

Aide alimentaire

«Les courses, je n'y arrive pas. Tout a augmenté»

À Genève, les distributions de nourriture organisées par les Colis du Cœur attirent chaque semaine des milliers de personnes frappées par la précarité. Reportage.

Rachad Armanios

«Une fois que j'ai payé mon assurance maladie et mon loyer, je n'ai plus rien. Avec ma retraite, je n'arrive plus à vivre.» Interrogé à la sortie de la salle communale du Môle, aux Pâquis, cet octogénaire a reçu l'un des 2000 cabas alimentaires que les Colis du Cœur ont commencé à distribuer à 1200 ménages.

Rencontré récemment, cet Italien d'origine nous raconte furtivement sa précarité. Il vit à Genève depuis cinquante-huit ans, où il a travaillé comme cuisinier. «Les commissions, je n'y arrive pas. Tout a augmenté. Alors je mange des pâtes, j'achète parfois de la viande bon marché. C'est la troisième fois que je viens ici. Jusqu'à présent, mes enfants refusaient que j'en arrive là et me donnaient de l'argent. Mais ils ont des enfants, je veux les soulager.»

Forte affluence

Selon la directrice des Colis du Cœur, Jasmine Abarca-Golay, le nombre de bénéficiaires atteint presque celui connu la première année de la crise du Covid. Le mois passé, les trois sites de distribution, aux Pâquis, à Vernier (église Pie X) et à Carouge (rue Blavignac), ont connu une fréquentation de 20% plus importante qu'à la même période en 2021. Ces derniers temps, il y a eu jusqu'à 7200 bénéficiaires en une semaine.

«Les gens n'ont aucun bas de laine, commente la directrice. Ce qui est très inquiétant, c'est que nous sommes passés d'une aide d'urgence, durant le Covid, à une précarité qui s'est installée.»

La faute à l'inflation? La directrice peine à déterminer les causes, probablement multiples: «Cette hausse est en dents de scie. Et la forte affluence a déjà commencé cet été, quand les prix n'avaient pas encore beaucoup augmenté. Nous avons eu un afflux très important de réfugiés ukrainiens entre avril et août, plus de 10% des bénéficiaires, mais cela a beaucoup baissé, alors que leur fréquentation du Vestiaire social est en hausse.»

Public hétéroclite

Les Colis du Cœur s'inquiètent maintenant de l'importante vague de réfugiés en provenance de pays comme l'Afghanistan ou la Turquie.

Travailleurs pauvres, ménages touchés par une séparation, familles nombreuses, mères seules, personnes âgées ou jeunes, Suisses, Sud-Américains, Africains... la population qu'accueillent les Colis du Cœur est fortement hétérogène.

Pour obtenir, une fois par semaine, un ou plusieurs sacs (selon la taille du ménage), la situation d'urgence ou de revenus en dessous du minimum vital doit avoir été attestée par un service social. À défaut, toute personne dans le besoin habitant à Genève

Bénéficiaires en hausse

Cette année, 13'600 Genevois ont eu recours aux sacs de denrées préparés par l'association Partage et distribués par les Colis du Cœur, comme ici à la salle du Môle, alors qu'ils étaient 12'100 en 2021. STEEVE IUNCKER-GOMEZ



peut recevoir cette aide, mais limitée à un mois.

À la salle du Môle, la mécanique est bien huilée, reposant sur une vingtaine de bénévoles et plusieurs employés, dont le coordinateur Charlemagne Hernandez. Après une attente raisonnable au vu de la longue file, les bénéficiaires s'identifient à un guichet puis s'arrêtent à plusieurs postes pour récupérer les denrées.

Les produits frais sont achetés à l'Union maraîchère: poires, tomates, salade, œufs, carottes ou encore coleraves. Parmi les produits secs, on trouve du riz, des sardines en boîte, des conserves de tomate... Les couches et le lait en poudre sont le signe de la précarité qui touche les familles.

C'est l'association Partage qui confectionne les colis. Selon «Le Temps», depuis le début de l'an-

née, elle a préparé en moyenne près de 4800 cabas par semaine, soit 300 de plus qu'au pic de la crise du Covid. Le nombre de bénéficiaires a lui aussi augmenté: 13'600 cette année, contre 12'100 en 2021 et plus de 13'000 en 2020.

Partage pouvait surtout compter sur les invendus et des dons jusqu'à la crise sanitaire, mais elle doit maintenant financer elle-

même une partie de ce qu'elle distribue. De 160'000 francs en 2019, le budget d'achat est passé à 7 millions en 2022.

Problème: «Il y a davantage de gens à aider, et nous devons mobiliser plus de 150 bénévoles chaque semaine», selon la directrice des Colis du Cœur. «En cherchant de nouveaux bénévoles en permanence est un défi. Car le turnover est important. Après l'urgence du Co-

vid, les gens sont beaucoup moins disponibles.»

Le jour de notre visite, le nombre de colis prévus n'a jamais été aussi élevé, a annoncé Charlemagne Hernandez aux volontaires. Car la Croix-Rouge genevoise est présente cette semaine pour l'inscription des familles en vue de son opération Paniers de Noël. Ils comprendront aussi des cadeaux pour les enfants et seront distribués les 16 et 17 décembre.

Quand l'inflation change les habitudes alimentaires

● Confrontés à la hausse des prix, les ménages aux revenus les plus faibles cherchent à en limiter l'impact sur leur budget. Mais ils n'ont pas beaucoup de marge. Face aux dépenses incompressibles que sont les loyers, les assurances ou les impôts, les options restent limitées.

«Les premières mesures d'économie se font partout où il est encore possible de compresser les charges», explique Jean Busché, économiste à la Fédération romande des consommateurs (FRC). Parmi ces postes, on retrouve la culture, les sorties mais aussi les achats alimentaires. «L'inflation implique que des denrées deviennent encore moins accessibles à certaines catégories de la population qui doivent s'adapter, alors même que les distributeurs maintiennent des marges élevées», souligne la FRC. Selon l'Office fédéral de la statistique (OFS), l'achat de nourriture et de boissons représente près de 12% du budget des ménages disposant de moins de 4520 francs par mois.

Et les premiers indices d'un changement de comportement dans les rayons alimentaires des supermarchés ont commencé à apparaître. «Il y a eu un report depuis la fin de l'été sur des produits premier prix et une baisse des ventes des produits à haute valeur ajoutée», confirme Tristan Cerf, porte-parole de la Migros. Qui attribue cette constatation à plusieurs facteurs, dont «le retour des voyages dans les budgets familiaux», mais aussi la possible crainte d'une période de crise. Chez le concurrent historique Coop, on assure que «le comportement d'achat n'a pas changé de manière significative», tout en signalant une demande accrue pour les produits d'entrée de gamme Prix Garantie.

Mais les principaux ébranlements sont à chercher chez les «discounters». Aldi comme Lidl observent une hausse de la demande, mais pas uniquement concentrée sur les produits meilleur marché. Leurs gammes supérieures et le bio rencontrent également un succès. «Le sujet du prix préoccupe de

manière générale de plus en plus notre clientèle», souligne un porte-parole de Lidl.

Cette évolution laisse supposer que des habitués de la Coop et la Migros ont récemment commencé à fréquenter les rayons des distributeurs allemands. «Nous imaginons que certains font actuellement plus attention au prix, sans pour autant vouloir renoncer à la qualité. C'est pour cette raison qu'ils sont plus enclins à essayer quelque chose de nouveau ou à venir dans nos magasins», analyse-t-on chez Lidl. Aldi confirme avoir senti «une nette augmentation de l'affluence, dont de très nombreux nouveaux clients».

Reste encore les plus précarisés, pour qui un passage au supermarché est devenu un luxe inaccessible. Preuve des difficultés qui s'étendent, Caritas a constaté depuis deux mois «une forte augmentation du nombre de personnes» qui fréquentent ses épiceries. Par comparaison avec 2021, le nombre de passages en caisse a augmenté de près de 30%. **MRE**

Honte et reconnaissance

Tenia, une maman seule, est accompagnée de sa fille. Elle dit avoir perdu son travail de nettoyeuse à cause de la crise du Covid et parce qu'elle était tombée enceinte. Elle bénéficie de la distribution alimentaire depuis trois ans. «Tout augmente, l'assurance, l'huile, les pâtes... Je suis Brésilienne, le frigo vide, je l'ai vécu là-bas, car ça, ça n'existe pas», dit-elle à propos des Colis du Cœur.

«On est dans la précarité, on n'est pas fier», nous lance une femme. Elle achève de transvaser dans son caddie le contenu des sacs roses où est dessiné un Titeuf chargé de stimuler le don lors des Samedis du partage. Un stigmaté qu'ici personne ne veut porter à l'extérieur.

«C'est dur, il n'y a pas de travail, on s'efforce de ne pas pleurer devant les enfants», dit cette mère en s'en allant, le cœur lourd comme son caddie.