôts utilisés sont-ils adéquats pour permettre au projet BBBB d'atteindre ses objectifs ? <i>(première phase d'implantation vs développements prévus)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Situation géographique adéquate ? <i>(région, municipalité, etc.)</i> <p>Les infrastructures et les équipements associés aux entrepôts sont-ils adéquats pour permettre au projet BBBB d'atteindre ses objectifs? <i>(première phase d'implantation vs développements prévus)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Locaux adéquats ? <i>(accessibilité, espace, aménagement)</i> • Équipements adéquats ? <i>(meubles, réfrigérateur, diable, etc.)</i> 	10 min.
	3.2 Pour les points de chute et autour	<p>A. D'après vous, les points de chute sont-ils adéquats pour permettre au projet BBBB d'atteindre ses objectifs ? <i>(première phase d'implantation vs développements prévus; volet distribution de boîtes vs volet sensibilisation et éducation)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre suffisant ? <i>(e/f de la demande des milieux, e/f du nombre de boîtes à distribuer)</i> • Situations géographiques adéquates ? <i>(e/f logistique des circuits de distribution, e/f de la demande des milieux)</i> • Type d'organisme <i>(dépannage/aide alimentaire, autre type comme maison de la famille)</i> <p>B. Les infrastructures et les équipements associés aux points de chute sont-ils adéquats pour permettre au projet BBBB d'atteindre ses objectifs ? <i>(première phase d'implantation vs développements prévus; volet distribution de boîtes vs volet sensibilisation et éducation)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Locaux adéquats ? <i>(accessibilité, espace, aménagement)</i> • Équipements nécessaires? 	10 min.

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



**Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière
Proposition de guide de discussion auprès des organisations partenaires du projet (phase 3)
Thème général : la participation initiale au projet des organisations partenaires**

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
4. Le déroulement des activités	4.1 La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute	A. D'après vous, la préparation des boîtes de fruits et légumes se déroule-t-elle bien, avant qu'elles arrivent aux points de chute ? <i>(réception des commandes à BBBB, préparation des boîtes à l'entrepôt, transport des boîtes, etc.)</i> B. Depuis le début du projet, y a-t-il eu une évolution (+ ou -) dans le déroulement de ces activités en dehors des points de chute ? C. Avez-vous des améliorations à suggérer à ces activités ?	10 min.
	4.2 La distribution des boîtes dans les points de chute	A. D'après vous, la distribution des boîtes de fruits et légumes se déroule-t-elle bien, dans les points de chute ? <i>(prise de commande, collecte des paiements, transmission des commandes à BBBB, accueil des clients, etc.)</i> B. Depuis le début du projet, y a-t-il eu une évolution (+ ou -) dans le déroulement de ces activités dans les points de chute ? C. Avez-vous des améliorations à suggérer à ces activités ?	10 min.
	4.3 Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute	A. D'après vous, les activités de sensibilisation et d'éducation en lien avec la saine alimentation se déroulent-elles bien, dans les points de chute ? <i>(Bulletin BBBB, cuisines collectives, séances d'information et conférences, dégustations, développement d'outils, etc.)</i> B. Depuis le début du projet, y a-t-il eu une évolution (+ ou -) dans le déroulement de ces activités aux points de chute ? C. D'après vous, le soutien offert aux points de chute par une employée de BBBB, pour l'organisation de ce type d'activités, est-il adéquat ? D. Avez-vous des améliorations à suggérer à ces activités ?	10 min.



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

Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière Proposition de guide de discussion auprès des organisations partenaires du projet (phase 3) Thème général : la participation initiale au projet des organisations partenaires

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
5. Aspects particuliers des services et des produits offerts	5.1 Aspects des services	<p>A. D'après vous, chacun des aspects suivants des services offerts était-il adéquat? Et pourquoi? <i>(volet distribution + volet sensibilisation et éducation)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les heures et les jours d'ouverture, de livraison des boîtes? <i>(changements à l'horaire, personnes qui travaillent dans le jour, etc.)</i> • La ponctualité des livraisons? • La publicité? • Les informations transmises sur les modalités de fonctionnement? <i>(kit de départ pour les points de chute/pour les clients, matériel promotionnel, calendrier de livraison, communications via le Bulletin BBBB, etc.)</i> • Le Bulletin BBBB lui-même? 	10 min.
	5.2 Aspects des produits	<p>B. D'après vous, chacun des aspects suivants des produits offerts était-il adéquat? Et pourquoi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le nombre de boîtes? • La quantité de fruits et légumes contenus dans les boîtes? <i>(ef/ nombre de portions; ef/ ingrédients pour recettes du bulletin BBBB)</i> • La qualité des fruits et légumes contenus dans les boîtes? • La variété des fruits et légumes contenus dans les boîtes? • Le format des boîtes ? 	10 min.

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
6. Satisfaction des clients et effets sur eux	6.1 Satisfaction	<p>A. À votre avis, les clients du projet BBBB sont-ils généralement satisfaits des services obtenus?</p> <p>B. Sont-ils généralement satisfaits des produits obtenus?</p>	5 min.
	6.2 Effets	<p>A. À votre avis, qu'est-ce que la participation au projet BBBB apporte surtout aux clients? <i>(l'accès économique à des aliments sains, des notions sur la saine alimentation, briser leur isolement, etc.)</i></p>	5 min.

Annexe 12

**GUIDE D'OBSERVATION DU GROUPE DE DISCUSSION
À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATION PARTENAIRES
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES**

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des organisations partenaires
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 1. Identification des acteurs

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
1.1 Les partenaires						
1.2 Les bénévoles et employés						
1.3 Les clients						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des organisations partenaires
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 2. La concertation et la planification du projet

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
2.1 L'élaboration du projet						
2.2 La mise en œuvre du projet						

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des organisations partenaires
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 3. Les infrastructures et équipements

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
3.1 Pour les entrepôts et autour						
3.2 Pour les points de chute et autour						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des organisations partenaires
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 4. Le déroulement des activités

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
4.1 La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute						
4.2 La distribution des boîtes dans les points de chute						
4.3 Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute						

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des organisations partenaires
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 5. Aspects particuliers des services et des produits offerts

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
5.1 Aspects des services						
5.2 Aspects des produits						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des organisations partenaires
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 6. Satisfaction des clients et effets sur eux

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
6.1 Satisfaction						
6.2 Effets						



Commentaires divers

--



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

Schéma des ____ participants autour de la table (1 numéro pour chacun + «A» pour animateur + «O» pour observatrice)	Correspondance prénoms- numéros
	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____ 6. _____ 7. _____ 8. _____ 9. _____ 10. _____ 11. _____ 13. _____ 14. _____ 15. _____ 16. _____ 17. _____ 18. _____ 19. _____ 20. _____

Annexe 13

**FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
À L'INTENTION DES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
concernant la participation d'un bénévole ou d'un employé
dans le cadre de l'Évaluation d'implantation du projet
Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière

Objet de l'étude

Vous avez été invité à participer à un groupe de discussion, en tant que personne travaillant bénévolement ou en étant rémunérée au projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière-Laurentides. Cette rencontre est réalisée dans le cadre d'une démarche d'évaluation portant sur l'implantation de ce projet.

La rencontre vise à connaître votre point de vue en lien avec différents aspects de ce projet. Nous parlerons notamment de votre connaissance du projet et de votre motivation à y participer, des différents participants, des infrastructures et équipements, ainsi que des services et des produits offerts. Le groupe de discussion permettra d'approfondir les réponses individuelles obtenues à un questionnaire auquel plusieurs bénévoles et employés du projet BBBB ont répondu au cours des dernières semaines.

Confidentialité et anonymat

Votre participation à ce groupe de discussion se fait sur une base volontaire et librement consentie. Par ailleurs, toutes les mesures possibles seront mises en œuvre afin d'assurer la confidentialité de vos propos et votre anonymat. Cela signifie surtout que votre nom ne sera jamais associé directement à vos propos dans le cadre des rapports et publications produits dans le cadre de cette étude.

Enregistrement du contenu des discussions

Pour faciliter le travail d'analyse et ne rien perdre du contenu de la discussion, celle-ci sera enregistrée grâce à un support numérique. Après l'analyse, cet enregistrement sera conservé puis détruit conformément aux règles d'éthique et à la législation en matière de renseignements personnels. Il en sera de même pour les transcriptions imprimées, qui seront utilisées pour faciliter l'analyse.

Liberté de se retirer

Vous n'êtes pas obligé de répondre à toutes les questions qui seront adressées aux participants. Vous êtes libre de vous retirer de cette rencontre à tout moment.

Engagement et signature


Je comprends à quoi je m'engage en participant à ce groupe de discussion. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions à cet effet et on y a répondu à ma satisfaction.

Signé à _____, le _____ du mois de _____ 2012.


Nom de l'informateur/ de l'informatrice
(en lettres moulées)

Nom de l'organisme

Signature de
l'informateur/l'informatrice



Céline Poissant
Agente de planification, de programmation
et de recherche
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière



Geneviève Marquis
Technicienne en recherche psychosociale
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière

Annexe 14

GUIDE DE DISCUSSION

**À L'INTENTION DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PARTENAIRES
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE-LAURENTIDES**

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



Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière
 Proposition de guide de discussion auprès des bénévoles et employés du projet (phase 3)
 Thème général : la participation initiale au projet des bénévoles et employés

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
1. Connaissance du projet et motivation à y participer	1.1 Origine de la connaissance	A. Comment avez-vous entendu parler du projet BBBB Lanaudière ? <i>(par qui ? par quel moyen ? à quel endroit ?)</i> B. À quel moment en avez-vous entendu parler ? <i>(depuis le début ? quand c'était déjà commencé ?)</i> C. D'après vous, à qui s'adresse ce projet ?	5 min.
	1.2 Motivation à participer	A. Qu'est-ce qui vous a donné le goût de participer à ce projet ? <i>(contribuer à accès à bons aliments pour gens du milieu, projet nouveau et stimulant, obligés par le travail, obtenir vous-mêmes des boîtes, etc.)</i>	5 min.
	1.3 Étendue de la connaissance	A. Que savez-vous du projet BBBB, à part ce qui se passe dans votre organisme ou milieu de travail ? <i>(employés BBBB, 2 régions, 2 entrepôts, etc.)</i> B. Que savez-vous de la façon dont le projet a été organisé avant d'être implanté dans votre milieu ? <i>(comité de partenaires, financement par Québec en forme, recrutement des points de chute, etc.)</i>	5 min.

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

Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudivère Proposition de guide de discussion auprès des bénévoles et employés du projet (phase 3) Thème général : la participation initiale au projet des bénévoles et employés

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
2. Les différents participants	2.1 Les organismes partenaires	<p>A. Pouvez-vous me dire quels sont les principaux organismes, en plus du vôtre (point de chute, BBBB, entrepôt), qui permettent le fonctionnement du projet BBBB ? <i>(financement, planification et coordination, tri et réception des produits à l'entrepôt, préparation des boîtes, transport, etc.)</i></p> <p>B. Connaissez-vous des personnes qui travaillent pour le projet BBBB en dehors de votre organisme ou milieu de travail? <i>(chargée de projet, agente de développement, camionneur, etc.)</i></p>	5 min.
	2.2 Les bénévoles et employés	<p>A. Quelles sont les personnes qui travaillent au projet BBBB dans les points de chute et hors des points de chute? <i>(bénévoles ? employés ? hommes ? femmes ? âge approximatif ?)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi est-ce que ce sont ces personnes qui travaillent au projet BBBB <i>(disponibilité? qualités/compétences recherchées?)</i> • Comment ces personnes ont-elles été recrutées ? • Est-ce que le projet BBBB (points de chute, entrepôts, etc.) peut compter sur un nombre suffisant de ces personnes? <i>(accueil des clients, collecte des commandes, des paiements, manutention, aide au camionneur, etc.)</i> • Si nécessaire, avez-vous des suggestions pour améliorer le recrutement des personnes qui travaillent au projet BBBB? <i>(coordination, soutien, entrepôt, transport, points de chute)</i> 	10 min.
	2.3 Les clients	<p>A. Quelles sont les personnes qui achètent des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB? <i>(déjà clients des autres services? aussi employés/bénévoles? sexe? âge? familles ou individus? revenu?)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • À votre connaissance, est-ce que ce sont les mêmes personnes depuis le début du projet ? • D'après vous, y a-t-il des personnes ou des catégories de personnes qui ne sont pas rejointes par ce projet, mais qui devraient l'être ? • Avez-vous des suggestions pour améliorer le recrutement des personnes ou catégories de personnes qui ne sont pas rejointes par ce projet, mais qui devraient l'être ? <p>★ <i>Faits saillants du questionnaire clients (Q 15, Q 16, Q 17, Q 18)</i></p>	15 min.
	2.4 Les relations entre les différents participants	<p>A. D'après vous, comment se passent les relations entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les organismes partenaires de BBBB? • les employés de BBBB et les bénévoles ou employés de votre point de chute? • les bénévoles et employés du point de chute entre eux? • les bénévoles et employés du point de chute et les clients? 	5 min.

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



Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanauidière
 Proposition de guide de discussion auprès des bénévoles et employés du projet (phase 3)
 Thème général : la participation initiale au projet des bénévoles et employés

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
3. Les infrastructures et équipements	3.1 Aux points de chute	<p>A. D'après vous, les points de chute disposent-ils des infrastructures et des équipements adéquats pour assurer le bon fonctionnement du projet BBBB? (<i>première phase d'implantation vs développements prévus; volet distribution de boîtes vs sensibilisation, éducation</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • La situation géographique des points de chute est-elle adéquate pour les bénévoles et employés / pour les clients? (<i>municipalité, lieu dans la municipalité, stationnement, etc.</i>) • Les locaux sont-ils adéquats? (<i>accessibilité, espace, aménagement</i>) • Les équipements sont-ils adéquats? (<i>meubles, fournitures, etc.</i>) • Les points de chute manquent-ils d'infrastructures ou d'équipements indispensables? 	5 min.
	3.2 Au-delà des points de chute	<p>B. D'après vous, en dehors des points de chute, le projet BBBB dispose-t-il des infrastructures et des équipements adéquats pour assurer son bon fonctionnement? (<i>première phase d'implantation vs développements prévus</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les entrepôts (Montréal et Laurentides) sont-ils adéquats? ★ Le camion est-il adéquat? <p>C. En dehors des points de chute, le projet BBBB manque-il de certaines infrastructures ou certains équipements qui permettraient d'assurer son bon fonctionnement? (<i>nombre de points de chute, entrepôts, camions, etc.</i>)</p>	5 min.

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

**Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudivère
Proposition de guide de discussion auprès des bénévoles et employés du projet (phase 3)
Thème général : la participation initiale au projet des bénévoles et employés**

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
4. Le déroulement des activités	4.1 La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute	<p>A. D'après vous, la préparation des boîtes de fruits et légumes se déroule-t-elle bien, avant qu'elles arrivent aux points de chute ? <i>(réception des commandes à BBBB, préparation des commandes en vrac et des boîtes, transport des boîtes, etc.)</i></p> <p>B. Depuis le début du projet, y a-t-il eu une évolution (+ ou -) dans le déroulement de ces activités en dehors des points de chute ?</p> <p>C. Avez-vous des améliorations à suggérer à ces activités ?</p>	10 min.
	4.2 La distribution des boîtes dans les points de chute	<p>A. D'après vous, la distribution des boîtes de fruits et légumes se déroulent-elles bien, dans les points de chute ? <i>(prise de commande, collecte des paiements, transmission des commandes à BBBB, accueil des clients, etc.)</i></p> <p>B. Depuis le début du projet, y a-t-il eu une évolution (+ ou -) dans le déroulement de ces activités dans les points de chute ?</p> <p>C. Avez-vous des améliorations à suggérer à ces activités ?</p>	15 min.
	4.3 Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute	<p>A. À votre connaissance, les points de chute offrent-ils des activités de sensibilisation et d'éducation liées à la saine alimentation? <i>(dans le cadre de BBBB ou pas)</i> Ces activités sont-elles importantes? <i>(Bulletin BBBB, cuisines collectives, séances d'information et conférences, dégustations, développement d'outils, etc.)</i></p> <p>B. D'après vous, les activités de sensibilisation et d'éducation en lien avec la saine alimentation se déroulent-elles bien, dans les points de chute qui en offrent?</p> <p>B. Depuis le début du projet, y a-t-il eu une évolution (+ ou -) dans le déroulement de ces activités aux points de chute ?</p> <p>C. D'après vous, l'offre d'activités de sensibilisation et d'éducation liées à la saine alimentation, par les points de chute, peut-elle représenter pour les clients une motivation à maintenir leur participation au projet BBBB?</p> <p>C. D'après vous, le soutien offert aux points de chute par une employée de BBBB, pour l'organisation de ce type d'activités, est-il adéquat?</p> <p>D. Avez-vous des améliorations à suggérer à ces activités?</p>	15 min.

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



Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanauidière
 Proposition de guide de discussion auprès des bénévoles et employés du projet (phase 3)
 Thème général : la participation initiale au projet des bénévoles et employés

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
5. Aspects particuliers des services et des produits offerts	5.1 Aspects des services	A. D'après vous, chacun des aspects suivants des services offerts était-il adéquat ? Et pourquoi ? <i>(volet distribution + volet sensibilisation et éducation)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Les heures et les jours d'ouverture, de livraison des boîtes? <i>(changements à l'horaire, personnes qui travaillent dans le jour, etc.)</i> • La ponctualité des livraisons? • La publicité? • Les informations transmises sur les modalités de fonctionnement? <i>(kit de départ pour les points de chute/pour les clients, matériel promotionnel, calendrier de livraison, communications via le Bulletin BBBB, etc.)</i> • Le Bulletin BBBB lui-même? 	15 min.
	5.2 Aspects des produits	B. D'après vous, chacun des aspects suivants des produits offerts était-il adéquat ? Et pourquoi ? <ul style="list-style-type: none"> • Le nombre de boîtes? • La quantité de fruits et légumes contenus dans les boîtes? <i>(e/f nombre de portions ; e/f ingrédients pour recettes du bulletin BBBB)</i> • La qualité des fruits et légumes contenus dans les boîtes? • La variété des fruits et légumes contenus dans les boîtes? • Le format des boîtes ? 	15 min.

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
6. Satisfaction des clients et effets sur eux	6.1 Satisfaction	A. À votre avis, les clients du projet BBBB sont-ils généralement satisfaits des services obtenus? B. Sont-ils généralement satisfaits des produits obtenus ?	5 min.
	6.2 Effets	A. A votre avis, qu'est-ce que la participation au projet BBBB apporte surtout aux clients? <i>(l'accès économique à des aliments sains, des notions sur la saine alimentation, briser leur isolement, etc.)</i>	5 min.

Annexe 15

**GUIDE D'OBSERVATION DU GROUPE DE DISCUSSION
À L'INTENTION DES BÉNÉVOLES ET EMPLOYÉS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des bénévoles et employés
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 1. Connaissance du projet et motivation à y participer

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
1.1 Origine de la connaissance						
1.2 Motivation à participer						
1.3 Étendue de la connaissance						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des bénévoles et employés
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 2. Les différents participants

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
2.1 Les organismes partenaires						
2.2 Les bénévoles et employés						
2.3 Les clients						
2.4 Les relations entre les différents participants						

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des bénévoles et employés
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 3. Les infrastructures et équipements

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
3.1 Aux points de chute						
3.2 Au-delà des points de chute						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des bénévoles et employés
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 4. Le déroulement des activités

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
4.1 La préparation des boîtes avant leur arrivée dans les points de chute						
4.2 La distribution des boîtes dans les points de chute						
4.3 Les activités de sensibilisation et d'éducation dans les points de chute						

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des bénévoles et employés
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 5. Aspects particuliers des services et des produits offerts

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
5.1 Aspects des services						
5.2 Aspects des produits						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des bénévoles et employés
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 6. Satisfaction des clients et effets sur eux

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
6.1 Satisfaction						
6.2 Effets						



Commentaires divers



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

Schéma des ____ participants autour de la table (1 numéro pour chacun + «A» pour animateur + «O» pour observatrice)	Correspondance prénoms- numéros
	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____ 6. _____ 7. _____ 8. _____ 9. _____ 10. _____ 11. _____ 13. _____ 14. _____ 15. _____ 16. _____ 17. _____ 18. _____ 19. _____ 20. _____

Annexe 16

**FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
À L'INTENTION DES CLIENTS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**



**FORMULAIRE DE CONSENTEMENT
concernant la participation d'une cliente ou d'un client
à un groupe de discussion dans le cadre de l'Évaluation d'implantation
du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) dans Lanaudière**

Objet de l'étude

Vous avez été invité à participer à un groupe de discussion, en tant que cliente ou client du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe (BBBB) Lanaudière-Laurentides. Cette rencontre est réalisée dans le cadre d'une démarche d'évaluation portant sur l'implantation de ce projet.

La rencontre vise à connaître votre point de vue en lien avec différents aspects de ce projet. Nous parlerons notamment de votre connaissance du projet et de votre motivation à y participer, des différents participants à ce projet, ainsi que des services et des produits que vous avez obtenus. Le groupe de discussion permettra d'approfondir les réponses individuelles à un questionnaire auquel plusieurs clientes et clients de BBBB Lanaudière ont répondu au cours des dernières semaines.

Confidentialité et anonymat

Votre participation à ce groupe de discussion se fait sur une base volontaire et librement consentie. Par ailleurs, toutes les mesures possibles seront mises en œuvre afin d'assurer la confidentialité de vos propos et votre anonymat. Cela signifie surtout que votre nom ne sera jamais associé directement à vos propos dans le cadre des rapports et publications produits dans le cadre de cette étude.

Enregistrement du contenu des discussions

Pour faciliter le travail d'analyse et ne rien perdre du contenu de la discussion, celle-ci sera enregistrée grâce à un support numérique. Après l'analyse, cet enregistrement sera conservé puis détruit conformément aux règles d'éthique et à la législation en matière de renseignements personnels. Il en sera de même pour les transcriptions imprimées, qui seront utilisées pour faciliter l'analyse.

Liberté de se retirer

Vous n'êtes pas obligé de répondre à toutes les questions qui seront adressées aux participants. Vous êtes libre de vous retirer de cette rencontre à tout moment.

Engagement et signature

Je comprends à quoi je m'engage en participant à ce groupe de discussion. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions à cet effet et on y a répondu à ma satisfaction.

Signé à _____, le ____ du mois de _____ 2012.

Nom de l'informateur/ de l'informatrice
(en lettres moulées)

Nom de l'organisme

Signature de
l'informateur/l'informatrice

Céline Poissant
Agente de planification, de programmation
et de recherche
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière

Geneviève Marquis
Technicienne en recherche psychosociale
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Lanaudière

Annexe 17

**GUIDE DE DISCUSSION
À L'INTENTION DES CLIENTS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**

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



Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière
 Proposition de guide de discussion auprès des clients du projet (phase 3)
 Thème général : la participation initiale au projet des clients

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
1. Connaissance du projet et motivation à y participer	1.1 Origine de la connaissance	A. Comment avez-vous entendu parler du projet BBBB Lanaudière? <i>(par qui? par quel moyen?)</i> B. À quel moment en avez-vous entendu parler? <i>(dès le début? quand c'était déjà commencé?)</i> C. D'après vous, à qui s'adresse ce projet?	5 min.
	1.2 Motivation à participer	A. Qu'est-ce qui vous a donné le goût de participer à ce projet? <i>(saine alimentation, rapport qualité-prix, produits locaux, recettes et trucs culinaires, etc.)</i> B. Considérez-vous que vous aviez déjà de saines habitudes de vie avant de participer au projet BBBB? C. Considérez-vous que vous aviez des préoccupations environnementales avant de participer au projet BBBB?	10 min.
	1.3 Étendue de la connaissance	A. Que savez-vous du projet BBBB, à part ce qui se passe dans votre point de chute ? <i>(employés BBBB, 2 régions, 2 entrepôts, etc.)</i> B. Que savez-vous de la façon dont le projet a été organisé avant d'être implanté dans votre milieu ? <i>(comité de partenaires, financement par Québec en forme, etc.)</i>	5 min.

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

**Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudivère
Proposition de guide de discussion auprès des clients du projet (phase 3)
Thème général : la participation initiale au projet des clients**

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
2. Les participants des points de chute	2.1 Les bénévoles et employés	<p>A. Quelles sont les personnes qui travaillent au projet BBBB à votre point de chute? <i>(bénévoles? employés? hommes? femmes? âge approximatif?)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi est-ce que ce sont ces personnes qui travaillent au projet BBBB? <i>(disponibilité? qualités/compétences recherchées?)</i> • Comment ces personnes ont-elles été recrutées? • Est-ce que votre point de chute peut compter sur un nombre suffisant de ces personnes? <i>(accueil des clients, collecte des commandes, des paiements, manutention, aide au camionneur, etc.)</i> <p>B. Avez-vous été sollicités, personnellement, pour aider à ce projet?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si oui, y avez-vous participé, et comment? • Si vous n'y avez pas participé, pourquoi? 	5 min
	2.2 Les clients	<p>A. Selon vous, à quels groupes de personnes s'adressait le projet BBBB?</p> <p>B. Quelles sont les personnes qui achètent des boîtes de fruits et légumes du projet BBBB à votre point de chute? <i>(déjà clients des autres services? aussi employés/bénévoles? sexe? âge? familles ou individus? Revenu?)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • À votre connaissance, est-ce que ce sont les mêmes personnes depuis le début du projet? • D'après vous, y a-t-il des personnes ou des catégories de personnes qui ne sont pas rejointes par ce projet, mais qui devraient l'être ? • Avez-vous des suggestions pour améliorer le recrutement des personnes ou catégories de personnes qui ne sont pas rejointes par ce projet, mais qui devraient l'être? 	10 min
	2.3 Les relations entre les participants	<p>A. D'après vous, comment se passent les relations entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les bénévoles et employés du point de chute entre eux? • les bénévoles et employés du point de chute et les clients <i>(accueil, etc.)?</i> 	5 min

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



**Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière
Proposition de guide de discussion auprès des clients du projet (phase 3)
Thème général : la participation initiale au projet des clients**

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
3. Les services obtenus	3.1 La distribution de boîtes de fruits et légumes	<p>A. Nous allons parler des activités de distribution des boîtes de fruits et légumes. D'après vous, chacun des aspects suivants de ces services était-il adéquat ? Et pourquoi ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les heures et les jours d'ouverture, de livraison des boîtes? (<i>changements à l'horaire, personnes qui travaillent dans le jour, etc.</i>) • La ponctualité des livraisons? • La publicité? • Les informations transmises sur les modalités de fonctionnement? (<i>kit de départ pour les clients, matériel promotionnel, calendrier de livraison, communications via le Bulletin BBBB, etc.</i>) <p>B. Si certains de ces aspects étaient inadéquats selon vous, comment l'expliquez-vous?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilité des personnes au point de chute? (<i>responsable du point de chute? bénévoles/employés? quelqu'un d'autre? manque de personnel?</i>) • Responsabilité des personnes travaillant au projet hors du point de chute? (<i>chargée de projet BBBB? camionneur? bénévoles à l'entrepôt? quelqu'un d'autre? manque de personnel?</i>) • Problème d'infrastructures (<i>lieu géographique? locaux? Stationnement? équipements?</i>) 	20 min.
	3.2 Les activités de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation	<p>A. Nous allons parler des activités de sensibilisation et d'éducation en lien avec la saine alimentation. (<i>dans le cadre de BBBB ou pas</i>) Votre point de chute offre-t-il de tels services? (<i>Bulletin BBBB, cuisines collectives, séances d'information et conférences, dégustations, développement d'outils, etc.</i>)</p> <p>B. Selon vous, les activités de ce type sont-elles importantes? Pourquoi?</p> <p>C. Y avez-vous participé personnellement? Si non, pourquoi ? Si oui, les aspects suivants de ces services étaient-ils adéquats selon vous ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Bulletin BBBB lui-même • Les heures et les jours de tenue des autres activités? (<i>pour les personnes qui travaillent dans le jour, etc.</i>) • La publicité sur ces activités (<i>communications via le Bulletin BBBB, etc.</i>) • La qualité de l'information transmise • La qualité de l'activité elle-même • La compétence des personnes ressource responsables de ces activités <p>D. Si certains de ces aspects étaient inadéquats selon vous, comment l'expliquez-vous? (<i>responsabilités de personnes? infrastructures? équipements? etc.</i>)</p>	20 min.



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

Évaluation d'implantation du projet Bonne Boîte Bonne Bouffe Lanaudière Proposition de guide de discussion auprès des clients du projet (phase 3) Thème général : la participation initiale au projet des clients

Thème	Sous-thème	Questions type	Durée
4. Les produits obtenus	4.1 Adéquation	<p>A. D'après vous, chacun des aspects suivants des produits offerts était-il adéquat ? Et pourquoi ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le nombre de boîtes? • La quantité de fruits et légumes contenus dans les boîtes? • La qualité des fruits et légumes contenus dans les boîtes? • La variété des fruits et légumes contenus dans les boîtes? • Le format des boîtes? 	15 min.
	4.2 Explication	<p>A. Si certains de ces aspects étaient inadéquats selon vous, comment l'expliquez-vous?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problème d'infrastructure ou d'équipement dans les points de chute? • Problème d'infrastructure ou d'équipement hors des points de chute? (<i>camion, entrepôt des Laurentides, entrepôt de Montréal</i>) • Problème de main-d'œuvre? (<i>dans les points de chute, dans les entrepôts, dans le transport</i>) • Problème de coordination du projet? • Problème d'orientations déterminées à BBBB? 	15 min.

Thème	Questions type	Durée
5. Synthèse	<p>A. Quelles seraient vos principales suggestions pour améliorer le projet BBBB?</p> <p>B. À votre avis, qu'est-ce que la participation au projet BBBB apporte surtout aux clients? (<i>l'accès économique à des aliments sains, des notions sur la saine alimentation, briser leur isolement, etc.</i>)</p>	10 min.

Annexe 18

**GUIDE D'OBSERVATION DU GROUPE DE DISCUSSION
À L'INTENTION DES CLIENTS
DU PROJET BBBB LANAUDIÈRE**

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des clients
Évaluation d'implantation du projet BBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 1. Connaissance du projet et motivation à y participer

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
1.1 Origine de la connaissance						
1.2 Motivation à participer						
1.3 Étendue de la connaissance						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des clients
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 2. Les participants des points de chute

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
2.1 Les bénévoles et employés						
2.2 Les clients						
2.3 Les relations entre les participants						

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



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des clients
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 3. Les services obtenus

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
3.1 La distribution de boîtes de fruits et légumes						
3.2 Les activités de sensibilisation et d'éducation en lien avec la saine alimentation						



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

Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des clients
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 4. Les produits obtenus

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
4.1 Adéquation						
4.2 Explication						



Guide d'observation du groupe de discussion de la phase 3, auprès des clients
Évaluation d'implantation du projet BBBB dans Lanaudière, 2011-2013

Thème 5. Synthèse

Sous-thèmes	# des participants	Contenu de la discussion (mots clés)	Compréhension du thème (+ ou -)	Non verbal (+ ou -)	Ambiance générale, dynamique & relations entre participants (+ ou -)	Durée
5. Synthèse						



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

Commentaires divers

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



Schéma des ____ participants autour de la table (1 numéro pour chacun + «A» pour animateur + «O» pour observatrice)	Correspondance prénoms- numéros
	1. _____
	2. _____
	3. _____
	4. _____
	5. _____
	6. _____
	7. _____
	8. _____
	9. _____
	10. _____
	11. _____
	13. _____
	14. _____
	15. _____
	16. _____
	17. _____
	18. _____
	19. _____
	20. _____

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

Québec 