

# Rapport d'activités annuel

Juillet 2024 – septembre 2025



## Association Papille-ON

# 1. L'épopée Papille-ON, narrée par le président

À la même époque l'an passé, nous lançons Local Food Maps, un projet audacieux qui voulait réunir sur une plateforme nationale TOUS les acteurs de l'alimentation durable. Pendant un mois, chaque jour, j'ai contacté des figures clés du système alimentaire avec un seul message : « **Unissons nos forces pour que les initiatives durables cessent de se casser la figure les unes après les autres.** » Près de 40 organisations, hautes écoles et entreprises ont salué l'initiative et nous ont rejoint. S'unir nous semblait évident — pas aux bailleurs : aucune des demandes de financement déposées n'a abouti.

L'échec fut cuisant et notre foi dans le système a encore une fois vacillé. Portons-nous un fardeau trop lourd ? Notre mission est-elle trop floue ? Notre message atteint-il vraiment son public ? Au fond, qui est notre public ?

Dans ces moments charnières, une question s'impose : « Dans quoi sommes-nous bons ? » La réponse était limpide : dans les animations, face aux gens, face aux enfants, avec des ateliers ultra éducatifs, ultra ludiques, ultra aboutis. Alors nous avons achevé les quatre- et cinquième ateliers et développé nos « Packs d'animation », des combinaisons d'ateliers et de modes d'animation pensés pour les écoles, crèches, accueils extrascolaires et manifestations. Grâce à un partenariat avec Cookids et aux soutiens financiers de la Loterie Romande et d'Option Gruyère, la formule était bonne. Mais les budgets des structures de l'enfance ne permettaient pas un déploiement massif — un constat partagé par d'autres d'organisations.

Bien sûr, c'est une histoire d'argent. Mais, en y regardant de près, c'est d'abord une question de volonté, masquée par une problématique systémique refoulée : « **Qui est responsable de l'éducation à l'alimentation des enfants ? Les parents, l'école, les pouvoirs publics, les distributeurs, l'industrie alimentaire... ou les enfants (livrés à) eux-mêmes ?** »

À la recherche de leviers, j'ai alors rencontré le Children's Food Education Lab, un laboratoire social organisé par la HAFL pour revisiter, à l'échelle suisse, le système d'éducation à l'alimentation des enfants. Mettre en place des interventions qui ne se limitent pas à soigner les symptômes mais qui s'attaquent aux causes profondes du système faisait totalement sens et j'ai intégré le Lab au nom de Papille-ON. Aujourd'hui, le système est presque cartographié et les premiers projets sont modélisés...

Et maintenant ? Chaque semaine, nous recevons des offres, invitations et propositions de collaboration. Nous avons aménagé de nouveaux bureaux, édité et distribué un guide de réseautage pour les épiceries, organisé un crowdfunding et la première Fête des Papilles, lancé notre chaîne YouTube et démarré un accompagnement avec Compétences Bénévoles pour renforcer nos activités et affirmer notre marque. Il n'y a plus de doute : Papille-ON est sortie de sa chrysalide.

Mais, personnellement, je reste souvent suspendu entre ciel et terre, dans ce no-man's-land entre succès et échecs, espoir et frustration (le mot est faible !). Car malgré l'énorme gain de productivité de cette année, rien n'est encore fluide : chaque action demande des efforts colossaux, comme une fusée qui doit d'abord s'extraire de la stratosphère avant d'espérer toucher la Lune.

Toucher la Lune... c'est ça Papille-ON ?

Papille-ON, c'est une équipe ultracool de passionné-e-s qui construit des ateliers éducatifs, en philosophant et en se reconnectant au vivant. Mais Papille-ON c'est aussi un effet (papillon), un mouvement qui croit au Changement et qui habite et nourrit chaque jour cette vision. **Oui, nous visons la Lune, mais avec des étoiles dans les yeux et plus déterminés que jamais !**



Valentin Pasquier

## 2. Projets et événements de l'année



### Projets 2024-2025

#### **Packs d'animations pour structures de l'enfance (+ Accompagnement de Compétences Bénévoles)**

Considéré comme prioritaire depuis mai 2024, ce projet a pour objectif de déployer massivement nos animations pédagogiques dans le canton de Fribourg en répondant précisément aux besoins des différentes structures de l'enfance – écoles, crèches, accueils extrascolaires et instituts spécialisés – tout en proposant des offres attrayantes aux manifestations. Concrètement cela consiste à vendre des « packs d'animations » composés de 3 à 5 ateliers, selon les besoins des clients, avec des modes d'animation adaptés au public.

La plupart des ressources de l'association ont été investies dans ce projet pour trouver des financements (12 demandes, 2 abouties), construire 2 nouveaux ateliers, optimiser les 3 « anciens », former les animateurs, médiatiser le processus et prospecter auprès des structures de l'enfance. Sur le plan technique, le projet est réussi, malheureusement nos tarifs se sont révélés trop élevés pour la plupart des structures, malgré l'optimisation des coûts (aucun bénéfice par animation et rémunération minimum des animateurs). La suite du projet consiste ainsi à développer un modèle d'affaire viable, avec l'aide de la Fondation Compétences Bénévoles qui a récemment validé l'accompagnement de Papille-ON.

#### **Local Food Map(s), Open Food Network et réseautage**

Le projet Local Food Maps (3.0) ne s'est pas réalisé dans la forme souhaitée, car aucun des quatre appels à projets où LFM fut présenté n'a abouti. Mais l'énorme réseau créé pour l'occasion, lui, est bien vivant et continue de développer ses fruits. Le dernier en date est une proposition d'Open Food Network (OFN), qui nous invite à faire migrer Local Food Map (2.0) et notre projet 3.0 sur leur plateforme. Suivant des objectifs similaires aux nôtres, OFN est un réseau mondial et une plateforme open source qui profite d'un vaste réseau de développeur pour améliorer continuellement ses outils et les maintenir à faibles coûts. En outre certaines fonctionnalités telles que le e-commerce ou la possibilité d'octroi de *voucher* (bons d'achat, de fidélisation) rendent leur plateforme très compétitive et attractive pour les « petits » acteurs de l'alimentation.

Le comité Papille-ON a validé la collaboration, sans pour autant décider d'arrêter notre plateforme LFM, qui continuera d'être maintenue tant que l'AG ne propose pas un projet de substitution. Il faut en effet considérer que LFM augmente drastiquement le référencement du site papille-on.com (24'000 visiteurs / mois), principalement par le biais des *back links* et du nombre d'articles (plus de 250 affiliés).

#### **Nouveaux bureaux Papille-ON et matériel informatique neuf**

Projet concret et pragmatique, mais repoussé d'année en année, la construction de nouveaux bureaux Papille-ON est devenue une urgence avec l'agrandissement de la famille Pasquier, au rez-de-chaussée 😊 La rénovation du galetas en bureau de 30m<sup>2</sup>, combiné avec l'arrivée de matériel informatique à la pointe, ont permis d'augmenter drastiquement la productivité et la capacité de stockage de l'association.

#### **Chaine YouTube**

La chaine YouTube est un petit projet parallèle qui a pris vie au printemps 2025 pour répondre à des besoins internes et transmettre plus facilement nos vidéos aux partenaires et membres. Le but final de la chaine est de créer du contenu pertinent, principalement à destination des parents pour les accompagner dans l'éducation à l'alimentation des enfants.

## Diffusion du Dictionnaire, guide de réseautage alimentaire et tournée des épiceries alternatives

En combinant notre énorme carnet d'adresse avec le projet LFM, tout en cherchant un levier pour augmenter la diffusion du Dictionnaire de la Survie alimentaire dans les épiceries, nous avons créé le « Mini-guide de réseautage alimentaire ». Ce guide, destiné principalement aux épiciers et producteurs, partage toutes nos astuces et nos bonnes adresses pour se connecter à son réseau local, augmenter sa visibilité et trouver des ressources.

Après l'édition de la brochure, grâce notamment à un financement de Convergence Durable, une troisième tournée des commerces a été opérée dans toute la Romandie où plus de 100 épiciers ont été rencontrés. Durant la rencontre, ils recevaient gratuitement la brochure avec des explications et étaient invités à s'inscrire sur LFM, à cocréer la future 3.0 et à diffuser le Dictionnaire.

Si la démarche a été saluée et remarquée, les résultats sont mitigés. Le nombre d'épiceries-diffuseuses a sensiblement augmenté, bien que certaines n'ont pas pris de nouveaux dépôts ou ont fermées, mais très peu se sont inscrites sur LFM à la suite de notre passage, ce qui était l'objectif principal. Mais encore une fois, les rencontres faites durant le projet ont renforcé notre réseau et notre notoriété.

## Children's Food Education Lab (Chifoo)

D'envergure nationale, le Chifoo est un laboratoire social lancé par la BFH-HAFL pour revisiter et transformer le système d'éducation à l'alimentation des enfants actuellement disparate en un système efficient et holistique. Le Lab est composé de 12 passionnés avec des profils très variés, mais possédant une même volonté. Le projet peut être résumé en deux étapes :



1. la première consiste à comprendre le système et ses interactions, par le biais notamment de voyages apprenants et d'entretiens avec des personnalités, puis à le cartographier avec différents outils, tels que le mapping Kumu et le modèle de l'iceberg ;
2. la deuxième étape vise la création d'interventions axées sur les causes profondes du système et le développement d'une feuille de route pour les organismes publics et les politiques.

Papille-ON a été invité dans le Lab, autant pour son expertise dans la compréhension du système que pour ses compétences en réseautage. Valentin représente ainsi Papille-ON et est devenu le cartographe officiel du Chifoo. Aujourd'hui la première étape est pratiquement réalisée. Pour découvrir les cartes du Lab :

- [Carte politique](#)
- [Carte typologique](#)
- [Focus Offres pédagogiques](#)
- [Focus Cantines scolaires et parascolaires](#)

## Crowdfunding et Fête des Papilles

Autre projet phare qui a mobilisé l'équipe durant 5 mois, le crowdfunding était principalement la réponse au manque de succès des demandes de financements, qui, à un moment donné, a mis l'association dans une situation très compliquée. L'opération visait également à « tester » notre message et notre public, en leur donnant l'opportunité de nous soutenir activement. Nous avons ainsi profité pour mettre à jour notre communication et booster nos médias.

La campagne a consommé énormément de ressources, que ce soit pour se faire offrir les contreparties par les partenaires ou pour la création de contenu pour nos réseaux sociaux (Instagram, LinkedIn et site), la médiatisation de la campagne (presse, mailing, tout-ménage, etc) ou encore les trois événements

organisées pour l'occasion, dont la première « Fête des Papilles ». Si le bilan investissement RH - gain est mitigé, Papille-ON est aujourd'hui définitivement à flot avec les 15'210 CHF obtenu durant le crowdfunding.

Quant à la Fête des Papilles, premier événement entièrement signé Papille-ON, il combinait animations pédagogiques, atelier de cuisine, conte (de Dominique Pasquier) et dégustation d'un apéro dinatoire préparé par les enfants. L'événement visait en premier lieu à resserrer le tissu local en invitant producteurs et consommateurs de la région, grâce à un atelier de cuisine parents-enfants qui utilisait presque uniquement des produits ultra-locaux (dans un rayon de 10 km de Botterens).

Si la fête n'a pas attiré autant de monde que prévu (environ 60 participants sur 80 attendus), l'événement reste un succès par la qualité de notre prestation et notamment la réussite de l'atelier de cuisine qui a accueilli ce jour-là près de 25 binômes encadrés par 5 cuisiniers professionnels.



## Événements

**21 septembre 2024** – Alternatiba Léman

**30 octobre-3 novembre 2024** – Salon Suisse des Goûts et Terroirs 2024

**27 février 2025** – Foire Star'Terre

**29 mars 2025** – Journée de l'alimentation pour enfants

**23-25 mai 2025** – Festival Objectif Terre

**22 juin 2025** – Fête des Papilles

**6 septembre 2025** – Banquet FoodSave Neuchâtel



## Média/Presse

**La Liberté (27.04.25)** – « Bien alimenter les enfants »

**La Liberté (17.06.25)** – « La première Fête des Papilles »

**CanalAlpha (04.09.2025)** – « Un banquet entièrement composé de récup »

**Arc'Info (08.09.25)** – « Un banquet pour sauver 250 kg d'invendus »

Tous les médias peuvent être consultés sur notre page [Médias/presse](#).



## Nouveaux mécènes et partenaires

### Mécènes et sponsors

Option Gruyère

Loterie Romande

Cookids

Algiz harmony

Convergence Durable

### Nouveaux partenariats/adhésions

Frisbee

Cluster Food & Nutrition

Alternatiba Léman

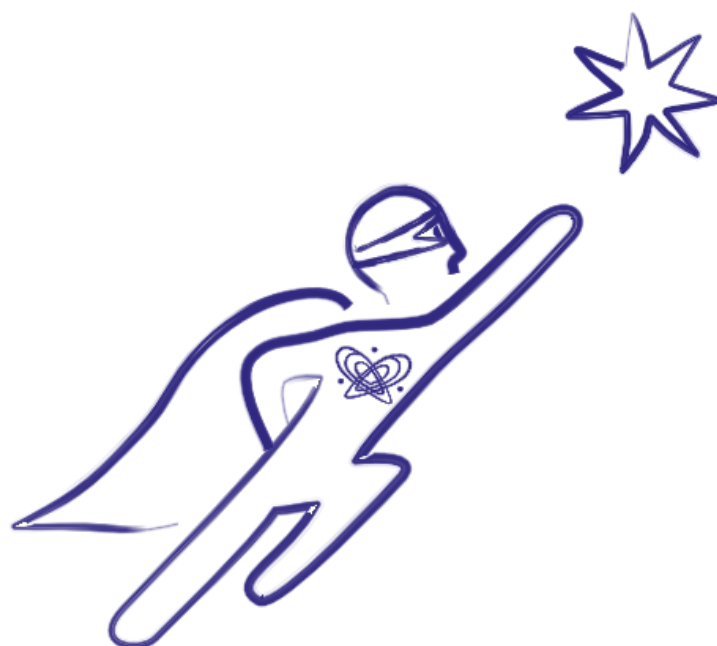
Café de l'Union

BioBoulevard

+ 40 partenaires d'affaire / de réflexion du projet LFM

### 3. Chiffres clés

L'année résumée en quelques chiffres		
Membres et revenus	Mai 2023 - juin 2024	Juillet 2024 - septembre 2025
Membres	20 membres (+ 2 bénévoles)	14 actifs / 6 passifs / 2 bénévoles
Recettes générées par les cotisations	CHF 480.-	CHF 1'420 (par année)
Sponsoring	–	CHF 500
Mécénat	CHF 350.-	CHF 6'500
Crowdfunding	–	CHF 15'210
Site Internet		
Visiteurs mensuel	± 9'000	± 23'000
Visiteurs récurrents	± 25%	± 25%
Nombre d'interactions via le site (don, membre, partenaire...)	2	9 (+ 12 inscriptions LFM)
Médias		
Followers Instagram	410	870
Interactions en moyenne par post	15	9
Relations LinkedIn	–	740
Articles de presse	4	4 + 1 passage TV (CanalAlpha)
Application		Total
Téléchargement Apple	55	56
Téléchargement Android	84	24
Ateliers pédagogiques et événements		
Nombre d'ateliers construits	3	2 (total = 5)
Evénements réalisés	9	7
Dictionnaire de la Survie alimentaire	Août 2022 - juin 2024	
Livres distribués (vendus, déposés ou offerts)	± 750	± 150 (+ 150 en dépôt)
Nombre de commerces diffuseurs	91	56 (arrêt de 90% des librairies)



## 4. Rapport du trésorier

Nous clôturons l'exercice 2024 avec un léger excédent. Les recettes n'ont pas atteint le niveau espéré, mais l'essentiel a été préservé grâce à une gestion prudente et à des choix assumés.

**Recettes.** Le mix reste porté par les contributions publiques et les cotisations, alors que les ventes ont chuté. En revanche les prestations liées aux ateliers ont augmenté, confirmant leur potentiel : c'est une piste prioritaire pour stabiliser des revenus récurrents.

**Charges.** Deux blocs se dégagent. D'un côté, le fonctionnement (administratif, déplacements, formation) est resté au plus près des besoins, malgré quelques superflues (assurance...). De l'autre, la communication a été plus soutenue que prévu. Hors communication, la dépense demeure contenue.

**Investissements.** Nous avons ciblé ce qui soutient directement le terrain : amélioration des ateliers et consolidation du socle numérique (application, site) pour préparer le terrain aux projets « Packs d'animations » et « Local Food Maps ».

**Trésorerie.** Elle est restée sous contrôle, avec une tension ponctuelle en fin d'année liée au décalage entre certaines dépenses de communication et les encaissements. En revanche la dette continue de peser lourd dans le bilan.

**Points de vigilance.** La dépendance aux soutiens publics demeure élevée ; il nous faut accélérer la part de revenus autonomes (ateliers, ventes de prestations). Les coûts de communication doivent rester cadrés et mieux corrélés à des objectifs mesurables (contacts qualifiés, réservations, dons). La dette doit impérativement diminuer.



### Résultat d'exploitation 2024

Charges CHF			Produits CHF		
	Résultat	Budget		Résultat	Budget
Matériel ateliers CA	1 288,99	400,00	Vente dictionnaires	470,00	3 500,00
Impression index	156,70	0,00	Cotisations membres passifs	580,00	1 200,00
Stockage dictionnaires	107,00	150,00	Cotisations membres actifs	840,00	0,00
Droits d'auteur	78,00	550,00	Dons	726,72	1 500,00
Local Food Map	569,00	0,00	Contributions publiques	6 500,00	18 000,00
Salaire	80,00	0,00	Sponsoring	500,00	500,00
Formation continue / développement personnel	569,66	1 000,00	Vente prestations	300,00	350,00
Défraiements	115,20	500,00	Défraiement événements	300,00	300,00
Repas et sorties	1 459,95	1 000,00			
Charges d'administration	2 352,79	3 000,00	Total	10 216,72	25 350,00
Matériel de bureau	412,00	500,00			
Marketing	1 532,76	450,00			
Réajustement stock de livres	130,00	900,00			
Amortissements	744,22	350,00			
Total	9 596,27	8 800,00	Bénéfice	620,45	

### Résultat d'investissement 2024

	Résultat
Ateliers éducatifs	2 805,80
Aventure alimentaire	172,80
Grimoire	245,50
Quiz-i-Net	1 911,60
Théâtre des Papilles	475,90
Matériel publicitaire (frise)	63,55
Site web	135,15
Application	1 200,00
Total	4 204,50

## Bilan 2024

Actifs CHF		Passifs CHF	
Caisse	1 005,45	Créanciers	360,00
Banque	1 778,68	Dette Valentin Pasquier	26 632,44
Débiteurs	696,25	Droits d'auteur	1 020,00
Stock dictionnaires	9 412,55		
Mobilier (stand, grimoire)	1 599,49		
Machines et mobilier de bureau	667,34		
Ateliers éducatifs	5 713,55		
Matériel publicitaire	63,55		
Site web, application	9 251,39	Capital	2 175,81
Total	30 188,25	Total	30 188,25

## Rapport des vérificateurs de compte et changement de l'organe de révision

**Rapport des vérificateurs des comptes**  
Association Papille-ON pour l'année 2024

Les soussignés, Benartemi Toledo et Marie-Antoinette Pasquier, ont rencontré le trésorier de l'association Papille-ON en date 24 septembre 2025 pour procéder à la vérification des comptes de l'exercice comptable 2024.

Après un contrôle attentif des comptes et des pièces comptables, nous avons constaté l'exactitude de la tenue des comptes.

Nous proposons donc à l'assemblée générale d'accepter les comptes 2024 et de donner décharge au Comité.

Lieu et date  
Bellerue, le 24.09.2025

Les vérificateurs de comptes

Benartemi Toledo  


Marie-Antoinette Pasquier  


Dès 2025, l'organe de révision cessera d'être représentée par Benartemi Toledo et Marie-Antoinette Pasquier, tous deux trop proches de Papille-ON. Suite à un vote lors de l'Assemblée générale du 27 septembre 2024, ce sera le fiduciaire Mova Fidex qui assurera la vérification des comptes.

## Approbation des comptes et décharge du comité

Les comptes ont été approuvés et le comité déchargé lors de l'Assemblée générale du 27 septembre 2024.



## 5. Perspectives

### 1) Terminer le projet « Packs d'animations »

Pour assurer une rentrée d'argent régulière et sortir de la dépendance aux soutiens publics, il faut impérativement un déploiement massif des animations dans les structures de l'enfance fribourgeoises :

- Mettre en place un business model avec l'accompagnement de Compétences Bénévoles, pour clarifier l'offre, les prix et les canaux.
- Toujours avec Compétences Bénévoles, trouver des subventions publiques pour co-financer les interventions dans les écoles.
- Augmenter notre crédit et notre attrait auprès des écoles, notamment en développant un dossier pédagogique sur la plateforme *Friportail* et en utilisant les leviers décelés avec le Children's Food Education Lab.
- Élaborer un carnet de route pour prolonger l'impact des animations jusqu'à la maison, ainsi qu'un dossier d'accompagnement « clés en main » pour les enseignants.
- Continuer à travailler avec le Children's Food Education Lab pour maîtriser et influencer le système d'éducation à l'alimentation des enfants.

### 2) Sortie de la dette Papille-ON

Pour augmenter notre crédit auprès des bailleurs, il est urgent de sortir de notre dette (~26'000 CHF) contractée durant le rush des 3 premières années auprès principalement de Yulia et Valentin.

- Rachat du stock de Dictionnaire et d'une partie du matériel de cuisine par Valentin.
- Emploi d'une partie de l'argent du crowdfunding pour compléter.
- Révision du budget et suppression des frais structuraux excessifs (assurance, adhésion, etc.)

### 3) Continuité de l'identité Papille-ON : positionnement, message et communication

A l'aube de notre changement d'échelle, où nous passerons d'une « association de copains » (où tout était mené bénévolement) à une organisation influente qui sera rémunérée pour une partie de ses activités, il est important que l'équipe se positionne et travaille sur la continuité de l'identité Papille-ON. Cela permettra de garder l'équipe investie, de ne pas perdre nos fondements et de préparer le deuxième accompagnement de Compétences Bénévoles, axé sur la communication et notre image de marque.

- Exercice de team building introspectif lors de l'AG (*Papille-ON Serious Game*).
- Rédaction d'une charte, de documents de suivi et/ou de kit de présentation.

### 4) Migration de LFM vers OFN et recherche d'un projet de substitution

Pour ne pas perdre tout le travail effectué en réseautage tout en se dégageant des ressources pour le projet « Packs d'animations », la plateforme LFM devra migrer progressivement vers Open Food Network, en veillant à garder le référencement existant et notre influence dans le réseau. En accord avec le projet précédent et notre (nouveau) positionnement, un projet de substitution devra être proposé par l'équipe.

## 6. Remerciements

Un grand bravo à l'équipe Papille-ON pour l'incroyable travail de cette année et un immense merci à nos partenaires et mécènes pour leur confiance !

