



## La Juncha

### Fiche d'identité

- ⊙ Date de création : printemps 2010
- ⊙ Ouverture du cafépicerie : mai 2012
- ⊙ Nombre d'adhérents : 60
- ⊙ Localisation : St-Léger-les-Mélèzes
- ⊙ Territoire d'action : vallées du Champsaur et du Valgaudemar
- ⊙ Budget annuel : 170 000 €
- ⊙ Statut : Association



### Historique

L'association est née de la volonté d'un groupe d'habitants du Champsaur, actifs au sein de l'AMAP (Association pour le maintien de l'agriculture paysanne) alors déjà en place. Ils visaient un double objectif :

- créer un point d'approvisionnement en produits locaux (bio lorsque c'est possible), à proximité de leurs lieux de vie,
- développer un café et une épicerie de village, un lieu de convivialité et de rencontres où approfondir les questions de sensibilisation à la consommation responsable, au commerce équitable, aux circuits courts...

Un poste est créé dès l'émergence du projet pour accompagner sa réalisation. Puis le « cafépicerie » ouvre dès mai 2012 avec 2 postes salariés. Il commercialise des produits bio et locaux (alimentaires et non-alimentaires). Il est aussi un espace de vie, proposant des animations diverses (concerts, projections-débats, conférences, ateliers d'échange de savoirs...) ainsi qu'une petite ludothèque. Un poste est créé dès le départ avec le soutien de la Région Paca et de la Fondation de France, mais surtout grâce à la réussite d'un appel en fonds associatif. Aujourd'hui, l'association compte 5 salariés.

*"La Juncha", quézaco ?  
Le mot provient du patois  
champsaurin: il signifie  
un moment de travail  
collectif et solidaire, qui  
sera suivi d'un temps  
convivial où l'on fête le  
travail accompli...*

### Activité

La Juncha a pour objet (article 2 de ses statuts) de :

- maintenir et de promouvoir une agriculture de proximité, écologiquement saine, socialement équitable et économiquement viable,
- développer des relations privilégiées entre consommateurs et producteurs,
- animer un lieu trans-générationnel, inter-associatif et d'animation culturelle,
- favoriser la rencontre entre les membres de l'association.

Son activité est donc centrée depuis le commencement sur la gestion et l'animation d'un lieu, espace de commercialisation de produits bios et locaux ainsi qu'un café. Depuis juillet 2015, La Juncha a également mis en place un projet « Itinérance » avec une camionnette ambulante. Il s'agit de commercialiser les produits de l'épicerie dans les villages du Champsaur et précisément de les rendre accessibles à des populations moins mobiles et plus fragiles.

## Au sujet de la citoyenneté économique

La Juncha défend donc d'emblée la citoyenneté comme une composante essentielle de son projet. Les responsables de l'association entrevoient cet engagement à plusieurs niveaux. En interne, par exemple, la prise de décision est un compromis entre les administrateurs et les salariés. Ces derniers sont d'ailleurs représentés au conseil d'administration, les votes devant néanmoins obtenir une proportion de 2/3 de bénévoles pour être adoptés. En contrepartie, l'équipe salariée exprime elle-même son attachement à une structure équilibrée au sein de laquelle les bénévoles et militants restent les principaux garants du projet. « Personne ne veut d'une association gérée exclusivement par les salariés, et surtout pas les salariés » témoigne l'un des employés de la structure. C'est pourquoi, un soin particulier est porté à ce que les informations soient transmises régulièrement aux administrateurs.

La défense de la citoyenneté sous un angle économique passe également par la politique tarifaire en vigueur au sein de l'épicerie. Celle-ci, annoncée et affichée sur les murs du local, se présente comme une initiative pédagogique : expliquer la démarche de La Juncha en toute transparence. Le taux de marge pratiqué est « solidaire », et se décline selon 4 logiques :

TX DE MARGE BRUTE	Provenance locale	Provenance non locale
Produits de première nécessité	21% (pain, œufs, fruits, légumes...)	24% (fruits, légumes...)
Produits transformés	27% (ex : purée de potiron du Champsaur)	30% (ex café, thé...)

Avec un taux de marge raisonné et relativement bas (pour rappel, les taux pratiqués par la Grande distribution peuvent atteindre les 50%), cette démarche vise tout à la fois à favoriser l'accès à des produits de qualité pour les populations locales et à assurer aux producteurs des conditions de vente décentes.

## Difficulté et perspectives

La Juncha fait l'objet d'un paradoxe : perçue aux niveaux national et régional comme une initiative exemplaire et soutenue financièrement, elle reste boudée par les collectivités locales. Ce manque de reconnaissance, s'il n'a pas eu d'impacts jusqu'ici, pourrait à terme devenir un véritable inconvénient : qu'il s'agisse de développer l'activité de la structure en cohérence avec les différentes communes du territoire ou même d'obtenir des garanties locales dans l'obtention de co-financements régionaux ou nationaux (qui sont de plus en plus courants).

Par ailleurs, l'association évoque aujourd'hui une question casse-tête qui est une problématique pour beaucoup d'entreprises œuvrant dans le champ du commerce équitable : « comment faire connaître La Juncha, rendre ses produits attractifs, inciter à vendre... tout en sensibilisant les populations à ne pas trop consommer ? ».

Enfin, la place et la reconnaissance des salariés, apparaît de plus en plus comme un enjeu pour l'avenir et fait l'objet d'une réflexion collective. L'ambition pourrait être d'évoluer vers une forme coopérative, permettant d'associer les clients, les producteurs mais aussi les collectivités ou encore d'autres entreprises comme parties prenantes.

## Infos et contact

Site : <https://lajuncha.wordpress.com/>

Tél : 09 72 33 13 19 – Courriel : [lajuncha@gmail.com](mailto:lajuncha@gmail.com)

Référents : Claire McPhail, administratrice et Raphaël Guillé, salarié