

20
25

RAPPORT D'ACTIVITÉ

VRAC SEINE OUEST

BIEN SE NOURRIR SANS SE RUINER !



VRAC
SEINE
OUEST
Vers un réseau
d'achat en commun



SOMMAIRE

01

PRÉSENTATION

- Résumé exécutif p. 03
- Introduction p. 04

02

GOUVERNANCE

- Gouvernance et moyens d'action 2025 p. 05
 - 2.1 Gouvernance et dynamique partenariale p. 05
 - 2.2 Moyens d'action en 2025 p. 06

03

BILANS DES GROUPEMENTS D'ACHAT

- 3.1 Bilans des groupements d'achat p. 07
 - 3.1.1 Les adhésions de VRAC Seine Ouest en 2025 p. 07
 - 3.1.2 Bilan de la vente de produits en 2025 p. 08
 - 3.1.3 Répartition du chiffre d'affaires selon les catégories de tarification p. 10
 - 3.1.4 Typologie des produits et contenu des paniers p. 11
 - 3.1.5 Evolution du panier p. 14
- 3.2 Structure des approvisionnements 2025 p. 15
- 3.3 Animations et actions de sensibilisation réalisées en 2025 p. 17

04

POINT BUDGETAIRE

p. 19

05

ANNEXES

p. 20

- 5.1 Données par groupement d'achat p. 21
 - 5.1.1 Groupement d'achat d'Asnières p. 21
 - 5.1.2 Groupement d'achat de Gennevilliers p. 24
 - 5.1.3 Groupement d'achat de Nanterre Université p. 27
- 5.2 Comptes annuels 2025 p. 30
 - 5.2.1 Bilan actif détaillé p. 30
 - 5.2.2 Bilan Passif détaillé p. 31
 - 5.2.3 Compte de résultat p. 32

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'année 2025 a confirmé la montée en puissance des trois groupements d'achat portés par VRAC Seine Ouest à Asnières-sur-Seine, Gennevilliers et Nanterre. Les activités menées ont permis de poursuivre le double objectif du dispositif : i) faciliter l'accès à une alimentation de qualité, durable et accessible et ii) renforcer le lien social et le pouvoir d'agir des adhérent·e·s.

Au cours de l'année, **112 nouvelles adhésions** ont été enregistrées dont plus de **75 % issues des QPV**. **30 épiceries** ont été organisées avec les adhérentes et adhérents (10 par site), permettant de **vendre de plus de 23 tonnes de produits** (23 073 kg).

Ces épiceries ont généré un chiffre d'affaires de **66 753,68 €**. La qualité des approvisionnements demeure un marqueur fort du dispositif : **98 % des volumes achetés sont issus de l'agriculture biologique** et 87 % éligibles au dispositif FMMPT.

L'année 2025 a été également marquée par un enrichissement significatif de l'offre proposée. Le nombre moyen de références proposées au catalogue est passé de 29 produits en 2024 à **42,3 produits au catalogue** en 2025. Cette diversification s'est accompagnée d'une progression du panier moyen annuel, qui atteint 40,43 € en 2025, avec un pic de 52,13 € en décembre. Comparativement à 2024, les niveaux observés sont globalement plus élevés sur une grande partie de l'année, traduisant une appropriation croissante des groupements d'achat et une intégration progressive des produits VRAC dans les habitudes de consommation des ménages.

La politique de tarification différenciée a été maintenue et a joué un rôle déterminant dans l'accessibilité du dispositif. Les bénéficiaires des tarifs réduits (-50 % et -10 %) représentent à eux seuls 91 % du chiffre d'affaires réalisé. La contribution particulièrement importante des bénéficiaires du tarif -50 % confirme l'impact social du dispositif et sa capacité à soutenir le pouvoir d'achat des ménages les plus fragiles.

Enfin, **10 permanences** ont été organisées pour accompagner les personnes éloignées du numérique dans la prise de commandes et l'adhésion de nouvelles personnes aux groupements. Par ailleurs, **12 animations ont mobilisé 132 participant·e·s** autour d'ateliers culinaires, d'activités parents-enfants et d'actions de sensibilisation à l'alimentation auprès des plus jeunes.

Et enfin, d'un point de vue de l'organisation, et pour renforcer son action sur les territoires, VRAC Seine Ouest accueille en 2025 un second coordinateur en avril et une chargée de mission en octobre.

1. INTRODUCTION

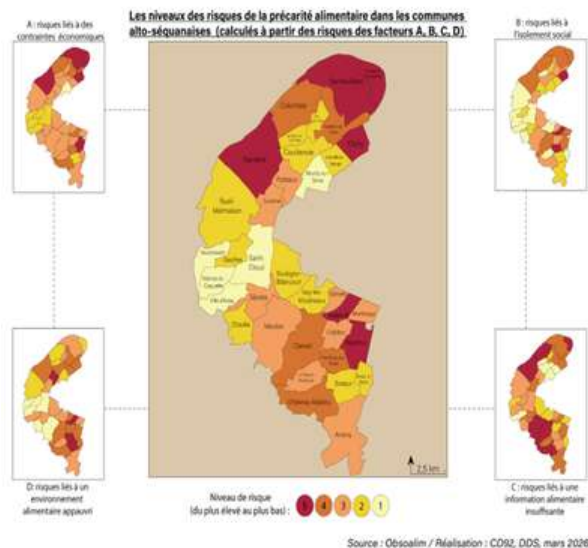
VRAC France (Vers un Réseau d'Achat en Commun) est un réseau composé de 22 associations locales implantées en France, à la Réunion et en Belgique.

Dans un souci de justice sociale et d'équité territoriale, le réseau VRAC a pour objectif de lutter contre la précarité alimentaire dans les quartiers prioritaires où les indicateurs de santé publique sont alarmants quant aux pathologies liées aux habitudes alimentaires (risque plus élevé d'obésité, taux plus important de maladies cardiovasculaires, de diabète, etc).

Et pourtant, l'accès à une alimentation de qualité s'y voit limitée soit parce que l'offre n'y existe pas ou peu, soit parce que les prix y sont prohibitifs.

Vrac propose à travers la mise en place de groupements d'achats par et pour les habitants des quartiers, des produits de qualité (biologiques, éthiques et en circuit court).

NOTRE RÉSEAU NATIONAL



Son but est de permettre aux habitant-es de ces quartiers, d'accéder financièrement et géographiquement à une alimentation saine, durable et choisie et ainsi d'améliorer leur santé et celle de leur famille.

L'association VRAC Seine Ouest a été créée en décembre 2022 à l'initiative de plusieurs bailleurs sociaux et de collectivités des Hauts-de-Seine,[1] un territoire où l'inflation et la précarisation mettent en difficulté les habitants des quartiers, déjà fragilisés par de fortes inégalités en termes de Santé (ONPV, 2020)[1].

En 2025, avec ses partenaires et les habitants, VRAC Seine Ouest anime 3 groupements d'achat pour permettre au plus grand nombre d'accéder à une alimentation de qualité, en ciblant plus particulièrement les habitant-es des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV).

L'exercice 2025 porte ainsi sur les actions mises en œuvre dans le cadre de l'animation de ces 3 groupements. Pour assurer cette animation, l'équipe de VRAC Seine Ouest a pu s'appuyer sur l'engagement d'une diversité d'acteurs, intervenant à différentes échelles, dans une démarche de gouvernance démocratique.

[1] https://www.onpv.fr/uploads/media_items/onpv-rapport-2020.original.pdf.

2. GOUVERNANCE ET MOYENS D'ACTION EN 2025

• 2.1 Gouvernance et dynamique partenariale

En 2025, la mise en œuvre des activités de VRAC Seine Ouest a reposé sur la mobilisation d'un écosystème diversifié de parties prenantes : habitant-es adhèrent-es, Région (DRIHL 92), bailleurs sociaux, collectivités territoriales, VRAC France, associations locales, centres sociaux, producteur-rices et fournisseurs spécialisés. Cette diversité d'acteurs a contribué à consolider l'ancrage territorial de l'association et à renforcer la sensibilisation aux enjeux de santé liés à l'accès à une alimentation de qualité.

Figure 3 : Partenaires de VRAC Seine Ouest en 2025



VRAC Seine Ouest a poursuivi en 2025 la mise en œuvre d'une gouvernance démocratique fondée sur la participation active de l'ensemble des parties prenantes.

Le Conseil d'Administration (CA), instance décisionnelle de l'association, est structuré en collèges représentant toutes les catégories d'acteurs (bailleurs, collectivités, habitant-es, associations et centres sociaux). Cette organisation traduit la volonté de promouvoir une gouvernance inclusive, favorisant l'expression et la représentation équilibrée de l'ensemble des parties prenantes du projet associatif.

Sur l'année 2025, le bureau du Conseil d'Administration s'est réuni tous les trimestres (mars, juin, septembre et décembre). La réunion du mois de mars a été consacrée à la validation des orientations stratégiques et opérationnelles de l'année, incluant le budget prévisionnel, les projets d'essaimage, les recrutements et l'externalisation du volet logistique.

La séance de juin, consacrée à l'Assemblée Générale annuelle, a permis d'examiner et de valider les comptes de l'exercice 2024 et de procéder au renouvellement des instances. À cette occasion, la représentation du collège des habitant-es a été renforcée, passant de deux à quatre membres au sein d'un Conseil d'Administration composé de quinze administrateurs. Enfin, la réunion de septembre a été dédiée à la réalisation d'un bilan à mi-parcours de la programmation et aux orientations et perspectives pour l'exercice 2026.

2. GOUVERNANCE ET MOYENS D'ACTION EN 2025

• 2.2 Moyens d'action en 2025

Les activités menées en 2025 ont été réalisées conformément aux orientations stratégiques et aux validations du Conseil d'Administration. Conformément aux orientations votées, nous avons pu renforcer l'équipe opérationnelle afin d'assurer une meilleure coordination des actions.

Ainsi, un co-coordonateur a rejoint l'équipe au mois d'avril pour appuyer le pilotage global des activités et permettre l'essaimage du projet sur de nouveaux territoires en 2026.

Son recrutement visait également à consolider l'organisation interne et à accompagner la montée en puissance des groupements portée à la fois par l'augmentation des adhésions et par les sollicitations croissantes des collectivités.

Par ailleurs, l'arrivée d'une chargée d'animatrice des groupements en octobre a permis de renforcer la mise en œuvre opérationnelle des dynamiques participatives, de création de liens et de co-construction du catalogue produits. En plus de l'appui aux distributions, ses missions consistent entre autres à concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'animation à travers des ateliers culinaires, des activités de sensibilisation, des visites de ferme, des « groupe produit » afin d'assurer une participation grandissante des adhérent.es. Elle a eu en charge également d'assurer visibilité des actions de VRAC Seine à travers un plan de communication sur l'ensemble des plateformes de l'association : site internet et réseaux sociaux.

Ces recrutements ont permis à VRAC Seine Ouest de poursuivre la consolidation des trois groupements existants, tout en amorçant une phase de préfiguration en vue de l'ouverture de nouveaux groupements.

Par ailleurs, l'un des faits marquants de l'année 2025 a été la mise à disposition d'un bureau à Gennevilliers par le bailleur social Seqens. Mis gracieusement à disposition de l'association, ce local offre à l'équipe un espace de travail stable et identifié, renforçant ainsi son ancrage territorial et sa proximité avec les habitant.e-s. Il constitue également un appui important pour le développement des activités, l'organisation des permanences et des rencontres avec les partenaires locaux.



Inauguration bureaux vrac – octobre 2025

Le présent rapport restitue les activités menées en 2025 et s'organise en trois parties. La première, d'ordre général, présente une vision consolidée des activités des trois groupements d'achat. La deuxième propose un focus sur chaque groupement, en apportant des éléments opérationnels détaillés en complément de ceux présentés dans la première partie. Enfin, la troisième partie, plus synthétique, présente les ressources financières ayant permis la mise en œuvre des actions décrites.

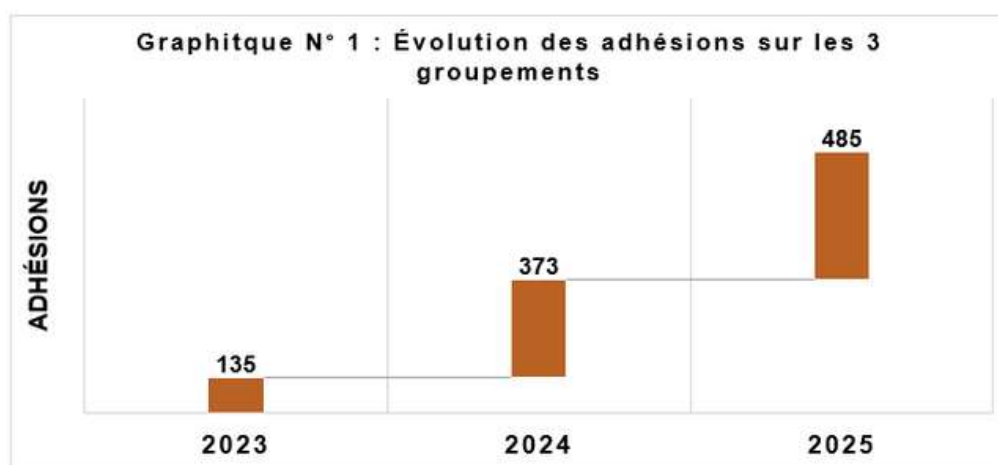
3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

En 2025, VRAC Seine Ouest a poursuivi le développement de ses actions à travers trois groupements d'achat. Les activités menées au sein de ces derniers sont présentées dans ce premier chapitre, qui propose un regard d'ensemble sur la dynamique déployée tout au long de l'année. Il met ainsi en lumière, dans une première partie, le fonctionnement et les résultats des épiceries, puis, dans une seconde partie, les animations et ateliers qui ont rythmé la vie des groupements.

• 3.1 Bilan des groupements d'achat

Le bilan des activités est analysé à travers trois indicateurs principaux : les adhésions, les ventes de produits et l'implication des adhérent-e-s dans le fonctionnement des groupements.

• 3.1.1 Les adhésions de VRAC Seine Ouest en 2025



L'analyse géographique met en évidence que 84 des 112 adhésions enregistrées en 2025 (soit 75 %) proviennent des Quartiers Prioritaires de la Politique de la Ville (QPV).

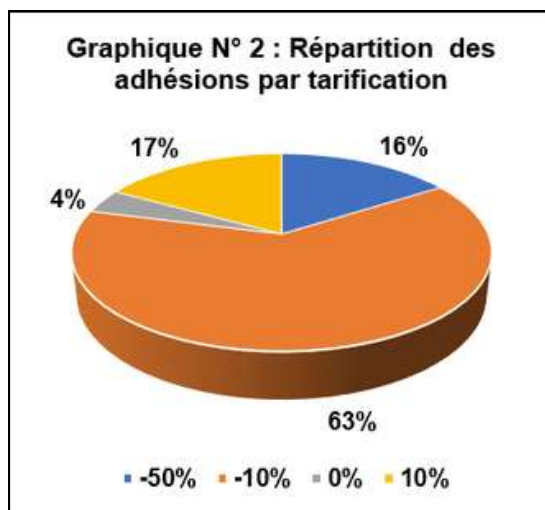
Ce résultat démontre la capacité du dispositif à atteindre les publics les plus fragiles. Il témoigne également de l'attractivité continue des groupements d'achat et du rôle structurant de VRAC Seine Ouest en faveur d'un accès à une alimentation de qualité sur les territoires, et plus particulièrement dans les QPV, notamment grâce à la triple tarification pratiquée par VRAC Seine Ouest qui permet aux publics les plus précaires d'accéder à nos produits.

Pour rappel, cette grille tarifaire se décline de la manière suivante :

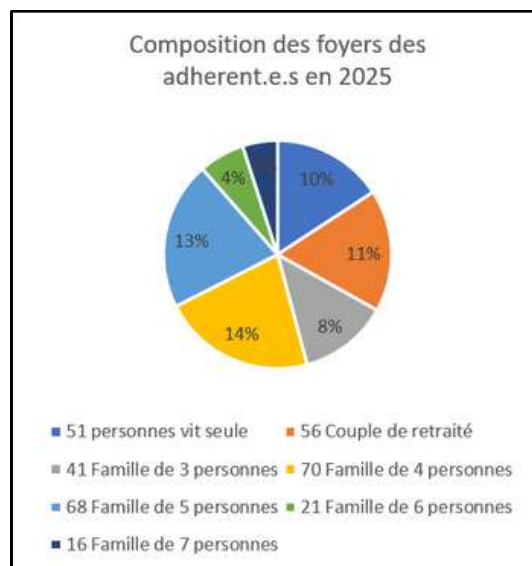
- **Tarif à -10 % :** accordé à l'ensemble des habitant-es des QPV, aux étudiants boursiers ainsi qu'aux locataires des bailleurs sociaux contribuant au financement du projet ;
- **Tarif à -50 % :** réservé aux bénéficiaires de minima sociaux, aux personnes en situation de handicap ainsi qu'aux publics orientés par les partenaires sociaux (CCAS, CAF, centres sociaux, etc.).
- **Tarif à +10 % :** destiné aux adhérents résidant hors QPV. Certains adhérents choisissent également volontairement ce tarif afin de soutenir la démarche solidaire portée par VRAC ;
- **Tarif à 0% :** pour les salariés des centres sociaux et partenaires

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

Cette approche tarifaire permet de concilier inclusion sociale et mixité des publics au sein des groupements d'achat tout en renforçant la solidarité territoriale. Elle constitue un levier efficace pour atteindre les publics en situation de précarité et répond pleinement aux enjeux de justice alimentaire



Le graphique N2 ci-après présente la répartition en 2025 des adhésions par tarification au sein des trois groupements d'achat. Une large majorité des adhérent·es (63 %) bénéficie du tarif à -10 %, traduisant l'impact du dispositif dans les quartiers prioritaires et auprès des locataires de bailleurs sociaux. Les bénéficiaires des tarifs à +10 % et à -50 % représentent respectivement 17 % et 16 % des adhésions, tandis que le tarif à 0 % demeure marginal avec 4 % des adhésions totales.



On observe également que la majorité des familles adhérent.e.s est composée de 3 à 5 personnes. Il faut noter que 10% des adhérents sont des personnes qui vivent seules, majoritairement des femmes (1 homme seulement), plutôt âgées (au-dessus de 55 ans et plus) et que 11% d'entre eux sont des couples retraités.

• 3.1.2 Les adhésions de VRAC Seine Ouest en 2025

L'année 2025 a marqué une étape importante dans le développement de VRAC Seine Ouest. Contrairement aux années précédentes, durant lesquelles certains groupements d'achat démarraient avec un décalage dans le temps, les trois groupements ont fonctionné pleinement sur l'ensemble de l'année. Il s'agit ainsi de la première année de fonctionnement plein simultané et continu des trois groupements d'achat.

Dans ce cadre, 10[1] épiceries ont été organisées avec les adhérent.e.s au sein de chaque groupement, soit un total de 30 distributions réalisées sur l'année. Cette activité soutenue traduit la montée en puissance progressive du dispositif et son ancrage croissant dans les territoires d'intervention. L'activité des groupements d'achat a montré une dynamique globalement positive. Au total, **1 647 commandes** ont été enregistrées pour un chiffre d'affaires cumulé de **66 753,68 d'euros**, correspondant à un volume distribué de **23 073 kg de produits** comme l'illustre le tableau 1 ci-dessous

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

Tableau N° 1 : Synthèse des ventes en 2025

	CA	Nb cdes	Pannier moyen	Nb pdts catalogue	Vol (kg)	Adh
Jan	5 359,88 €	135	39,70 €	38	1997	17
Fév.	8 244,29 €	194	42,50 €	42	2906	17
Mars	6 112,63 €	153	39,95 €	44	1985	2
Avril	5 672,07 €	173	32,79 €	42	2115	7
Mai	5 398,02 €	162	33,32 €	41	1974	5
Juin	6 306,24 €	154	40,95 €	41	2074	9
Sept	6 427,21 €	143	44,95 €	41	2228	15
Oct	6 006,67 €	161	37,31 €	40	1703	26
Nov	7 738,64 €	190	40,73 €	47	2634	6
Dec	9 488,03 €	182	52,13 €	47	3437	8
Total 2025	66 753,68 €	1647	40,43 €	42,3	23073	112
Tot 2024	42 732,87 €	532	38,12 €	29	15709	224
VS	+ 56%	+210%	+ 6%	+ 44%	+ 47%	-50 %

Quant au chiffre d'affaires mensuel, il a varié entre 5 359,88 € et 9 488,03 €, soit une moyenne de 6 675,37€ (tableau 1)

Les mois de février, novembre et décembre se distinguent particulièrement par des niveaux d'activité soutenus, traduisant une forte augmentation des commandes en fin et début d'année.



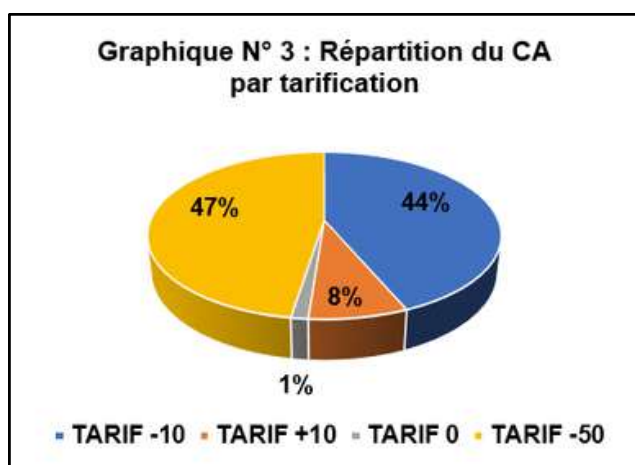
En comparaison avec 2024, les résultats de 2025 montrent une nette progression de l'activité, notamment en matière de volume distribué (23 073 kg contre 15 709 kg en 2024), du nombre de commandes (1 647 contre 532 en 2024) et du panier moyen (40,43 € en 2025 contre 38,12 € en 2024). Cette évolution s'explique principalement par le fonctionnement complet des 3 groupements d'achat et par l'amélioration de la gamme de produits proposés au catalogue.

Les adhésions ont quant à elles logiquement ralenties puisque les groupements de Nanterre et Gennevilliers étant arrivés à leur quasi-seuil maximal, nous avons surtout enregistré des adhésions sur l'épicerie d'Asnières.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

• 3.1.3 Répartition du chiffre d'affaires selon les catégories de tarification

L'analyse de la répartition du chiffre d'affaires selon les différentes catégories tarifaires met en évidence une forte concentration sur deux catégories (graphique ci-dessous). Les bénéficiaires du tarif à -50 % constituent la première catégorie avec 47 % du chiffre d'affaires total (16% de nos adhérent.e.s). Elle est suivie des bénéficiaires du tarif à -10 %, qui représentent 44 % du chiffre d'affaires (63% de nos adhérent.e.s). À elles seules, ces deux catégories concentrent 91 % du chiffre d'affaires, témoignant de leur rôle déterminant dans le fonctionnement des groupements.



La part particulièrement importante des bénéficiaires du tarif à -50 %, alors qu'ils ne représentent que 16 % du total des adhérent.e.s, montre que la tarification différenciée permet réellement de toucher les publics les plus précaires et de renforcer leur pouvoir d'achat. Ce résultat constitue un indicateur positif de l'impact social du dispositif et de sa capacité à répondre aux besoins des populations les plus vulnérables des QPV.

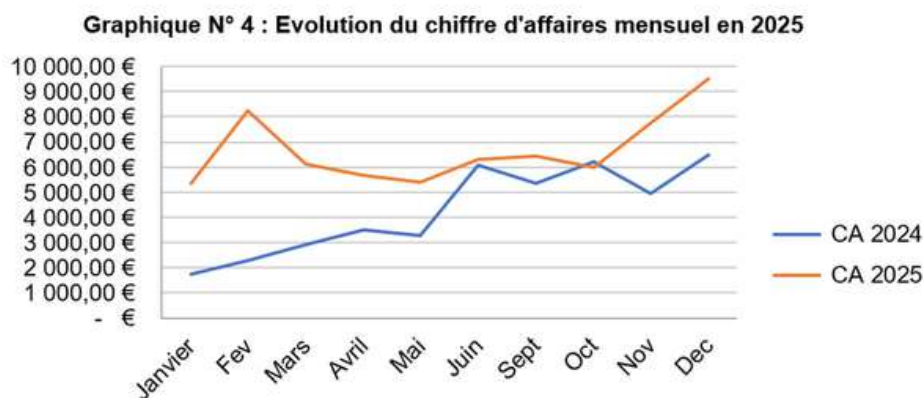
À l'inverse, les bénéficiaires du tarif à +10 % contribuent de manière plus modérée, avec 8 % du chiffre d'affaires total. Quant à la part des adhérent.e.s bénéficiant du tarif à prix coûtant (0 %), elle ne représente que 1 % du CA total.

Ces résultats confirment la pertinence de la politique de tarification différenciée mise en œuvre. Celle-ci constitue non seulement un levier de renforcement du pouvoir d'achat des ménages les plus modestes, mais également un outil d'inclusion sociale favorisant un accès plus équitable à une alimentation de qualité. Elle contribue ainsi à réduire les inégalités d'accès à l'alimentation tout en soutenant la participation des publics les plus fragiles à une dynamique collective de consommation responsable.

Tableau N°2 : Chiffre d'affaires mensuel par groupement en 2025

	Gennevilliers	Nanterre	Asnières	Total
Janvier	1 562,65 €	1 861,06 €	1 936,17 €	5 359,88 €
Fév.	2 387,54 €	2 581,59 €	3 275,16 €	8 244,29 €
Mars	1 979,53 €	1 921,35 €	2 211,75 €	6 112,63 €
Avril	1 857,20 €	1 791,54 €	2 023,33 €	5 672,07 €
Mai	1 764,33 €	1 949,68 €	1 684,01 €	5 398,02 €
Juin	2 100,32 €	1 969,03 €	2 236,89 €	6 306,24 €
Sept	1 900,93 €	2 327,98 €	2 198,30 €	6 427,21 €
Oct	1 653,54 €	2 301,41 €	2 051,72 €	6 006,67 €
Nov	2 467,52 €	2 693,80 €	2 577,32 €	7 738,64 €
Déc	3 580,20 €	3 171,39 €	2 736,44 €	9 488,03 €
Total	21 253,76 €	22 568,83 €	22 931,09 €	66 753,68 €

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS



Enfin, les deux figures présentent respectivement la répartition du chiffre d'affaires par groupement d'achat et son évolution comparative entre 2024 et 2025.

Alors que le tableau met en évidence les contributions respectives de chaque groupement au chiffre d'affaires global, le graphique permet d'apprécier les variations observées entre les deux exercices. Il met également en évidence une dynamique de progression particulièrement favorable entre 2024 et 2025, traduisant à la fois la montée en puissance et l'augmentation de l'activité des groupements d'achat.

Cette évolution positive témoigne de la consolidation du modèle économique des groupements d'achat et de leur capacité croissante à répondre de manière adaptée aux besoins des habitant.es des quartiers prioritaires.

• 3.1.4 Typologie des produits et contenu des paniers

L'analyse des ventes confirme la diversité des achats réalisés par les adhérent·e·s, telle qu'elle ressort du tableau de synthèse des ventes présenté précédemment. Pour rappel, les catalogues proposés en 2025 comportaient en moyenne 42,3 références par distribution, avec une offre variant entre 38 références en janvier et 47 en novembre et décembre. Cette diversité de l'offre a permis aux adhérent·e·s d'accéder à une large gamme de biens répondant à leurs besoins alimentaires et domestiques. Les références proposées peuvent être regroupées en plusieurs familles de produits, comme l'illustre le tableau 3 ci-dessous.

Tableau N°3 : Typologie des produits achetés en 2025

Familles de produits	Vol (Kg)	Part Vol tot
Fruits & Legumes	8689	38%
Oeufs et Poissons	1516	7%
Legumineuses : lentilles, pois chiche, pois cassés...	2075	9%
Fruits secs : abricots, amandes, fugues, dates, noix...	2771	12%
Epicerie : café, sels, passata...	1547	7%
Huile	1370	6%
Produits d'entretien	2864	12%
Feculents secs : pâtes, couscous, riz, farine	1152	5%
Produits plaisirs : chocolat, jus, miel	1089	5%
	23073	100%

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

Les fruits et légumes constituent la première catégorie en volume avec près de 9 tonnes vendues, soit 38 % des quantités achetées. Ils génèrent toutefois 15 % du chiffre d'affaires total (10 113,15 €). Leur place prépondérante en volume montre que les adhérent·e·s recourent en priorité au dispositif pour accéder à des produits frais à des conditions tarifaires plus avantageuses. Elle témoigne également de l'importance de ces produits dans leurs habitudes de consommation et de leur volonté de privilégier une alimentation plus saine et équilibrée.

Les fruits secs occupent une place importante en volume (2 771 kg), mais représentent la plus grosse part du CA (24 % du total) avec 15 775,09 €. Cette contribution élevée s'explique par leur valeur marchande plus importante et traduit un intérêt marqué des adhérent·e·s pour des produits à forte valeur nutritionnelle. Les produits d'entretien, souvent conditionnés dans des contenants volumineux et relativement lourds (lessive, vaisselle en 5L), occupent également une place non négligeable avec 2 864 kg (13 % du volume total). En revanche, leur contribution au CA demeure relativement modeste et tourne autour de 10% (6 713,56 €). Cependant, leur place dans l'offre répond à un besoin essentiel des ménages puisque le prix dans le commerce (GMS) pour un produit équivalent est proposé entre 5 et 7€/L contre 2,65 €/L dans le catalogue VRAC Seine Ouest.

Quant aux légumineuses (lentilles, pois chiches, pois cassés, etc.), elles représentent 2 075 kg vendus pour un chiffre d'affaires de 4 467,35 €. Leur présence importante dans les achats traduit une recherche d'une alimentation plus équilibrée, les légumineuses constituant une source de protéines nutritive et à faible impact environnemental.

Dans cette même perspective d'équilibre alimentaire, les catégories œufs et poissons, épicerie, produits sucrés et féculents secs contribuent également à la diversification de l'offre proposée aux adhérent·e·s. Ensemble, elles répondent aux besoins essentiels des ménages et participent à l'amélioration de la qualité alimentaire des foyers adhérents.

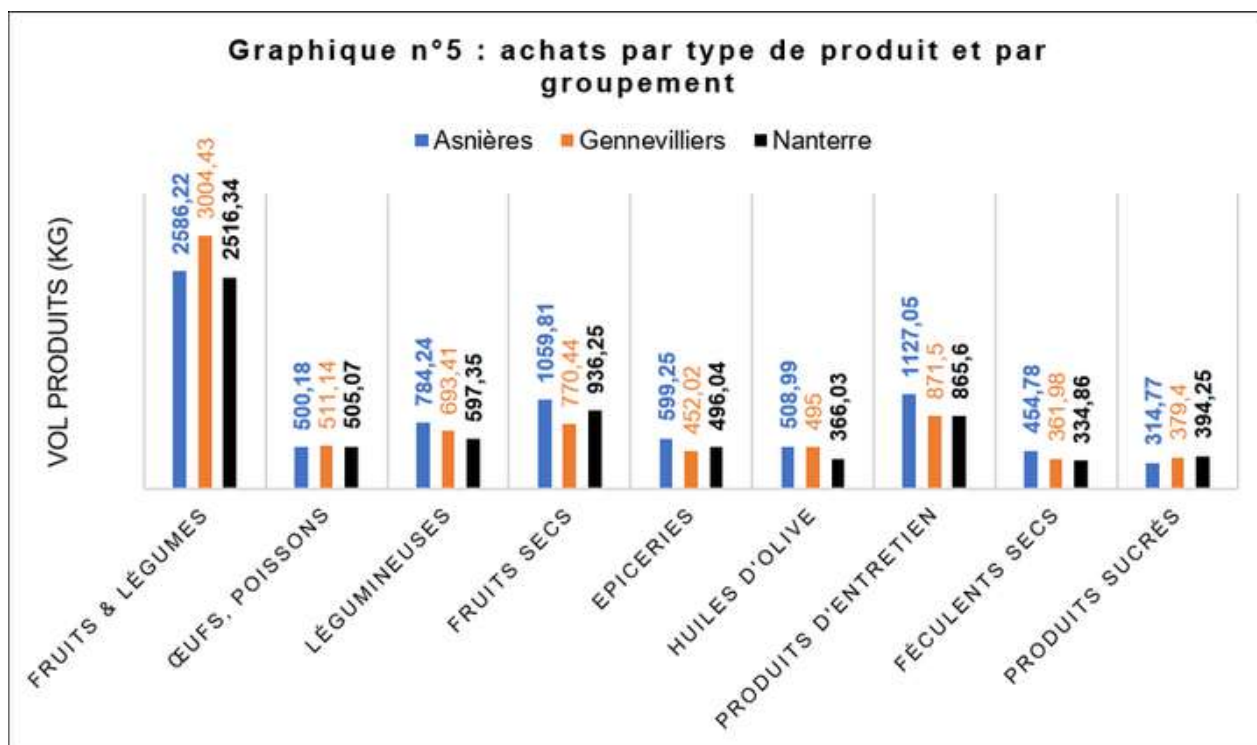
Enfin, les huiles d'olive complètent cette offre avec 1 370 kg vendus, soit 6 % des volumes totaux. Leur contribution au CA total est néanmoins importante (16 %) avec 10 621,81 €. Ce résultat s'explique par la valeur unitaire élevée de ce produit, généralement plus coûteux dans les circuits de distribution classiques. Le dispositif permet ainsi aux adhérent·e·s d'accéder à un produit de qualité qui pourrait leur être moins accessible dans un contexte d'inflation alimentaire.

Dans l'ensemble, la structure des achats révèle une consommation largement orientée vers des produits favorables à une alimentation saine et durable, avec une place importante accordée par les adhérents aux fruits et légumes, aux légumineuses, aux fruits secs et aux huiles de qualité.

Ces résultats confirment à la fois la volonté des adhérents qui construisent l'offre à travers les clubs produits, les ateliers culinaires et les causeries, de privilégier une alimentation saine et la capacité du dispositif à concilier accessibilité économique, qualité nutritionnelle et promotion de modes de consommation plus responsables.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

Le graphique 5 ci-après présente une synthèse des achats par famille de produits et par groupement d'achat et permet de constater des comportements de consommation très similaires, avec une prédominance des fruits et légumes, suivis des fruits secs, des légumineuses et des produits du quotidien. Les écarts observés restent limités et concernent principalement les volumes achetés, mais ne remettent pas en cause cette structure de consommation commune.



Comme l'illustre le tableau, les fruits et légumes constituent de loin la première catégorie d'achats dans les trois villes, Gennevilliers enregistrant le volume le plus élevé avec 3 004 kg, devant Asnières (2 586 kg) et Nanterre (2 516 kg). Cette prédominance confirme l'importance accordée aux produits frais par l'ensemble des adhérent-e-s et témoigne de leur attractivité au sein du dispositif. Pour les œufs et poissons, les volumes sont relativement équilibrés entre les trois groupements : 506 kg à Nanterre, 501 kg à Gennevilliers et 500 kg à Asnières.

Pour le reste, le groupement d'Asnières arrive généralement en tête, avec toutefois des écarts souvent modestes par rapport aux autres territoires. Il enregistre les volumes les plus importants pour les légumineuses (784 kg), devant Gennevilliers (694 kg) et Nanterre (597 kg). La même tendance est observée pour les fruits secs avec 1 060 kg contre 936 kg à Nanterre et 775 kg à Gennevilliers. Il en est de même pour les produits d'épicerie (599 kg à Asnières, 496 kg à Nanterre et 452 kg à Gennevilliers).

Les volumes demeurent relativement proches entre les trois groupements pour les huiles d'olive et s'établissent à 509 kg à Asnières, 405 kg à Gennevilliers et 366 kg à Nanterre. Ces écarts sont plus marqués pour les produits d'entretien, dépassant la tonne (1 127 kg) à Asnières, contre 872 kg à Gennevilliers et 857 kg à Nanterre.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

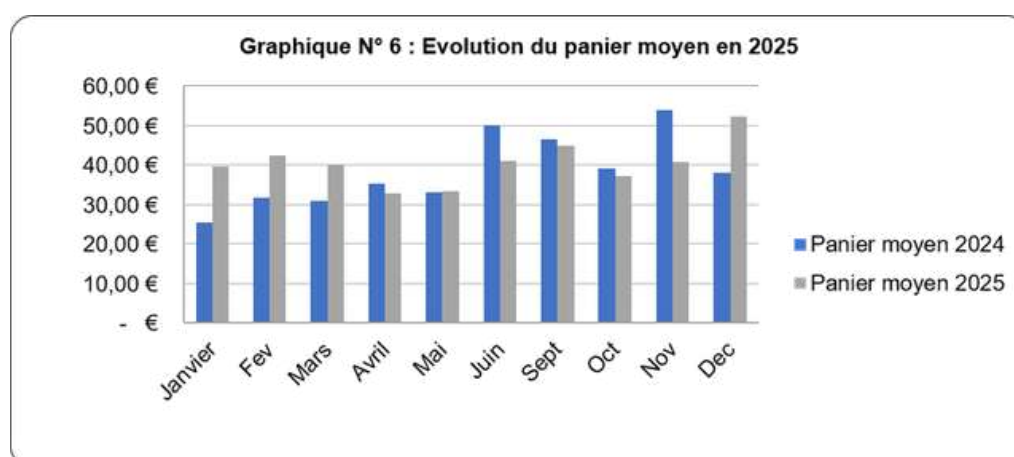
Les féculents secs représentent des volumes plus modestes, avec 455 kg à Asnières, 340 kg à Gennevilliers et 335 kg à Nanterre. La seule exception notable concerne les produits sucrés pour lesquels Nanterre enregistre le volume d'achat le plus élevé (394 kg), devant Gennevilliers (390 kg) et Asnières (315 kg).

Malgré quelques variations selon les familles de produits, les trois groupements présentent une structure de consommation relativement homogène, dominée par les fruits et légumes, les fruits secs, les légumineuses et les produits du quotidien.

L'évolution du panier moyen mensuel permet toutefois de mieux mesurer l'ampleur des achats réalisés et le niveau de recours effectif au dispositif.

- **3.1.5 Évolution du panier**

L'évolution du panier moyen constitue un indicateur clé permettant d'apprécier la place du dispositif dans les dépenses alimentaires des ménages adhérents. Le graphique 6 ci-après compare les niveaux observés en 2025 à ceux de 2024 et met en évidence une tendance globalement positive en 2025, traduisant un renforcement progressif du recours aux groupements d'achat et une augmentation de la part des produits VRAC dans les achats alimentaires des adhérent-e-s.



Comme l'illustre le graphique, le panier moyen en 2025 se maintient dans une fourchette comprise entre 35 € et 50 € selon les mois, avec une moyenne annuelle de 40,43 €. L'on observe une progression notable au cours de l'année, culminant à 52,13 € en décembre. Cette évolution traduit une fidélisation progressive des adhérent-e-s ainsi qu'un recours croissant aux groupements d'achat pour répondre aux besoins alimentaires des ménages.

En comparaison, le panier moyen est systématiquement plus élevé en début d'année 2025 qu'en 2024, notamment en janvier et février, témoignant d'une augmentation des montants d'achat réalisés par les adhérent-e-s. Les niveaux observés se stabilisent ensuite entre mars et mai, avec des écarts relativement faibles entre les deux années.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

Les pics observés en juin et en septembre s'expliquent en partie par le calendrier des distributions. Le mois de juin correspond à la dernière commande avant la pause estivale de juillet et août, incitant les adhérent·e·s à anticiper leurs besoins et à constituer des stocks. En septembre, les volumes d'achats demeurent élevés en raison de la reprise des épiceries et du renouvellement des approvisionnements après la période estivale.

Toutefois, les mois de juin, septembre et surtout novembre enregistrent des paniers moyens plus élevés en 2024 qu'en 2025. Le niveau le plus élevé est observé en novembre 2024, avec un panier moyen supérieur à 50 €, contre environ 40 € en 2025. Cette tendance s'inverse néanmoins en fin d'année 2025, marquée par une nette progression du panier moyen. Le mois de décembre affiche ainsi le niveau le plus élevé de l'année (52,13 €). Cette hausse peut s'expliquer par l'augmentation des achats liés aux besoins des fêtes de fin d'année, les adhérent·e·s réalisant des commandes plus importantes pour couvrir à la fois leur consommation courante et les dépenses associées aux célébrations.

Cette dynamique témoigne également d'une montée en puissance du dispositif et d'une appropriation croissante des groupements d'achat par les ménages bénéficiaires.

Cette dynamique positive s'explique notamment par l'enrichissement de l'offre proposée tout au long de l'année, mais également par l'augmentation du nombre d'adhérent·e·s. Pour rappel, le nombre moyen de références disponibles au catalogue est passé de 29 produits en 2024 à 42,3 en 2025. Cette diversification a contribué à renforcer l'attractivité du dispositif, à mieux répondre aux attentes des ménages et, par conséquent, à soutenir la progression du panier moyen.

• 3.2 Structure des approvisionnements 2025

L'analyse de la structure des approvisionnements réalisés en 2025 met en évidence l'importance des volumes et des montants mobilisés pour répondre aux besoins des adhérent·e·s des groupements d'achat. Au total, plus de 23 000 kg de produits ont été achetés pour un montant de 98 967,67 €. Ces achats sont constitués majoritairement de produits alimentaires, qui représentent 20 746 kg (soit 90 % des volumes) pour un montant de 93 959,60 € (95 % des dépenses engagées), comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau N° 4 : Répartition des achats en 2025

Achats produits 2025	Vol (kg)	Montant	%
Total achats	23 073kg	98 967,67 €	100%
Part Bio	22 504,58kg	87 782,75 €	89%
Part alimentaire	20 746kg	93 959,60 €	95%
Part éligible FMMP	20 025,02kg	79 163,95 €	80%
Part local (200km) : fruits & légumes, farine, miel	9 405,15kg	28 168,23 €	28%
Fruits & Légumes	8 107kg	18 785,89	19%
Direct producteur : fruits & légumes + miel	9 405kg	19 495,49 €	20%
Tot non-alim	2 180kg	5 008,07 €	6%

Cette répartition confirme que l'activité des groupements répond avant tout à un objectif alimentaire. La part non alimentaire concerne les produits d'hygiène.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

Par ailleurs, les produits biologiques occupent une place prépondérante dans les approvisionnements. Avec 22 504,58 kg achetés, ils représentent près de 98 % des volumes totaux.

Cette proportion particulièrement élevée témoigne de l'engagement des groupements en faveur d'une alimentation respectueuse de l'environnement, fondée sur des modes de consommation plus durables contribuant à la santé et au bien-être des consommateurs.

Les produits éligibles au dispositif FMMPPT représentent quant à eux 20 025 kg, soit 87 % des volumes achetés et 80 % des dépenses engagées (79 163,95 €). Ces résultats témoignent de l'alignement des objectifs poursuivis par VRAC Seine Ouest avec ceux du Fonds Mieux Manger pour Tous visant à favoriser l'accès physique et financier des ménages à une alimentation durable de qualité.

L'analyse met également en évidence un fort ancrage territorial des approvisionnements. **Les achats réalisés en circuits courts de proximité, c'est-à-dire dans un rayon inférieur ou égal à 200 km, représentent 18 810 kg, soit 82% des volumes achetés.** Cette orientation vers les filières agricoles de proximité, visant à limiter les intermédiaires, illustre la volonté du dispositif de soutenir l'économie locale et de renforcer la résilience des systèmes alimentaires territoriaux.

Parmi ces achats de proximité, 9 405 kg ont été réalisés directement auprès des producteurs pour un montant de 19 495,49 €. Ils concernent principalement les fruits, les légumes, la farine et le miel. Cette démarche contribue non seulement à une meilleure rémunération des producteurs et au soutien des filières agricoles de proximité, mais garantit également aux adhérent·e·s l'accès à des produits frais, de qualité et à des prix maîtrisés. Elle participe ainsi pleinement aux objectifs de transition alimentaire, de consommation responsable et de relocalisation de l'alimentation portés par le dispositif.

De manière spécifique, les fruits et légumes représentent à eux seuls 8 107 kg pour un montant de 18 785,89 €. Leur place importante dans les approvisionnements favorise l'accès à une alimentation plus équilibrée et conforme aux recommandations nutritionnelles.

Dans l'ensemble, ces résultats d'approvisionnement illustrent l'importance accordée aux circuits courts et à la création de liens entre producteurs et consommateurs. Dans cette perspective, un projet de visite de ferme a été mis au point et sera déployé en 2026 afin de : i) renforcer l'interconnaissance entre les adhérent·e·s et les producteurs partenaires, ii) sensibiliser les adhérent·e·s aux réalités des agriculteurs.

Au-delà de leur fonction d'accès à une alimentation de qualité à prix abordable, les groupements d'achat constituent également des espaces de sensibilisation, d'échange et de convivialité. À ce titre, l'année 2025 a été marquée par la mise en œuvre de diverses actions d'animation visant à renforcer la participation des adhérent·e·s, leur pouvoir d'agir, les liens entre les membres ainsi qu'à renforcer la dynamique collective des groupements d'achat.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

• 3.3 Animations et actions de sensibilisation réalisées en 2025

12 animations ont été réalisées en 2025, mobilisant directement 132 participant·e·s sur l'ensemble des groupements d'achat, soit une moyenne de 11 participant·e·s par animation.

Parmi elles, les ateliers culinaires destinés aux adhérentes ont constitué la principale catégorie d'activités, avec cinq sessions organisées autour de thématiques variées, comme l'illustre le tableau ci-dessous : préparation du bissara et recettes à base de choux, préparation de l'iftar suivie d'un dîner partagé durant le Ramadan, ou encore réalisation de bûches de Noël.

Ces derniers ateliers ont rassemblé à eux seuls 66 personnes, soit la moitié de l'ensemble des participant·e·s. Ce résultat témoigne du fort pouvoir mobilisateur des ateliers et de leur capacité à favoriser les échanges, la convivialité et la création de liens entre habitantes.



Nbre d'animations	Type d'animation	Thématiques	Nbre de participants
2	Atelier adhérentes	Bissara et choux	22
1	Ateliers Parents enfants	Pâtes salées et pâtes sucrées maison + déjeuner	18
1	Atelier adhérentes	Préparation de l'Iftar + Dîner	22
2	Animation petite enfance	Camille Lombardi Ecole Lucie Aubrac	14
1	Ateliers Parents enfants	Pique-nique	12
2	Animation petite enfance	Camille Lombardi école Balzac	14
1	Animation les terrasses de La Traverse	Soupes d'automne et tartes salées de saisons	8
2	Atelier adhérentes	Bûches de Noël	22
12			132

Les ateliers parents-enfants, au nombre de deux, ont réuni 30 participant·e·s autour d'activités favorisant à la fois le partage de savoir-faire culinaires et des moments de convivialité familiale. Les thématiques abordées ont porté sur la réalisation de pâtes salées et sucrées maison ainsi que sur l'organisation d'un pique-nique.

Organisées exclusivement à Nanterre en partenariat avec les écoles Lucie Aubrac et Balzac, les quatre animations dédiées à la petite enfance ont mobilisé 28 enfants et leurs parents.



Elles ont permis de sensibiliser et d'initier les enfants à la découverte des produits, des goûts, de la cuisine (ateliers de préparation de cookies) et des bonnes habitudes alimentaires dès le plus jeune âge.

Enfin, une animation organisée aux Terrasses de La Traverse à Nanterre autour des soupes d'automne et des tartes salées de saison a réuni 8 participant·e·s, illustrant la volonté d'ouvrir de VRAC Seine Ouest à différents publics du territoire.

3. BILAN DES GROUPEMENTS D'ACHATS

- **3.3 Animations et actions de sensibilisation réalisées en 2025**

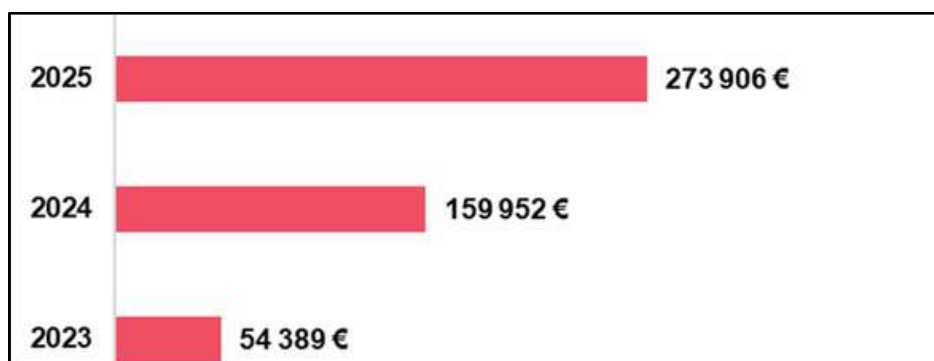
L'ensemble de ces animations ont contribué à renforcer la dimension conviviale, participative et inclusive des groupements d'achat. Elles ont favorisé les échanges entre adhérent·e·s, la transmission de connaissances culinaires et nutritionnelles ainsi que l'appropriation des produits proposés dans les catalogues.

Elles ont également permis de sensibiliser les plus jeunes aux enjeux d'une alimentation saine et durable, participant ainsi pleinement aux objectifs de transition alimentaire et de renforcement du lien social portés par le dispositif.

4. POINT BUDGETAIRE

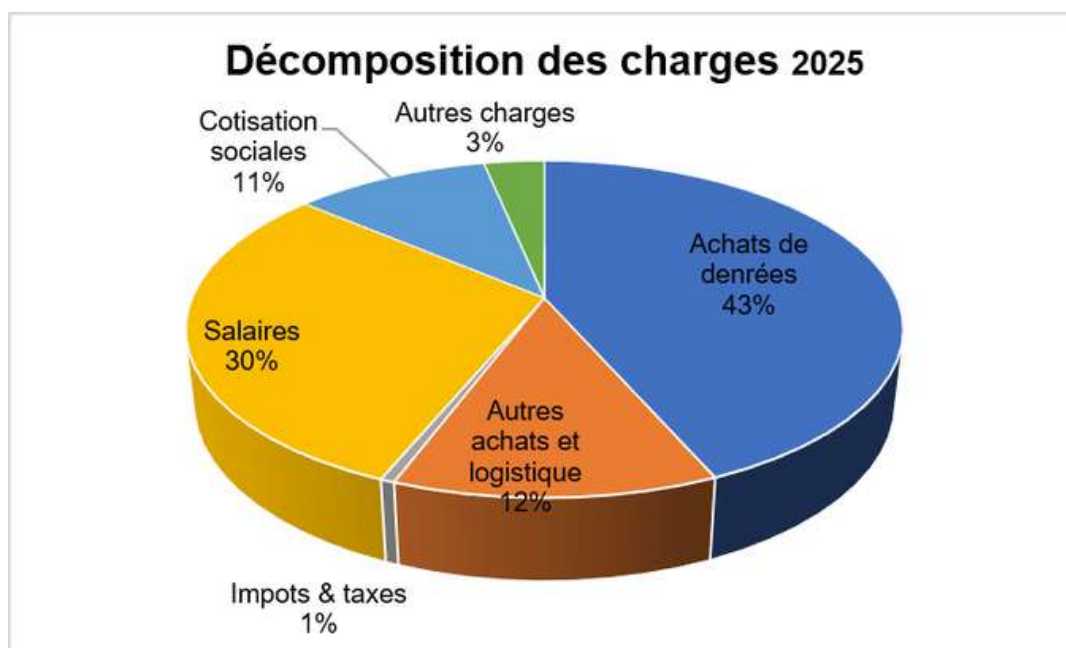
• 3.3 Animations et actions de sensibilisation réalisées en 2025

Le budget de l'association connaît une progression continue en lien avec l'augmentation de son volume d'activités comme le montre le graphique ci-dessous.



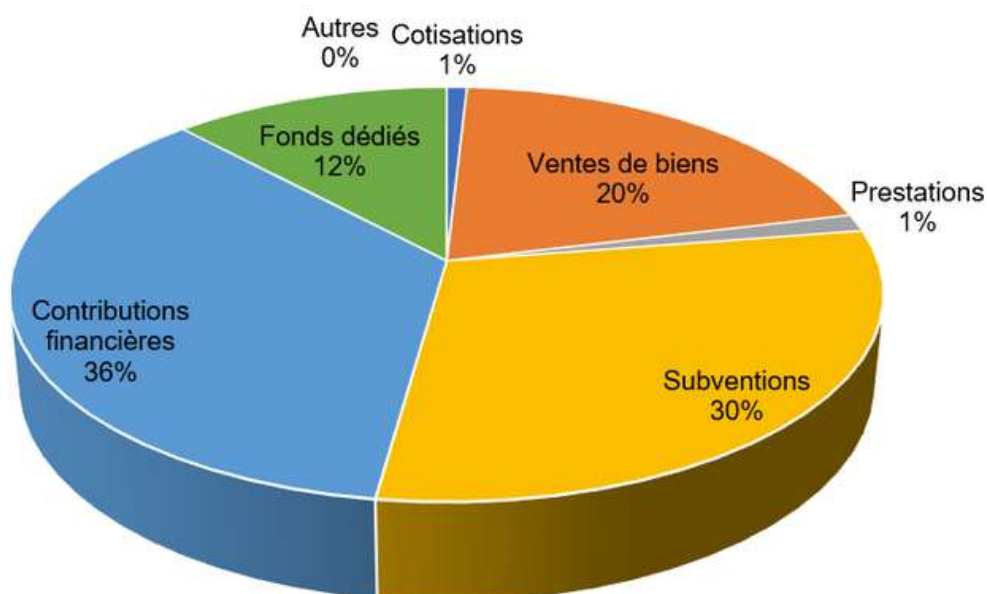
Pour l'exercice 2025, le montant total des charges s'élève à 273 906 €, contre 355 782 € de produits, soit un excédent de 81 876 €. Cet excédent s'explique principalement par le décalage dans l'ouverture de deux nouveaux groupements, initialement prévue en 2025, mais qui n'ont finalement été opérationnels qu'au début de l'année 2026. Ce report a ainsi entraîné le décalage des dépenses associées à leur mise en fonctionnement sur l'exercice 2026.

Les principales dépenses réalisées en 2025 concernent notamment l'achat de denrées, les frais logistiques, les salaires ainsi que les autres charges nécessaires au fonctionnement de l'association et à la mise en œuvre de ses activités. La répartition de ces différentes charges est présentée dans les graphiques ci-après.

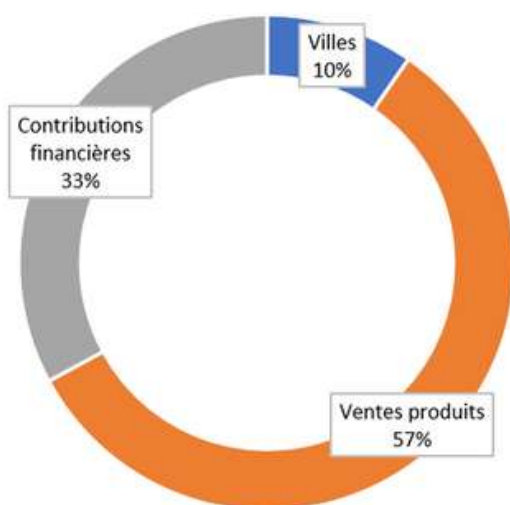


4. POINT BUDGETAIRE

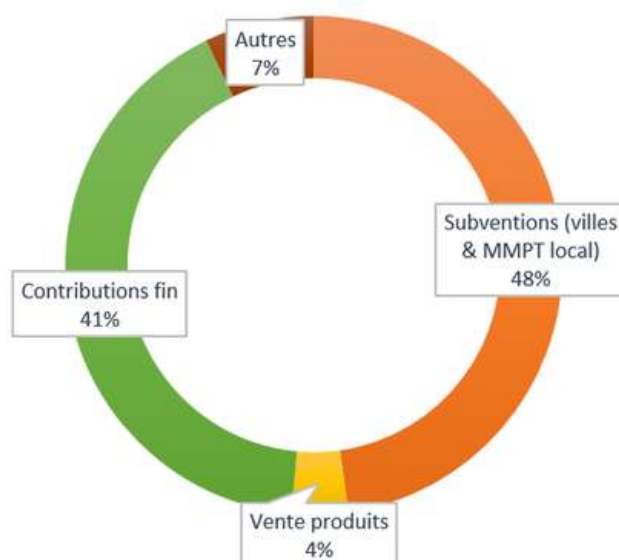
Décomposition des produits 2025



Contribution achat denrées



Financement salaires



La partie suivante du rapport est une compilation sous forme d'annexes présentant une analyse détaillée et désagrégée des principaux résultats par groupement d'achat. Elles permettent d'apprécier plus finement les dynamiques observées à l'échelle de chacun des trois territoires d'intervention et de saisir les spécificités locales en matière d'adhésions, de volumes distribués, de chiffre d'affaires, de composition des achats et de participation aux activités. Cette annexe complémentaire permet ainsi de mieux comprendre les réalités propres à chaque groupement et les contributions respectives de chacun aux résultats globaux présentés dans ce rapport.

ANNEXES

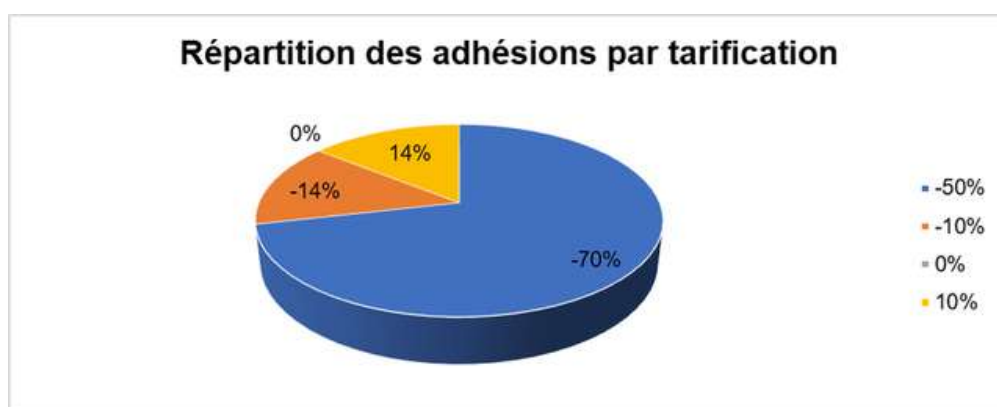
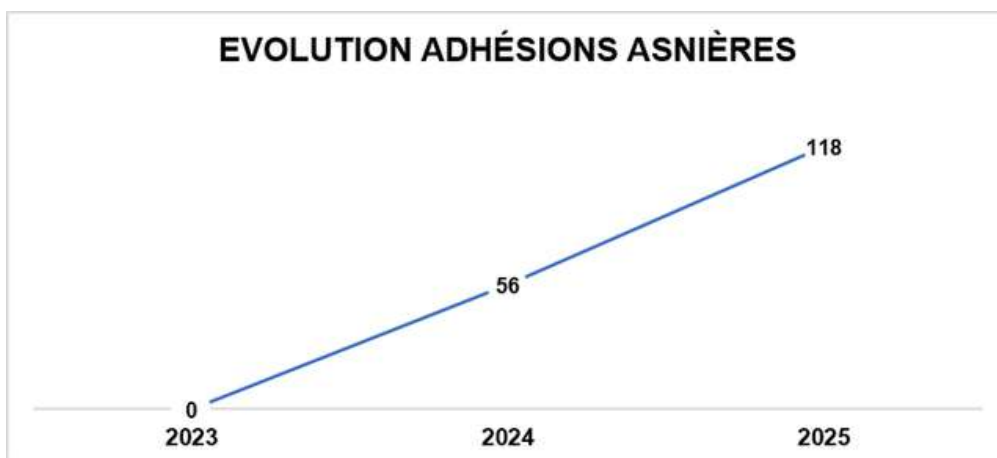
5. ANNEXES

- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.1 Groupement d'achat d'Asnières

Adhésions

En 2025, le groupement a enregistré 32 nouvelles adhésions avec une majorité résidant en QPV ainsi le présente le graphique ci-dessous.



5. ANNEXES

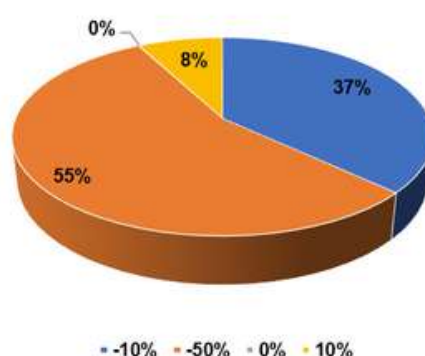
• 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.1 Groupement d'achat d'Asnières

Aperçu des indicateurs du groupement

Asnières					
	CA	Nb paniers	Panier moyen	Adhérents 2025	Volume
Janvier	1 936,17 €	38	50,95 €	6	716
Fév.	3 275,16 €	71	46,13 €	7	1147
Mars	2 211,75 €	50	44,24 €	0	760
Avril	2 023,33 €	49	41,29 €	2	745
Mai	1 684,01 €	45	37,42 €	4	676
Juin	2 236,89 €	51	43,86 €	0	804
Sept	2 198,30 €	48	45,80 €	2	785
Oct	2 051,72 €	53	38,71 €	7	594
Nov	2 577,32 €	55	46,86 €	1	891
Déc.	2 736,44 €	51	53,66 €	3	927
Total	22 931,09 €	511	46,94 €	32	8045

Asnières : CA par tarification

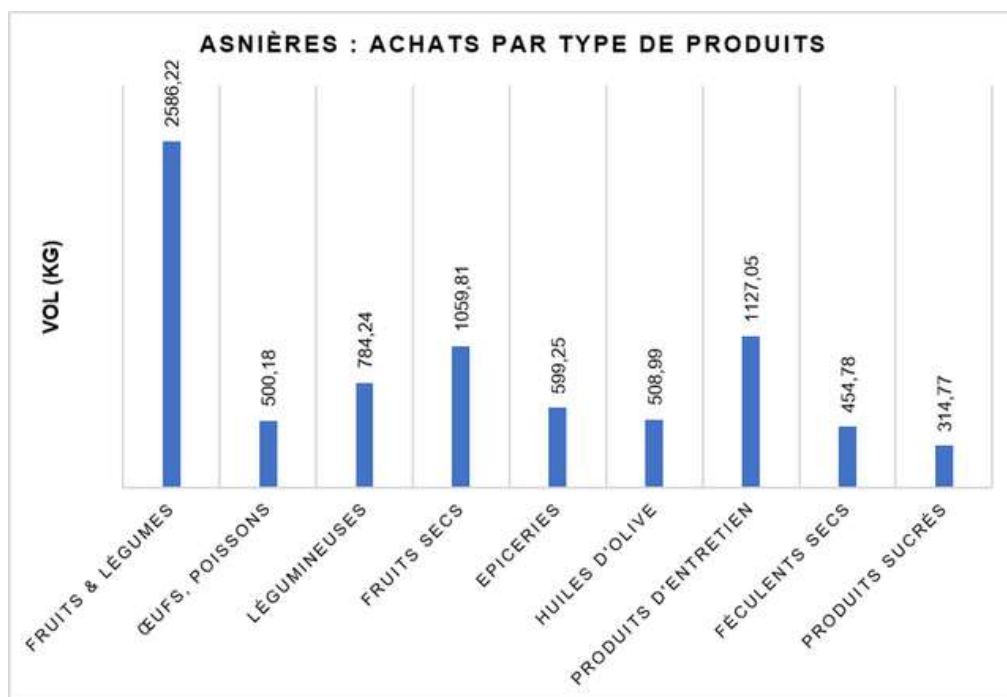


Asnières : Caractéristiques des produits distribués	Euro	Vol (kg)
Fruits & légumes	3 232,42 €	2586,22
Œufs, poissons (sardine)	1 882,62 €	500,18
Légumineuses : lentilles, pois chiche, pois cassé, ...	1 578,07 €	784,24
Fruits secs : abricots, amandes, figues, noix, ...	5 682,55 €	1 059,81
Epicerie : café, sel, passata, ...	1 488,76 €	599,25
Huiles d'olive	3 909,85 €	508,99
Produits d'entretien : lessive, vaisselle	2 602,39 €	1 127,05
Féculents secs : pâtes, couscous,	764,78 €	454,78
Produits sucrés : chocolat, jus, miel	1 982,96 €	314,77
Total	23 124,40 €	7 935,29kg

5. ANNEXES

- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.1 Groupement d'achat d'Asnières



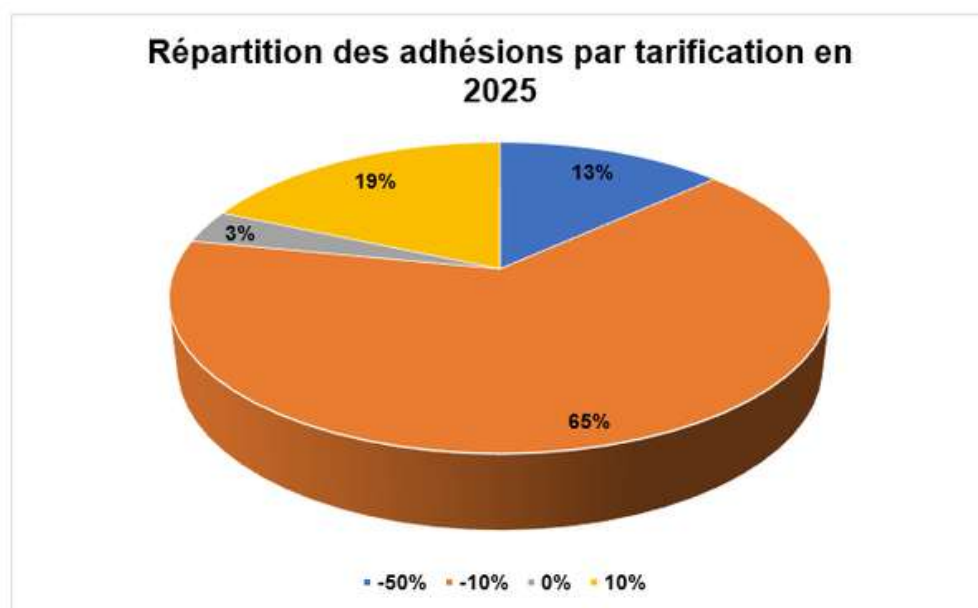
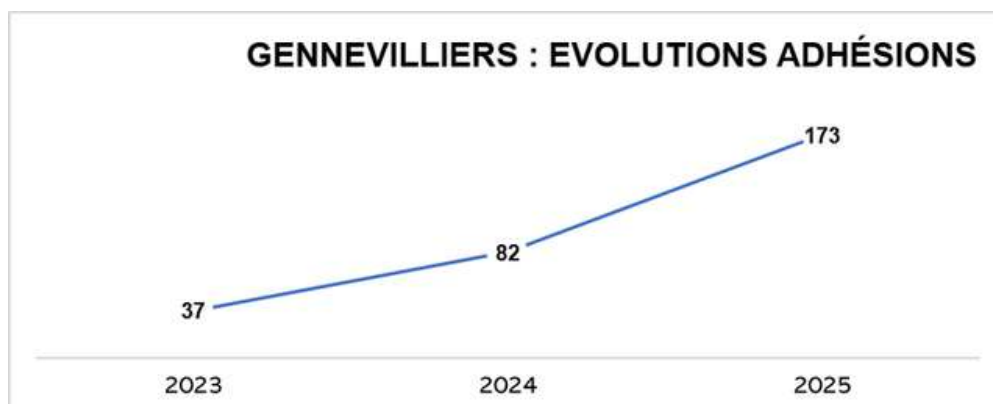
5. ANNEXES

- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.2 Groupement d'achat de Gennevilliers

Adhésions

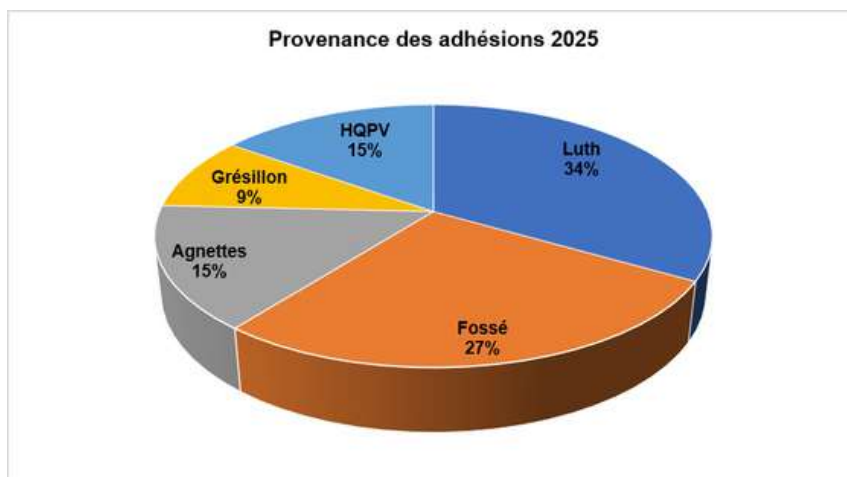
33 nouveaux foyers ont rejoint le groupement en 2025



5. ANNEXES

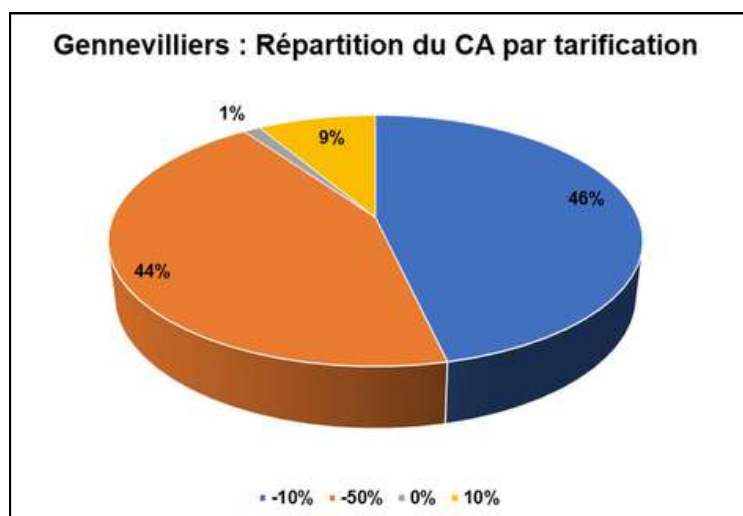
- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.2 Groupement d'achat de Gennevilliers



Aperçu des indicateurs du groupement

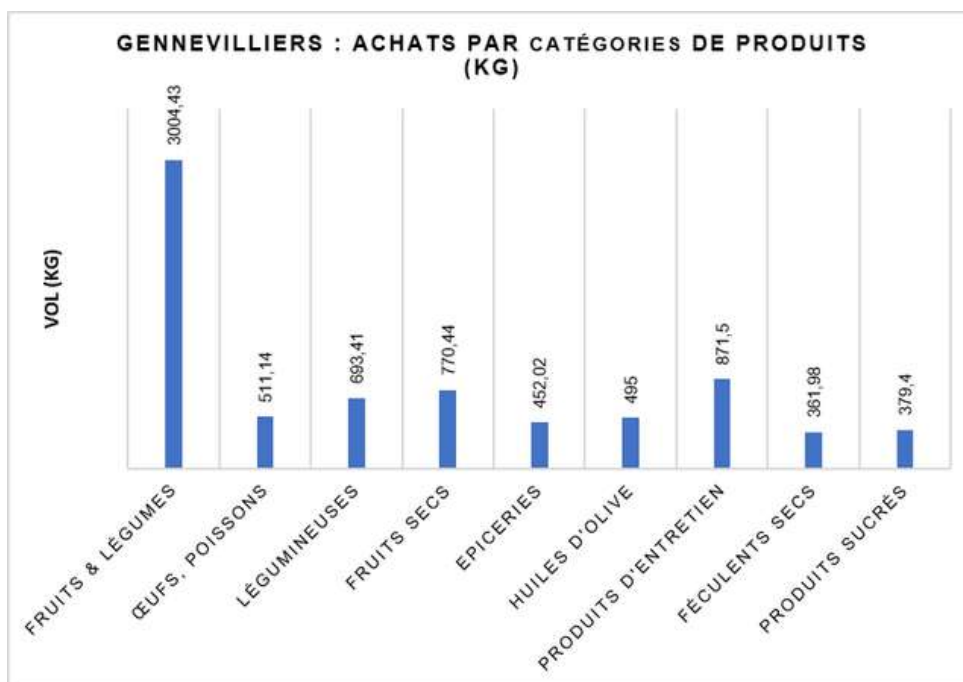
Gennevilliers					
	CA	Nb paniers	Panier Moyen	Adhésions 2025	Volume
Janvier	1 562,65 €	41	38,11 €	4	638
Fév.	2 387,54 €	60	39,79 €	4	862
Mars	1 979,53 €	51	38,81 €	0	697
Avril	1 857,20 €	61	30,45 €	3	706
Mai	1 764,33 €	58	30,42 €	1	633
Juin	2 100,32 €	51	41,18 €	4	717
Sept	1 900,93 €	41	46,36 €	5	658
Oct	1 653,54 €	47	35,18 €	9	477
Nov	2 467,52 €	61	40,45 €	0	851
Déc.	3 580,20 €	63	56,83 €	3	893
Total	21 253,76 €	534	36,85 €	33	7132
VS 2024	14 995,33 €	406	36,96 €	76	5223



5. ANNEXES

- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.2 Groupement d'achat de Gennevilliers

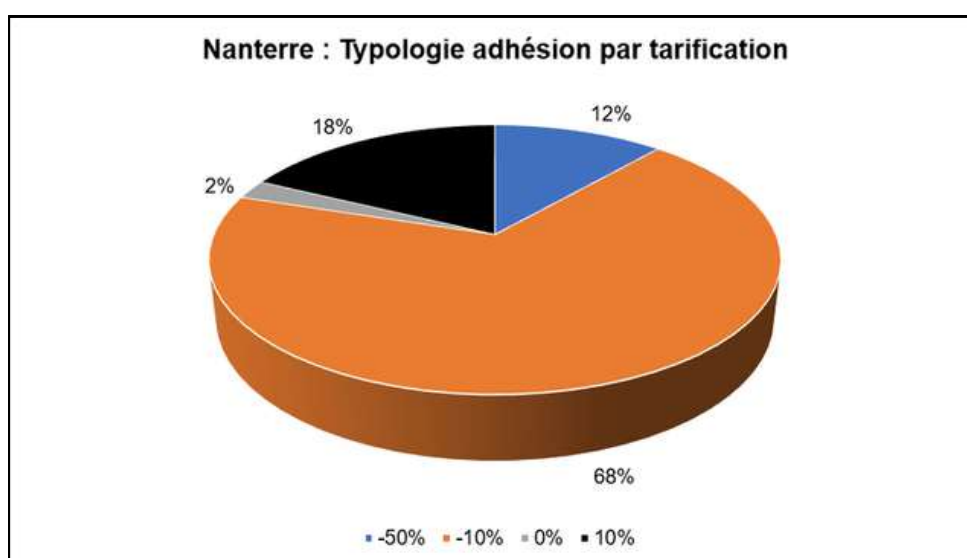
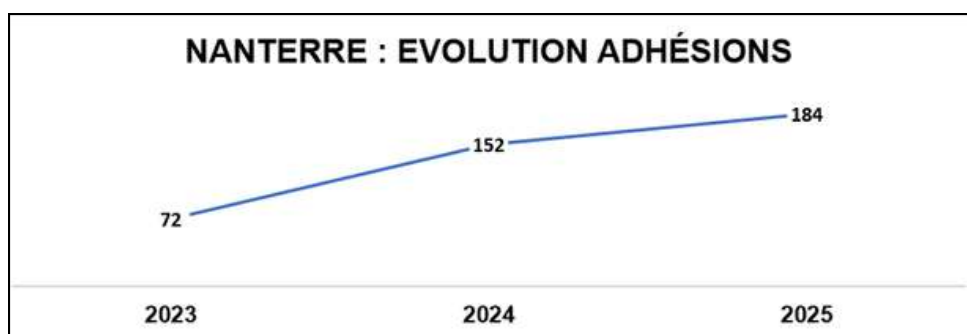


5. ANNEXES

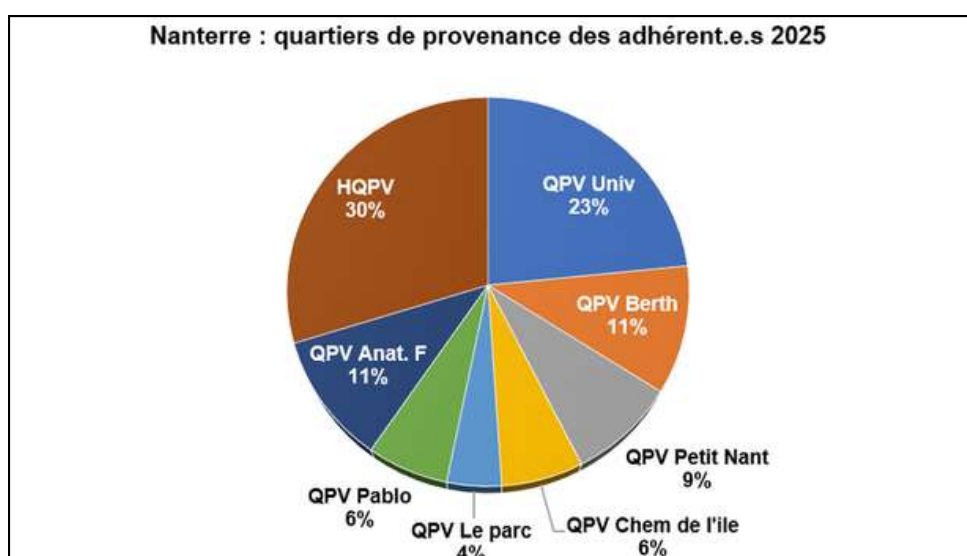
- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.3 Groupement d'achat de Nanterre Université

Adhésions



En 2025, 47 nouvelles familles ont rejoint le groupement de Nanterre Université dont 70% proviennent des Quartiers prioritaires de la ville.



5. ANNEXES

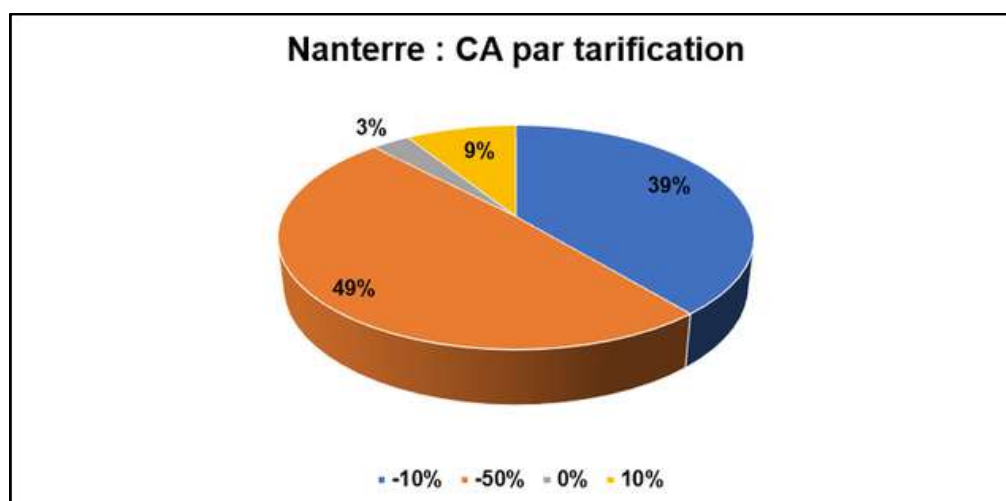
• 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.3 Groupement d'achat de Nanterre Université

Aperçu des indicateurs du groupement

En 2025 : 10 distributions dont les données générales sont représentées dans le tableau ci-dessous.

Nanterre					
	CA	Nb pnrs	Pan Moy	Adh	Vol
Janvier	1 861,06 €	56	33,23 €	7	643
Fév.	2 581,59 €	63	40,98 €	6	897
Mars	1 921,35 €	52	36,95 €	2	528
Avril	1 791,54 €	63	28,44 €	2	664
Mai	1 949,68 €	59	33,05 €	0	665,2
Juin	1 969,03 €	52	37,87 €	5	553
Sept	2 327,98 €	54	43,11 €	8	785
Oct	2 301,41 €	61	37,73 €	10	632
Nov	2 693,80 €	74	36,40 €	5	892
Déc.	3 171,39 €	68	46,64 €	2	970,61
Total	22 568,83 €	602	36,66 €	47	7229,81

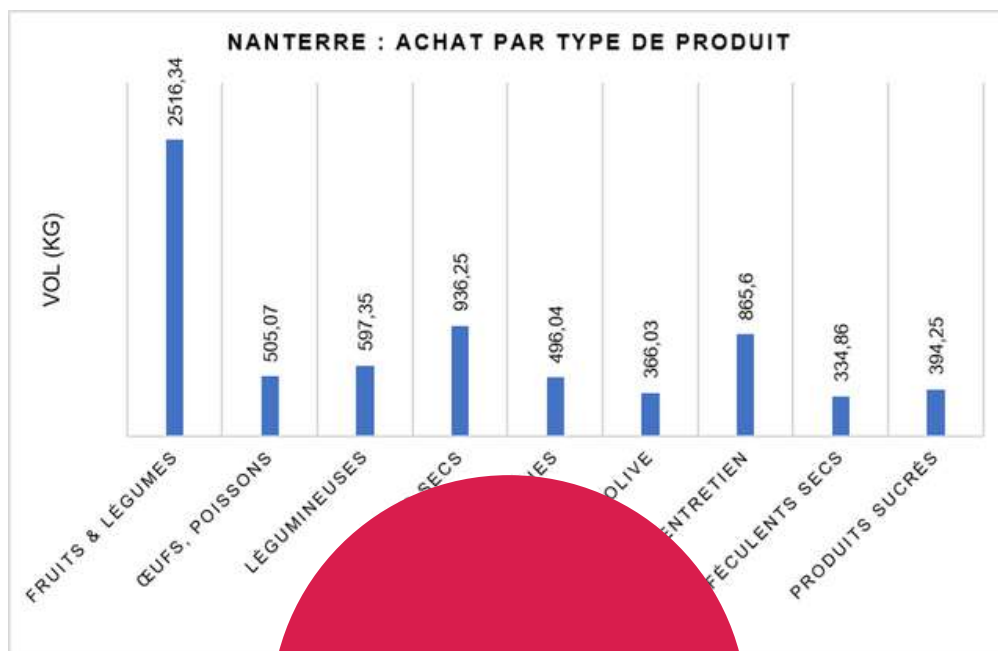


Nanterre : Caractéristiques des produits distribués	Euro	Vol (kg)
Fruits & légumes	3 148,76 €	2516,34
Œufs, poissons (sardine)	2 141,71 €	505,07
Légumineuses : lentilles, pois chiche, pois cassé, ...	1 281,61 €	597,35
Fruits secs : abricots, amandes, figues, noix, ...	5 603,50 €	936,25
Epicerie : café, sel, passata, ...	1 597,88 €	496,04
Huiles d'olive	2 845,89 €	366,03
Produits d'entretien : lessive, vaisselle	2 004,42 €	865,6
Féculents secs : pâtes, couscous,	551,61 €	334,86
Produits sucrés : chocolat, jus, miel	2 089,60 €	394,25
Total	21 264,98 €	7 011,79

5. ANNEXES

- 5.1 Données par groupement d'achat

5.1.3 Groupement d'achat de Nanterre Université



5.2 COMPTES ANNUELS 2025

VERS UN RESEAU D'ACHATS EN COMMUN SEINE OUEST

Comptes annuels 2025 (en Euros) au 31/12/2025

Compte de résultat détaillé

Postes	2025	2024	Var. (%)
PRODUITS D'EXPLOITATION			
Cessions	3 100	12 800	-75,78
756000000 - Cessions	3 100	12 800	-75,78
Ventes de biens	72 377	40 891	77,00
707000000 - Ventes de marchandises	72 377	40 891	77,00
Dont ventes de dons en nature			
Ventes de prestations de services	4 800	3 200	50,00
706000000 - Prestations de services	4 800	3 200	50,00
Dont parrainages			
Produits de tiers financeurs			
Concours publics et subventions d'exploitation	105 500	21 500	390,70
740100000 - Subvention exploitation - ville de gennevilliers	16 500	16 500	
740200000 - Subvention exploitation - ville de nanterre	11 000	5 000	120,00
740500000 - Subvention exploitation - prefet des haut de seine	78 000		
Versements des fondateurs ou consommations de la dotation consommable			
Ressources liées à la générosité du public			
Dons manuels			
Mécénat			
Legs, donations et assurance-vie			
Contributions financières	127 379	106 492	19,61
755100000 - Contributions financières reçues	25 365	17 381	45,94
755100100 - Contribution - apes	36 725	41 235	-10,94
755100200 - Vrac national - fonds mieux manger pour tous	65 289	47 876	36,37
Reprises sur amortissements, dépréciations et provisions			
Produits des cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles			
Utilisations des fonds dédiés	42 615		
785000000 - Utilisations des fonds dédiés sur contributions financières d'autres organismes	42 615		
Autres produits	10	6	63,84
798000000 - indemnités et autres produits (anciennement produits divers de gestion courante)	10	6	63,84
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION (I)	355 782	184 889	92,43
CHARGES D'EXPLOITATION			
Achats de marchandises	118 938	70 430	68,87
607000000 - Achats de marchandises	118 938	70 430	68,87
Variation de stocks	6 415	-18 351	134,96
603700000 - Variation des stocks de marchandises	6 415	-18 351	134,96
Autres achats et charges externes	33 720	13 118	157,06
604000000 - Achats d'études et prestations de services	1 767	-271	751,08
606100000 - Fournitures non stockables (eau, énergie, etc.)	1 015		
606300000 - Fournitures d'entretien et de petit équipement	6 732	1 433	363,15
606400000 - Fournitures administratives	967		
613200000 - Locations immobilières	10 635	2 984	256,44
615200000 - Entretien et réparation sur biens immobiliers	200		
616000000 - Primes d'assurances	348	392	-11,11
622200000 - Commissions et courtages sur ventes	28	4	666,67
622601000 - Honoraires gestion social	1 235	624	97,88
622602000 - Honoraires expert-comptable	3 504	2 640	32,73
622603000 - Catalogues et imprimés	798	29	2,70x

5.2 COMPTES ANNUELS 2025

VERS UN RESEAU D'ACHATS EN COMMUN SEINE OUEST

Comptes annuels 2025 (en Euros) au 31/12/2025

Postes	2025	2024	Var. (%)
624100000 - Transports sur achats	3 551	3 985	-10,88
625000000 - Déplacements, missions et réceptions	559	330	69,56
625100000 - Voyages et déplacements	893	108	727,25
626000000 - Frais postaux et frais de télécommunication	646	272	137,44
627000000 - Services bancaires et assimilés	833	535	55,87
628100000 - Concours divers (cotisations)	10	34	-70,80
Aides financières			
Impôts, taxes, et versements assimilés	1 481	737	100,98
633300000 - Contribution unique des employeurs à la formation professionnelle	1 481	737	100,98
Salaires	82 026	36 664	123,72
641100000 - Salaires, appointements	7 091	35 000	100,26
641200000 - Congés payés	8 329	504	1,55k
641300000 - Primes et gratifications	430	41	942,19
641400000 - Indemnités et avantages divers	977	518	88,43
641600000 - Tickets restaurants	2 200	600	266,67
Cotisations sociales	28 815	13 078	120,33
645100000 - Cotisations à l'urssaf	15 245	7 775	96,09
645200000 - Cotisations aux mutuelles	2 261	1 305	73,29
645300000 - Cotisations aux caisses de retraite	4 151	2 121	95,68
645400000 - Cotisations à pôle emploi (anciennement cotisations aux assedic)	3 005	1 500	100,31
645600000 - Charges sociales sur cp	3 955	279	1,32k
645800000 - Cotisations aux autres organismes sociaux	198	98	101,01
Dotations aux amortissements et aux dépréciations	442	565	-21,68
681100000 - Dotations aux amortissements sur immobilisations incorporelles et corporelles		565	-100,00
681120000 - Immobilisations corporelles	442		
Dotations aux provisions			
Valeurs comptables des immobilisations incorp. et corp. cédées			
Reports en fonds dédiés		42 615	-100,00
689500100 - Fonds dédiés - fonds mieux manger pour tous		42 615	-100,00
Autres charges	2 069	1 098	88,39
651000000 - Redevances pour concessions, brevets, licences, marques, procédés, logiciels	2 068	1 027	101,45
658000000 - Pénalités et autres charges (anciennement charges diverses de gestion courante)	0	71	-99,88
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION (II)	273 906	159 953	71,24
RÉSULTAT D'EXPLOITATION (I - II)	81 876	24 936	228,34
PRODUITS FINANCIERS			
De participations			
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé			
Autres intérêts et produits assimilés			
Reprises sur dépréciations et provisions			
Différences positives de change			
Produits des immobilisations financières cédées			
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement et d'instruments de trésorerie			
TOTAL PRODUITS FINANCIERS (III)	0	0	
CHARGES FINANCIÈRES			
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions			
Intérêts et charges assimilées			
Différences négatives de change			
Valeurs comptables des immobilisations financières cédées			
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement et d'instruments de trésorerie			
TOTAL CHARGES FINANCIÈRES (IV)	0	0	
RÉSULTAT FINANCIER (III - IV)	0	0	

5.2 COMPTES ANNUELS 2025

VERS UN RESEAU D'ACHATS EN COMMUN SEINE OUEST

Comptes annuels 2025 (en Euros) au 31/12/2025

Postes	2025	2024	Var. (%)
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔTS (I - II + III - IV)	81 876	24 936	228,34
Produits exceptionnels (V)			
Charges exceptionnelles (VI)	35		
671200000 - Pénalités, amendes fiscales et pénales	35		
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL (V - VI)	-35	0	
Participation des salariés aux résultats (VII)			
Impôts sur les bénéfices (VIII)			
TOTAL DES PRODUITS (I + III + V)	355 782	184 889	92,43
TOTAL DES CHARGES (II + IV + VI + VII + VIII)	273 941	159 953	71,26
EXCÉDENT OU DÉFICIT	81 841	24 936	228,20
CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE			
Dons en nature			
Prestations en nature			
Bénévolat			
TOTAL CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE	0	0	
CHARGES DES CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE			
Secours en nature			
Mises à disposition gratuite de biens			
Prestations en nature			
Personnel bénévole			
TOTAL CHARGES DES CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE	0	0	



VRAC Seine Ouest tient à remercier ses partenaires et financeurs,
l'ensemble des acteurs des territoires qui contribuent à soutenir ses
actions, et enfin les adhérentes et adhérents pour leur participation et
leur confiance

