



ÉPICERIE LA CANOPÉE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024-2025

Muraz, le 17 mai 2025

GT PRODUITS

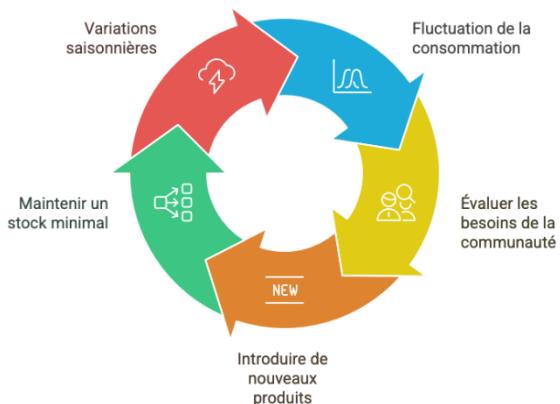
LE GT PROD EN BREF



Le GT PROD s'efforce de s'adapter aux demandes, besoins et envies de la communauté canopéenne en introduisant régulièrement de nouveaux produits et en maintenant un stock minimal qui permette d'avoir de tout en tout temps à l'épicerie. Cette tâche est rendue délicate par les variations saisonnières, les fluctuations de la consommation et les aléas dans la disponibilité des produits. Pour leur incroyable travail, un grand merci à tous les membres du GT PROD !

Le GT PROD, c'est 25 coopératrices et coopérateurs réparti·es en 13 sous-groupes passant commande de près de **700 produits** auprès de **40 fournisseurs et producteurs** pour un total de plus de **200'000 francs** l'année précédente.

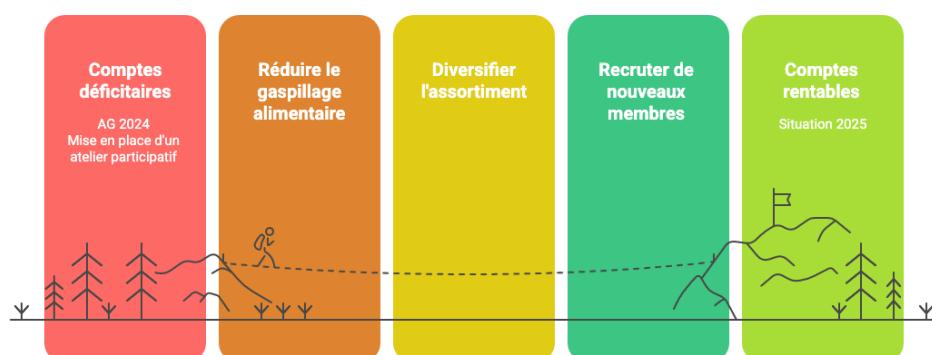
Cycle de gestion des stocks du GT PROD



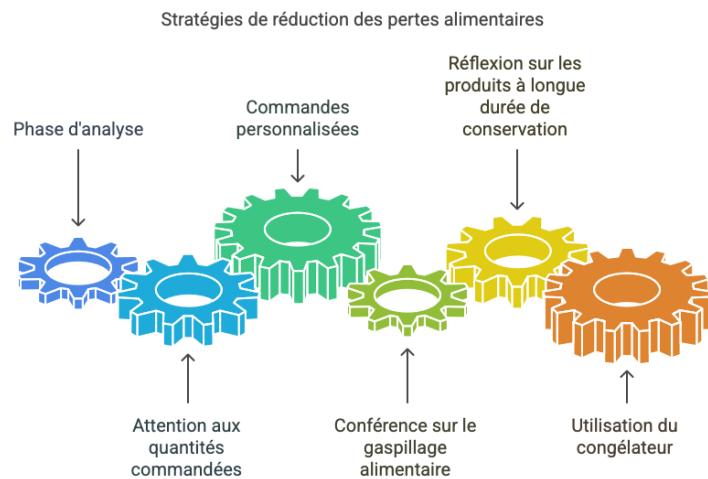
Le travail de gestion de stock et de commande ne pourrait se faire sans l'excellente et presque quotidienne collaboration avec le GT MAG. Merci à lui !

L'ANNÉE DU GT PROD

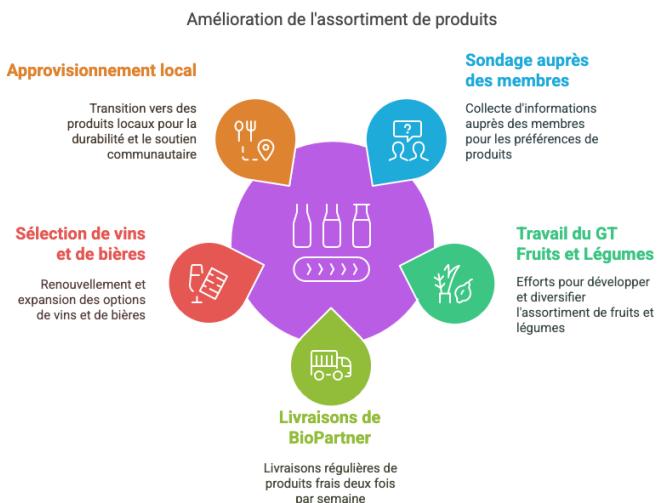
L'année a été intense. En effet, le comité annonçait à l'AG 2024 des comptes déficitaires pour la Canopée. Suite à l'atelier participatif mis en place lors de cette même AG, trois axes d'action ont émergé des diverses propositions des membres de la Canopée : (1) réduire les pertes alimentaires ; (2) varier l'assortiment ; (3) trouver de nouveaux membres.



- Le travail sur les pertes a débuté par une phase d'analyse. Il s'est avéré que le total des pertes n'était pas si élevé que ce que nous aurions pu imaginer. Le travail pour minimiser encore nos pertes a commencé par une plus grande attention portée par l'ensemble du GT PROD aux quantités commandées. En ce qui concerne les produits les plus sensibles (notamment les produits laitiers du Sapalet), la possibilité de passer des commandes personnalisées pour minimiser les pertes a été mise sur pied. Une conférence sur le gaspillage alimentaire a ensuite été organisée en collaboration avec *Foodwaste*. Grâce aux apports de cette organisation et à leur matériel, la réflexion sur la vente de produits à durée de conservation prolongée a pu commencer et des actions concrètes seront mises en place les mois prochains. Le congélateur est également appelé à devenir un allié dans nos efforts contre les pertes alimentaires pour congeler certains aliments qui arriveraient à terme.



- Concernant l'assortiment, un sondage a été réalisé pour savoir ce que les membres de la Canopée voudraient trouver en magasin. Plus d'une septantaine de nouveaux produits sont ainsi apparus. Parallèlement, le GT Fruits et Légumes a fourni un gros travail pour développer l'assortiment. Depuis peu, la livraison Fruits et Légumes de *BioPartner* a lieu deux fois par semaine, le lundi et le vendredi. Le choix des vins a également été renouvelé et étendu, ainsi que celui des bières. Pour une série de produits, nous nous fournissons également plus localement : le riz au jasmin est suisse (et non plus thaïlandais), le miel est devenu encore plus régional puisque les abeilles qui le produisent butinent entre Chermignon, Finges et Zinal (et non plus dans le Chablais), l'huile de noix provient de Martigny (et non plus d'Ukraine), le sel vient de Bex (et non plus de Bretagne)... Enfin, nous avons pu développer une filière viande avec le producteur très local de la *Ferme des Devins*.



3. Le recrutement de nouveaux membres s'est fait au travers de plusieurs actions : parution d'un article dans le *Journal de Sierre* et dans le *Nouvelliste*, présence lors d'événements divers et variés (marché aux plantons, Festival du film vert...) et surtout organisation d'une séance d'information à Muraz qui a attiré une petite trentaine de personnes, signe qu'il reste dans la région des personnes intéressées. N'hésitez pas à en parlez autour de vous !



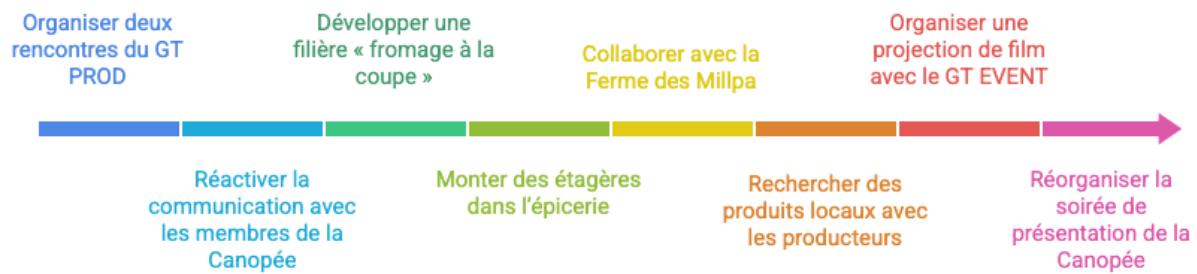
4. Pour finaliser la stabilisation de la situation financière de la Canopée, les prix d'une série de produits qui n'étaient plus à jour ont dû être révisés suite à un conséquent travail d'analyse mené en collaboration avec le GT FIN et le GT MAG.

Le GT PROD a également organisé en collaboration avec le GT EVENT une projection d'un court-métrage réalisé par les Artisans de la Transition et intitulé « Manger c'est politique » suivie d'une table ronde avec différent·es intervenant·es. La collaboration avec les *Artisans de la Transition* s'est poursuivie de concert avec le GT MAG et a permis à la Canopée d'être longuement citée dans *La Liberté* et évoquée dans *Le Courrier* : bientôt à l'international !

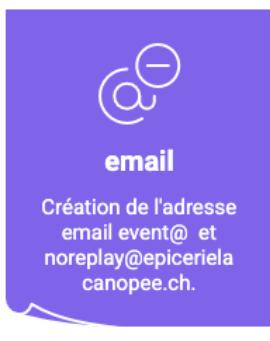
Enfin, un changement de référent est intervenu au GT PROD. Anne-Laure Rase qui a tenu ce rôle pendant trois ans a intégré le GT COOP. Un immense merci à elle pour son enthousiasme sans faille, l'impressionnante ampleur et l'extraordinaire qualité du travail accompli !

PERSPECTIVES 25/26

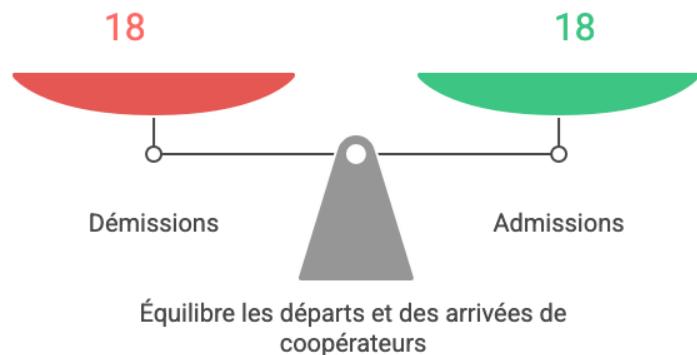
- Organiser deux rencontres du GT PROD sur l'année 2025-2026
- Réactiver la valise comme moyen de communication entre le GT PROD et les membres de la Canopée
- Développer une filière « fromage à la coupe »
- Monter des étagères dans l'épicerie pour gagner en place et faciliter l'accès aux produits
- Développer la collaboration avec la ferme des Millpa (Sion) prête à indexer son plan de culture sur les besoins de la Canopée
- Poursuivre la recherche de produits issus de la production cantonale en collaboration directe avec les producteurs et productrices pour avoir à recourir le moins possible à des intermédiaires
- Organiser en collaboration avec le GT EVENT la projection du prochain film des *Artisans de la Transition* sur les épiceries alternatives et les circuits-courts alimentaires
- Réorganiser avec le GT EVENT une soirée de présentation de la Canopée pour attirer de nouveaux membres



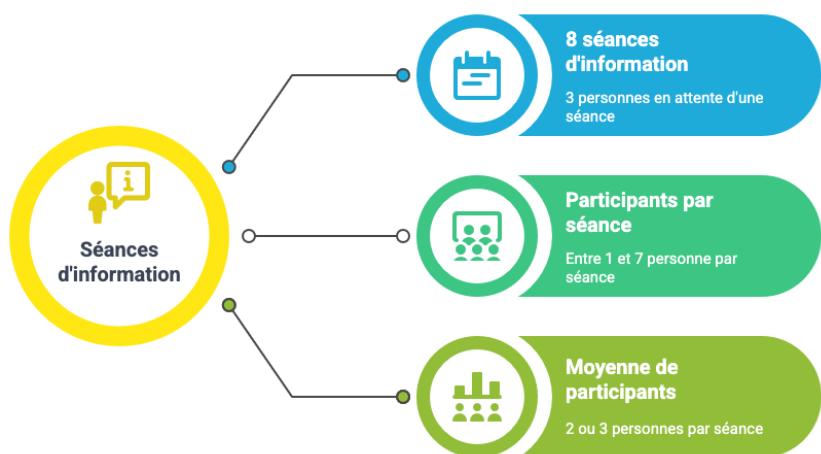
GT TECHNIQUE



GT COOPÉRATIVE



*Admissions : 18 personnes / + 3 personnes en attente d'une séance d'information



Formation pour nouveaux·elles arrivant·es (lien entre séance d'information et prise en charge par le GT : accompagnement pour créer les accès et démarrer les achats) : 2 personnes formées + 1 en attente de l'être

PERSPECTIVES :

- Renforcer l'accompagnement des nouveaux·elles coopérateurs·trices, ainsi que ceux et celles souhaitant redynamiser leur engagement au sein de la Canopée.
- Continuer d'améliorer la communication au sein des GT et inter-GT (outils médiation)

Le GT COOP a organisé 2 séances en début d'année avec le comité pour redéfinir le cadre de communication et la gestion participative, permettant ainsi une meilleure efficacité lors des prises de décision. Chaque GT peut demander qu'une séance de ce type soit organisée pour le groupe ou un sous-groupe.

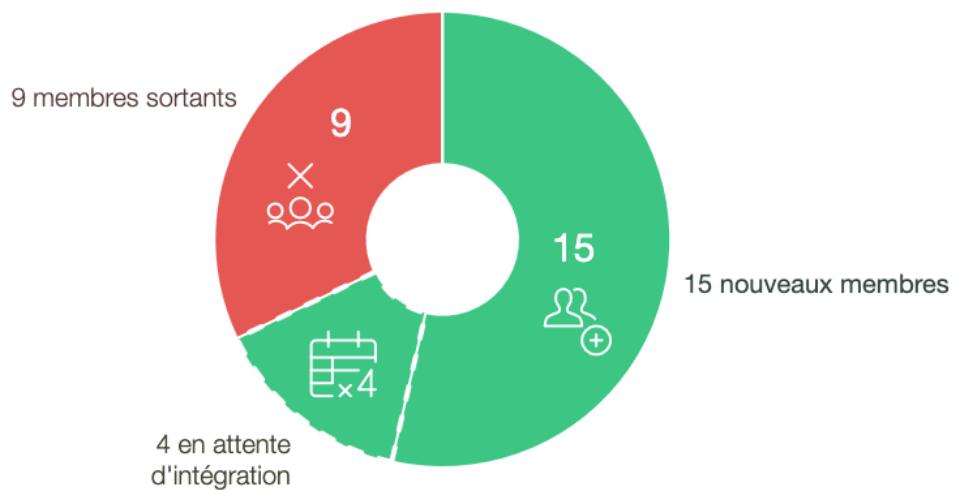
De même, un travail de fond a été réalisé par l'équipe sur Epicorio : s'assurer que tous les coopérateurs et coopératrices actifs et actives soient affecté·es à un GT, que chacun·e ait un rôle et effectue ses tâches. Il a aussi fallu effectuer une recherche approfondie sur les coopérateurs·trices "fantômes", autant pour vérifier que chacun·e ait été contacté·e par son GT que pour enlever les doublons et les personnes ne faisant plus partie de la Canopée.

Un grand merci à la commune de Noble-Contrée qui nous prête gratuitement la salle des Combles à Miège pour ces séances.

GT MAGASIN

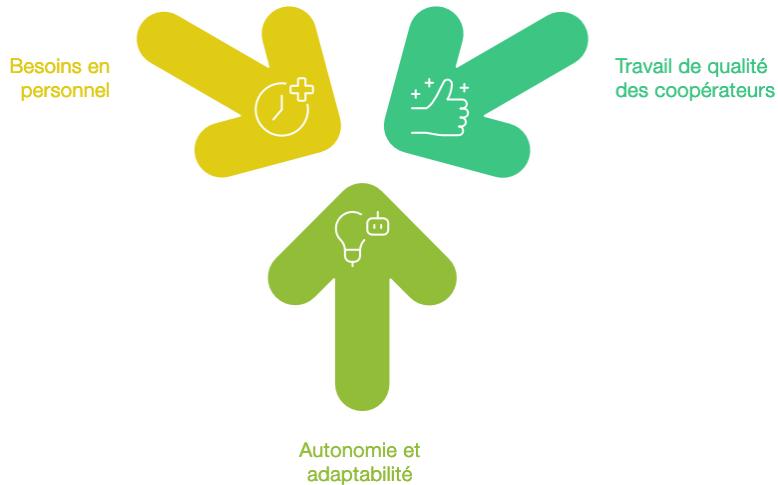
GROUPE MAG 1 – LES JOURNALIERS·ÈRES

Le Groupe MAG1 compte actuellement environ 45 coopérateurs. Depuis la dernière AG, nous avons eu 9 départs et bénéficié de 15 entrées (dont 4 restent à intégrer).



Cette évolution est très positive pour le groupe MAG qui a toutefois encore besoin de renfort pour certaines plages horaires, notamment dû à l'ajout de nouveaux produits et de fournisseurs.

Les coopérateurs ont effectué un travail de qualité et montrent une grande autonomie et adaptabilité qui a permis de gérer de manière optimale le travail quotidien ainsi que cette évolution quantitative.



Afin de soulager les référents, qui ont une charge de travail importante, certains coopérateurs ont pu prendre une partie de leurs tâches. Cette aide précieuse doit continuer et évoluer afin d'assurer le bon fonctionnement du groupe.

GROUPE MAG 2 - LES ÉPICIERS-ÈRES

Le groupe Mag2 compte 28 coopérateurs enthousiastes et satisfaits de l'existence de la Canopée.

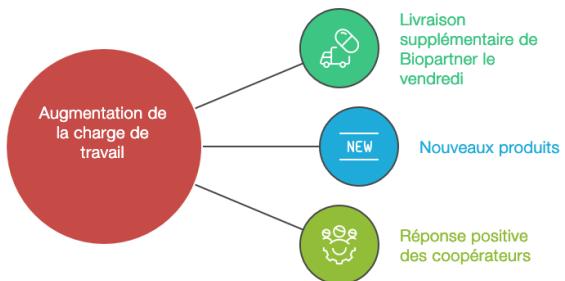
La quantité de travail des groupes des lundis et vendredis a considérablement augmenté en raison de la livraison supplémentaire de Biopartner le vendredi, et de l'augmentation des nouveaux produits. Tout le monde s'est attelé à la tâche avec plaisir.

- Le lundi, les coopérateurs sont 4 à réaliser le travail – GTMAG1 et GTMAG 2 réunis.
- Le vendredi, les coopérateurs épiciers sont 2 l'après-midi, et si la livraison Biopartner arrive tard, le travail est important.

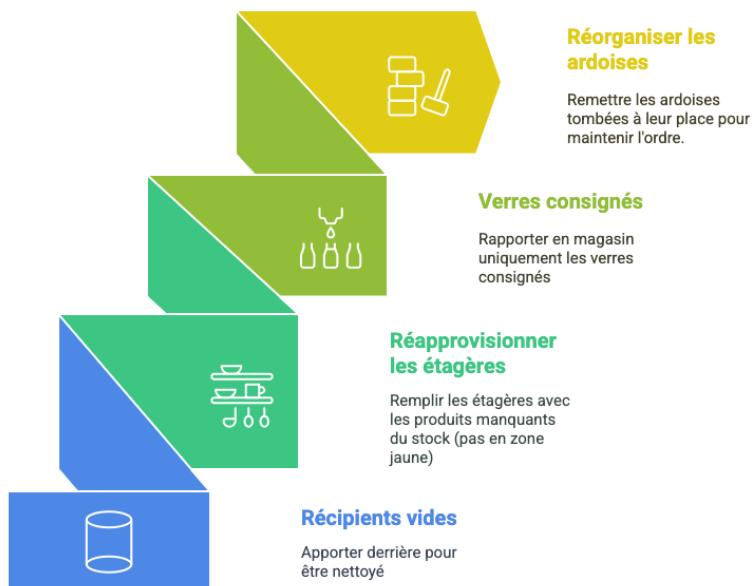
Attention de ne pas arriver à saturation : tâches trop nombreuses et places limitées pour stocker les marchandises.

Nous souhaiterions que les coopérateurs qui ne travaillent pas à l'épicerie se responsabilisent davantage : Exemples :

- Lorsqu'on vide un récipient, on l'apporte derrière pour être nettoyé (Croissants, biscuits etc.)
- On peut mettre en rayon des produits qui manquent et qu'on trouve dans le stock ou dans le frigo derrière (mais pas en zone jaune évidemment)
- Ne plus rapporter en magasin d'autres verres que ceux qui sont consignés
- Remettre à leur bonne place les ardoises qui sont tombées au sol etc.



Pistes de soulagement du travail du GT MAG



Nous serions ravis d'accueillir encore 1 ou 2 coopérateurs pour compléter nos équipes.

GROUPE MAG 3 – LES FÉES DU LOGIS

L'équipe des Fées du logis appartient au GT MAG. Elle comprend environ 18 coopérateurs, chargés d'assurer quotidiennement le nettoyage des espaces, le lavage de la vaisselle et l'élimination des déchets.

Jusqu'à l'an dernier, les référents étaient Thierry et Rachel Walsch. Depuis janvier 2025, nous nous sommes répartis les fonctions suivantes :

Gestion d'équipe	Gestion du matériel	Gestion documentaire	Gestion des nettoyages	Coordination et communication
------------------	---------------------	----------------------	------------------------	-------------------------------



Ce système a fait ses preuves. En général, quelques échanges suffisent pour gérer les imprévus. Par exemple, en cas d'absence annoncée d'une personne, qu'il faut remplacer. Dimanche 25 mai, nous allons nous voir pour une journée « nettoyages de printemps ». Si des problématiques émergent, nous les ferons remonter.

GROUPE LES VITRINIÈRES - EXTINCTION

Un logo « Canopée » en vitrine ! Cela fait un moment qu'on attendait de le voir. Il a été réalisé suite à l'extinction du groupe vitrine. Il est amovible et permet à tout moment la réalisation d'un nouvel aménagement de qualité dans cet espace interactif avec la rue.

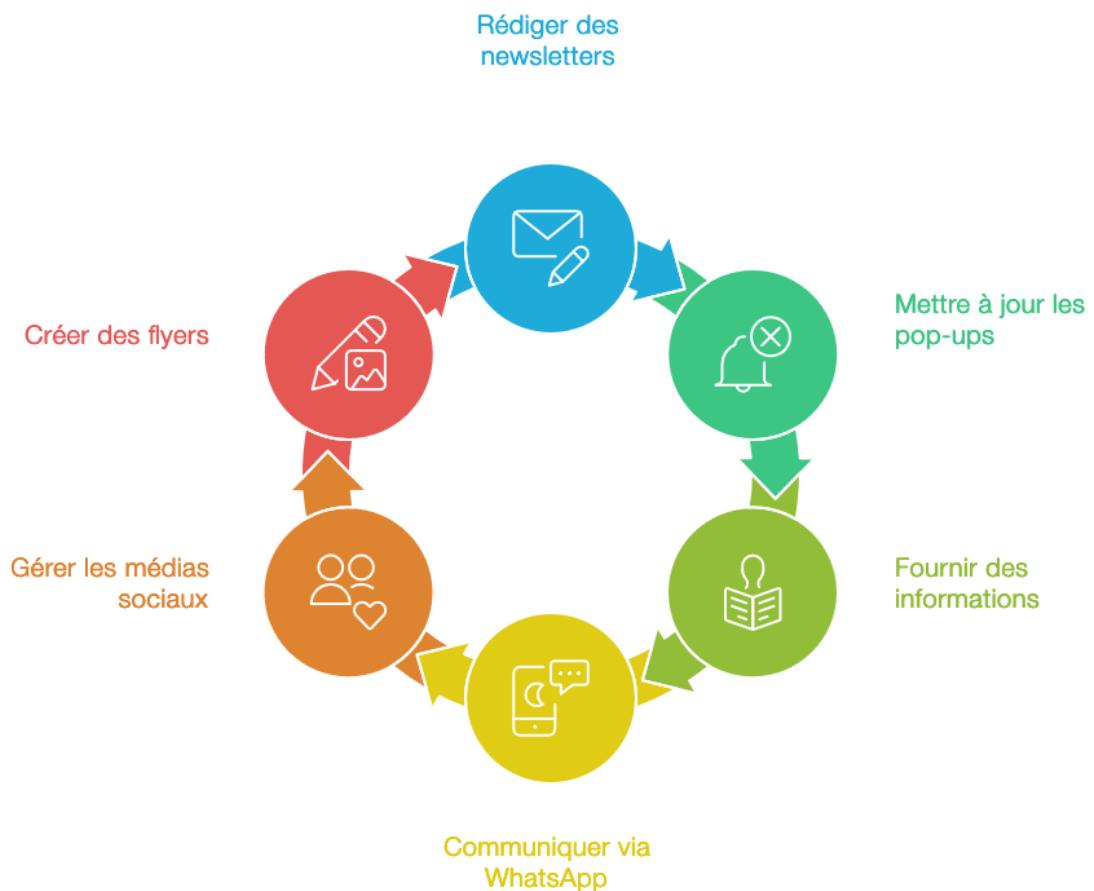
Mais pourquoi le groupe vitrine s'est dissout ?

Depuis le début de la Canopée, de nombreuses vitrines ont régulièrement été mises en place. Dans cette équipe de 5 coopératrices, chacune est dotée d'un bon potentiel créatif, d'un sens esthétique affirmé, ainsi que d'aptitudes manuelles avérées. Malgré cela le groupe peine à s'activer par manque de communication suivie, par la difficulté d'agender des rendez-vous de travail, mais surtout par les nombreux désengagements silencieux. L'équipe fonctionne avec le dynamisme de deux personnes, qui se sont épuisées. Entre temps le GT MAG lance un appel d'aide, une personne le rejoint en juillet et le groupe vitrine se réorganise en deux binômes pour assurer les évènements d'automne, d'hiver et de l'année suivante. Mais rapidement le désengagement immobilise l'équipe, qui au printemps ne renait pas. Alors la proposition de dissoudre le GT vitrine s'impose et un dernier geste est fait pour installer un logo amovible.

GT COMMUNICATION

Le GT COM est composé de 6 coopérateurs, dont 2 s'impliquant dans l'organisation des événements.
Voici les tâches de GT :

- Rédaction des newsletters
 - Annoncer, faire connaître les nouveaux produits, les événements qui ont lieu à la Canopée
 - Annoncer le panier moyen mensuel du consommateur
 - Présenter un produit comme la vanille, le poivre, ...
 - Présenter le canopain et la canopine et son activité
- Mise à jour de la fenêtre pop-up qui s'ouvre quand on est sur Épicerio qui permet d'annoncer la viabilité des produits afin d'éviter le gaspillage alimentaire
- Rédactions d'informations ponctuelles et régulières concernant la vie de l'épicerie
- Faire suivre toute information par le canal de WhatsApp sur la viabilité des produits afin d'éviter le gaspillage alimentaire
- « Nourrir » les réseaux sociaux
- Réalisation et actualisation des flyers



GT EVENT

Proposer des animations, de la formation, des réflexions autour de l'alimentation et de la consommation

- Atelier pain de seigle
- Soirée thématique : « manger c'est politique »
- Atelier Baume avec Laetitia Melly
- Vin chaud de Noël



GT ADMINISTRATION

2 personnes au GT ADMIN : Joëlle Solioz et Chantal Glassier

Chantal a rejoint Joëlle dans ce GT en septembre 2024. Elle s'occupe de la réception des mails entrants (entre 50 à 100 mails par mois) dans la boîte info@epicerielacanopee.ch ainsi que de la prise du PV lors des séances du comité (1 fois par mois). Son travail de prise de notes en séance est essentiel. Cela permet à chacun des membres du comité de se concentrer sur la discussion. Un grand merci à elle.

Le GT ADMIN se charge également de rédiger l'ordre du jour des séances du comité, de relever la boîte à lettres et de distribuer le courrier aux GTs concernés, de convoquer les membres de l'Assemblée Générale ainsi que de préparer le powerpoint de l'Assemblée générale.

ANÉCDOTE

Une facture de l'État du Valais de Fr. 0.20 d'intérêts de retard concernant les redevances pour vente de boissons alcoolisées a été adressée à la Canopée.

GT FINANCE

Le bilan au 31 décembre 2024 montre une situation financière stable avec un léger bénéfice de 1'522.-.

L'année 2024 montre une amélioration significative des résultats financiers de l'épicerie La Canopée :

Hausse du chiffre d'affaires : **+36 584,62 CHF par rapport à 2023**

Diminution des charges d'exploitation : **-4 346,77 CHF**

Augmentation des coûts des marchandises : **+25 367,56 CHF**

Suite à la perte enregistrée en 2023, une analyse approfondie des produits a été menée, permettant de corriger les marges de certains articles qui étaient trop basses. Grâce à cette optimisation et à une meilleure gestion des coûts, l'épicerie a pu augmenter ses revenus et dégager un bénéfice en 2024.

Le résultat légèrement positif à fin avril 2025 confirme cette tendance vers une stabilité durable.