

# Alimentation durable face aux enjeux sociaux et culturels

---

## 1. Quelle(s) politique(s) de prix pour l'alimentation durable ? Une AD accessible pour le consommateur et respectueuse des producteurs.

L'objectif de cet atelier est de proposer collectivement des orientations ou des modèles économiques permettant de rendre l'alimentation durable accessible. Le prix est souvent évoqué comme un frein majeur, est-ce à juste titre ? Si oui, Quelles solutions ont été proposées par les acteurs associatifs, publics et privés ? Sur quels facteurs faut-il intervenir, quelle(s) politique(s) mettre en place en tenant compte de la réalité des producteurs ?

### **Animateur :**

> Corentin Dayez ( Oxfam

**Rapporteur :** Joséphine Henrion

---

### *Discussion libre*

### **Questionnement / réflexion**

Est-ce qu'on parle de la Politique de prix de manière globale ? ou est-ce qu'on se limite à ce qui est à la portée de la région bruxelloise ?

Réflexion très générale :

- Mécanisme de déduction fiscale pour les magasins bio, avec impact sur la famille ? taxer le gras et le sucré ? est-ce que ce sont des mécanismes anti concurrentiel ?
- Index par rapport au panier de la ménagère, ne pourrait pas prendre en compte des produits durables ?

Parler du Prix et accessibilité sont des sujets différents ? on propose de reformuler le sujet de l'atelier. Reformulation de l'atelier: accessibilité de l'AD par rapport au cout

Est-ce que le prix est le principal obstacle ? ou est-ce que c'est une variable entre d'autres ?

Comment rendre l'AD moins chère et jusqu'à quel niveau de prix faut-il descendre pour la rendre attractif plus attractive que les produits conventionnels ?

Est-ce que les circuits courts compensent les économies d'échelle ?

Est-ce que si les circuits courts augmentent ça augmente la concurrence et du coup le bio va être moins cher ?

Questions autour de la grande distribution : même si on connaît les travers de la grande distribution est-ce que ce n'est pas un vecteur pour atteindre un max de gens ? alors il y a un rapport de force entre les centrales d'achats et les grandes distributions sur les producteurs. Ne faut-il pas une diversité des profils ?

Est-ce que le cout plus élevé est accepté pour le un gain de confiance sur les produits ? oui mais pour ceux qui sont au-dessus d'un certain seuil de pauvreté cet argument ne vaut pas pour le public précarisé

## Constats

Dans les épicerie sociales ce sont des produits de basse qualité parce qu'il faut des produits non périssables et ce sont des invendus.

Changement de comportement prend du temps.

En France UNITERRE : circuits courts entre les producteurs fragilisés d'une région et des épiceries sociales permet de mettre des produits frais. Les produits sont achetés aux producteurs et revendus moins chers aux épiceries sociales. Ce système garanti un revenu minimum pour les producteurs. La différence de prix est payée par des fonds publics

Aider financièrement les producteurs qui veulent se lancer peut être une solution : ça existe en Région Wallonne « aides à la reconversion vers le BIO »

Le fait que les producteurs vivent des subsides et sont donc dépendants d'une aide public peut être parfois mal ressentis par le producteur car il ne vit pas des revenus de son travail alors qu'il travaille dure.

On constate que quand il y a une différence de goût entre les produits durables et conventionnels alors les personnes précarisées sont prêtes à payer plus cher et acheter des fruits et légumes frais sur le marché. Pour certain produit il n'y a pas de différence gustative (farine, pate) et en plus les supermarchés propose ces produits de base à des prix très bas, donc les personnes précarisées vont les acheter dans les magasins de la grande distribution.

Pour les personnes précarisées le fait que ça reviennent moins cher de préparer soi même des repas à base de produits frais est un argument pour le durable.

Mais ne faut pas négliger le paramètre « temps » nécessaire pour préparer et le temps de faire les courses

### *Problème :*

1. Les gestionnaires d'épiceries sociales ne sont pas impliqués dans la dynamique de l'AD il donc manque d'offre AD, de plus les épicerie sociales sont tributaires des invendus et des dons alimentaires et c'est le plus souvent des produits non périssables et de mauvaises qualité.
2. La situation pour les producteurs est très difficile, le cout de production de produits bio sont élevés.
3. Contraintes liées à l'AD en plus du prix : freins logistiques + produits moins connus
4. Grandes distributions qui offre des produits de basses qualité et pas cher : les produits de base (farines, pates) sont vraiment moins cher dans la grande distribution
5. Le temps de préparer des produits frais peut être un problème.

### *Situations optimistes réalistes*

1. les produits bio moins cher que les produits conventionnel
2. Améliorer l'accessibilité des circuits courts partout dans les quartiers populaires (accessibilité physique) + d'épicerie sociales durables
3. Les gens ont une estime de soi, pas d'assistanat, ils retrouvent le plaisir de consommé
4. Des mécanismes solidaires sont mis en place
5. la grande distribution collabore avec les circuits courts(superficie minimum dans les supermarchés mise à disposition des GASAP)
6. Interdiction de intrant pétro chimique
7. 0% de bruxellois sous le seuil de pauvreté ; éradication de la pauvreté
8. RBC produit 30% de sa consommation alimentaire (en comptant l'auto production des habitants)

9. Augmentation du prix du pétrole
10. Régime alimentaire des bruxellois a changé
11. La grande distribution ne proposent plus que de l'AD
12. Tout le monde a saisi les enjeux de l'AD
13. Les jeunes impliqués dans les questions d'AD
14. Moyens de production écologique et intensive pour atteindre des économies d'échelle
15. Lien entre le producteurs et des consommateurs
16. En tant qu'individus pouvoir aller travailler chez un producteur en saisonnier et être rémunérer en fruits et légumes.
17. Conseil d'AD : lieu où on met tout le monde autour de la table (consommateur, producteur et distributeur) pour prendre les décisions liées à l'AD.
18. davantage de dynamique locale autour de l'alimentation (dimension collective, pour créer du lien, rassembler autour de l'AD)
19. programme UNITERRE en Belgique
20. plus de clichés sur l'alimentation durable

### *Propositions concrètes*

1. Mettre en réseau les groupes d'achats communs
2. Informer sur l'existence de tous les groupes communs
3. Créer une coopérative avec les invendus, marché couverts pour le public précarisé
4. Glanage organisé pour aller dans les champs des légumes qui n'ont pas été pris par le producteurs + distribution des produits glanés : dépasser les obstacles juridiques lié au droit du travail
5. Déduction fiscale pour les produits bio et la participation à des cours de cuisine durable ( // comme pour les transports) Inclusion de l'alimentation dans l'assurance obligatoire rembourser comme des soins de santé : allocation alimentaire universelle bio
6. Donner les moyens à la recherche d'étudier des solutions écologiques
7. développement de restaurants et épiceries à prix différencier et la différence serait payer par le public
8. diminuer la TVA pour les produits durables et augmenter la taxe sur la mal bouffe

### **De manière générale : Améliorer la situation sociale des ménages**

## 2. Quelle visibilité pour l'AD ?

Les initiatives et informations sur l'AD sont trop souvent méconnues des publics moins nantis parce que moins visibles et compréhensibles ou perçues comme secondaires face aux enjeux sociaux actuels. Par quels canaux donner accès à l'information, renforcer les capacités de changement de comportement et d'implication dans des projets collectifs de transformation sociale ?

### Animateur :

> Noémie Cheval (Culture & Développement)

---

### Rapporteur : Stéphanie Mantell

Participants et motivation pour contribuer à cet atelier:

- **Jeroen Smets** (Centre Social Protestant à Ixelles: ont déjà un resto social & collis alim, envisage GASAP social en 2014)
- **Marie Feller** (Etterbeek; comment toucher tous les publics)
- **MF Cartier** (Compagnons de la transition de WB, pas assez de place pour les immigrés)
- **Françoise Gauder** (Femmes d'Aujourd'hui; bénévole Espace Femme de Jette: ateliers cuisine)
- **Angelika Zapzalka** (Etudiante IGEAT Master lié au sujet)
- **Géraldine Thomas** (Agence immobilière sociale à Curreghem; Master économique et social, recherche de sujet de mémoire)
- **Carole Segers** (maison verte et bleu asbl, poids de supermarchés, organiser un "lobby" contrepoids)
- **Marcelline Bonneau** (indépendante; projets alim, blog recettes, master IGEAT visant typologie membres paniers bio & changement de comportements de consommateur)
- **Stephanie Bruyor** (Bouillon de cultures; contrat de quartier Coteaux-Josaphat, branche alim durable, travaille surtout avec les tous types d'adultespas jeunes; fort intérêt, confusion totale "durable" et "bio")
- **Amystelle Verhoest** (Citoyenne de Molenbeek, projets citoyen sur le parc Marie-José, comment y impliquer différents publics; comment faire ressortir le besoin des gens)
- **Dominique Nalpas** (Bouillon Malibrans: investir l'espace publique physique, de l'opinion, du débat politique, GASAP limite de la taille du groupe)

Travail en 2 sous-groupes

### Problèmes:

#### Barrières à la visibilité de l'AD

La visibilité s'achète – L'économie domine la visibilité

Matraquage marketing non-durable

Espace public (physique, créatif, de débat...) n'est pas assez investi (manque une épicerie qui met en avant un légume de saison, espace publicitaire) pour créer le débat

Outils de com AD pas assez visibles

Manque de normes sur l'alim durable et contestant l'alim non-durable

#### Barrières à la transmission directe des messages

Manque contact physique directe avec les personnes

Manque de temps pour communiquer ex: centre social qui communique déjà sur d'autres sujets prioritaire, qui fournit des collis alim, mais qui n'a pas le temps communiquer AD

#### Barrières à la réception de messages

Barrières linguistiques, manque d'accès à un ordinateur, pas de recherche proactive d'information

#### Barrières à la compréhension / au changement

Difficulté de compréhension de l'AD : critères contradictoires, complexité

Perception de flou – informations multiples, manque de transparence

Peur du surcout du bio et du durable en général

Peur de la différence

Confusion des termes

Difficulté sur la transparence du concept: arriver à synthétiser un concept plus; langage sophistiqué qui n'est pas toujours accessible

Comment dépasser les habitudes qui nous enferment

Inertie au changement de la gestion familial et manque de temp

Préférence pour un lieu de distribution unique et non multiple, facilité

Manque d'intérêt pour l'alim à la base

### *Vision*

#### Culture et habitudes

Culture du durable adopté par la population & la distribution

Dans les frigos de tous mes amis des produits locaux (pas de grandes marques)

Fruits & légumes de saisons adoptés (calendrier)

#### Offre exclusivement durable

Produits durables de proximité

Produits non-durable plus en ventes (pas de fraises en hiver; pas de poulet à 3EUR/kg)

Plus de crasses dans les distributeurs automatiques

Retour de petites épiceries avec production locales (moins de supermarchés)

Kermesses qui vendent des aliments des potagers bruxellois

#### Communication

Simplifier info – label unique

Publicité interdite ou autorisée en fonction d'un cahier des charges environnemental

plus de visibilité sur les fruits et légumes de saison

## Partage & implications

Partage des connaissances AD & entraide

solidarité directe, créer des liens

Plus de rencontres sur le marché: cuisine des invendus

plus de lien entre conso & prod:

jardins collectifs partout avec marchés d'échange

grandes bouffes

Plus d'acteurs impliqués, plus de capacité créative, plus d'espace de création

## Autoproduction

Balcons couverts d'herbe aromatiques

Culture locale collective & individuelle avec échange

Jardins collectifs participatifs

plus de potagers – pour communiquer les liens

tous les espaces utilisés pour la culture

Le retour du laitier de quartier (porte à porte – rencontre)

## Ecoles

Cours de cuisine et potagers dans toutes les écoles

## *Propositions concrètes*

### Conclusions présentées

- Parade Zinneke de l'alim durable (virtuelle et réelle qui touche toutes les pop et mobilise médias) 1 année sur 2
- Reconversion petites épiceries qui mettent en avant l'aliment local du mois (pancarte - présentation commerciale identique)
- Renforcer les ambassadeurs, essaimer, rayonner, effet multiplicateur. Partir d'eux et de leur expérience pour toucher d'autres personnes
- Ecoles: Généralisation potagers & cours de cuisine (à tous les niveaux) comme cours d'éducation sexuelle; Utiliser et renforcer les antennes existantes PMS – IMS éducation à la santé; opération graines au printemps
- Maison/Guichet de l'AD bien accessible pour répondre aux questions type guichet de l'énergie; point d'information & de savoir avec cuisine (en parallèle aux restaurants d'économie sociale / récupération d'invendus)
- Que le réseau de l'associatif prospère (Travailler via les groupes de femmes et associations)
- Débat sur les normes sur l'AD et la publicité (Créer des normes visibles: "Non à cette pub, Oui à...., Non à ce magasin BIO green washing vs Bio durable")
- Charte accessible pour définir l'AD à laquelle on peut adhéser (RABAD) visible fédérateur (type charte "good food" de Bristol)

### Autres éléments exprimés

Communication en fonction des besoins et des envies

Communication à sens multiples (pas que top-down)

Susciter des initiatives solidaires et volontaires

Investir les réseaux sociaux, pétitions, buzz.fr, débat

Image: Manger 1 pomme C cool

Introduire les aliments d'ailleurs pour les familles immigrées

Priorité politique AD pour dégager temps et ressources pour communiquer

Inclure AD dans les compétences des autorités publiques

### 3. Quel(s) rôle(s) et quelle(s) responsabilité(s) des différents acteurs dans l'accompagnement des publics ?

Les projets qui relient l'AD à la question sociale et culturelle mettent en place en général des modèles innovants où de nouvelles alliances sont à créer. Acteurs associatifs, acteurs publics, citoyens, comment nous situer et nous responsabiliser dans une démarche commune ?

#### **Animateur :**

> Arnaud Bilande (Periferia asbl et Animation Quartiers Durables)

---

**Rapporteur :** Pascale Alaïme

Les participants à l'atelier sont principalement des représentants du monde associatif, sauf deux représentants de communes.

*Tour de table* - premiers constats de chaque participant :

Problèmes :

- Quelle place pour l'action de chaque association ?
- Comment sortir du cercle des publics déjà convaincus ? Aller vers les plus précarisés, mais aussi toucher le monde de l'industrie et de la grande distribution ?
- Il faut donner plus de visibilité au rôle de chaque acteur et mettre les différentes actions en réseau
- Le financement public reste indispensable

Constats :

- Responsabilisation des acteurs, tant dans leur milieu professionnel qu'en tant que consommateur
- Il faudrait travailler en réseau pour partager les expériences
- Nécessité de plus de transversalité dans les politiques publiques
- Faciliter les conditions de soutien public aux initiatives citoyennes (ex : occupation à titre précaire de terrains, ...)
- Comment amener l'information transmise aux publics moins favorisés ?
- Besoin de lieux de rencontre entre les acteurs pour sentir qu'on ne travaille pas seul et faciliter la mise en réseau
- On ne connaît pas bien le public à toucher : on travaille souvent en "Top – Down"
- Lourdeur des procédures

Le groupe se divise en 2 tables : "Pouvoirs publics" et "Associations et citoyens" – chaque sous-groupe recherche le rôle de l'acteur.

#### Table A - Pouvoirs publics

Rôles :

- Financement
  - Mise en réseau des acteurs associatifs
  - Diffusion de l'information sur les projets :  
il faut profiter des structures existantes pour diffuser l'information :
    - Les Quartiers durables
    - Les Agendas 21
    - Les Contrats de quartier
    - Les Comités consultatifs
- On peut aussi profiter des moments organisés dans la commune :



- Le Plan Hiver (ouverture de chauffoirs, distribution de soupe chaude)
- Les plaines de jeux d'été
- Rassembler les acteurs de différents horizons
- Les communes peuvent inclure des conditions favorables dans les procédures, où à l'inverse des clauses contraignantes
- Utiliser les marchés publics en y introduisant des clauses durables pour améliorer les aliments proposés dans l'administration
- Echange d'expérience entre les fonctionnaires des différentes communes (réseau des éco-conseillers, réseau des Agendas 21)
- Difficultés d'action liées aux volontés politiques

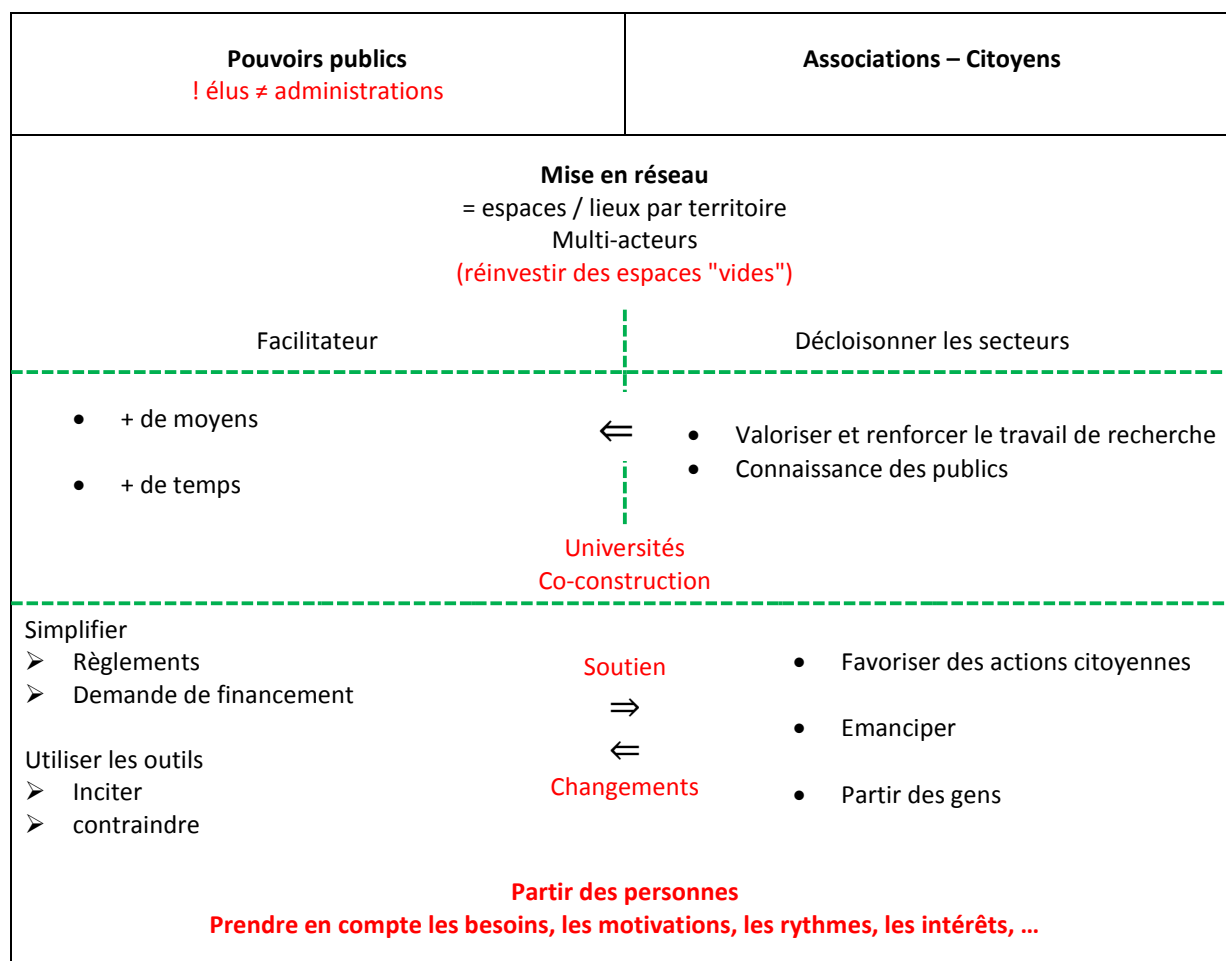
#### Table B – Associations

Rôles :

- Partir des gens et de leur besoins plutôt que des habitudes de l'assoc
- Décloisonner les compétences :
  - Impliquer la recherche (universités)
  - Croiser les savoirs
  - Donner plus de temps (donc de l'argent)
- Créer des lieux de rencontre
- Partir des lieux déjà vivants (lieux de travail, lieux de vie, ...)
- Formation continue des animateurs

#### Conclusion : Besoin de transversalité entre acteurs

Tableau présenté en plénière :



**Propositions concrètes :**

- Echange d'information - Mise en réseau entre acteurs de même type et aussi entre association et pouvoirs publics - Nécessité de dialogue
- Utiliser les outils réglementaires des pouvoirs publics pour contraindre / inciter / aider les démarches d'AD (faciliter les demandes de financement, inclure des obligations dans les dossiers de permis, faciliter l'accès aux terrains disponibles, ...)
- Faire repartir les actions associatives des besoins des gens et plus des habitudes de travail

#### 4. Quelle(s) articulation(s) entre toutes les initiatives locales et régionales et pour quelle(s) finalité(s) ?

De nombreux projets émergent à Bruxelles au niveau local en AD , soit à l'initiative de citoyens, d'associations ou de pouvoirs publics locaux ou régionaux avec une dimension sociale et culturelle plus ou moins présente. Peut-on dire que ces projets renforcent réellement l'AD au niveau régional, ou sont-ils simplement des niches ? Faut-il les articuler ?

##### **Animateur :**

> Antonin Castel (Service Rénovation Urbaine Ixelles – Réseau des GASAP)

**Rapporteur :** Joelle Van Bambeke

##### *Tour de table*

- AVCB : a fait diagnostic communes & CPAS , beaucoup de points liés à la thématique du jour.
- CNCD : des actions locales répondent à des attentes locales / niv régional : pas seulement soutenir, mais plus travailler sur le modèle qui pose problème (comme la publicité dans l'espace public). Lien RAWAD : renforcer les choses qui manquent dans les villes entre producteurs et cantines (ex plates formes d'achats)
- Les compagnons de la transition WB : inventaire de ce qui existe et qu'il faut articuler. Carence : absence des mouvements sociaux revendicatifs. Articulation vis-à-vis de la production, réflexion sur la place de l'agriculture urbaine, comment construire les articulations au niveau local, puis entre les différentes communes, puis à l'échelle régionale, comment construire des ponts avec les niveaux de pouvoirs au-dessus
- Association 21 : qui articuler ? beaucoup de petites structures existent, comme rien que les quartiers durables/contrats de quartier -> + solidarité interrégionale à valoriser (après les élections). Quelle articulation avec les acteurs économiques (genre sodexo -> les autres ?)
- 21 solutions - quartier durable : manque les acteurs de l'agriculture – partir des besoins des agriculteurs
- RCR : essaie de réseauter les actions locales. Il y en a de plus en plus ;
- Groupe one : faire le lien avec initiatives professionnalisantes
- Personne qui suit un Certificat agro écologie /ULB : faire remonter les besoins vers la recherche
- RDC : voir comment l'énergie des citoyens peut être utilisée à un autre niveau
- Molenbeek : voudrait mettre en place un projet, essaie de voir les partenaires potentiels
- XL : les communes auraient à gagner à travailler de manière transversale participative, plus de liens au niveau local avec les acteurs locaux
- Anthropologue sociale : fait des reportages d'initiatives existantes, voudrait cartographier – problème des initiatives locales et régionales = manque de visibilité

##### *Discussion*

##### **Freins**

- Manque de diagnostic, connaissance locale

- Peu de prise en compte des réalités des acteurs locaux ou régionaux
- Trop d'info existe, trop de réseaux « entre nous »
- Méconnaissance des publics, on parle de publics qu'on ne connaît pas vraiment
- Manque de connaissance de structures, groupes qui peuvent porter des dynamiques
- Manque de visibilité des acteurs citoyens : comment s'identifier, en tant que citoyen –au niveau de responsables locaux ?
- La politique AD n'est pas prise en compte par les politiques locales/régionales
- Règles de l'AFSCA

#### Leviers

- Citoyenneté émerge de plus en plus – commune acteur important vis-à-vis des citoyens

#### **Actions envisagées**

- réseautage avec d'autres gens, d'autres lieux, recréer des rencontres « dans la rue », entre réseau de différents tissus / Maillage, networking local entre différents type de projets/acteurs
- Mettre en lien au niveau local des personnes isolées (lieux, espaces, moments)
- Partage méthodologique
- Donner une visibilité à ce qui existe
- Accessibilité produits et culture (sys de représentation), sensibilisation de personnes qui ont d'autres préoccupations, mettre en place structures pour avoir temps pour agir dans alim
- Solliciter les Acteurs économiques : ex horeca – rôle de la région car énorme pour une commune, dans la transformation de ce qui existe
- Utiliser les Monnaies complémentaires ???ou trop bobo ???
- Lien R FI, ceinture péri urbaine
- Expérimentation de production dans la ville
- Développer une image plaisir plutôt que contrainte de l'AD, image sexy /définir comment parler d'AD
- Créer un marché fermier
- Mettre/imposer dans les cahiers des charges des clauses durables
- Volontarisme pour empêcher l'invasion de vies par multinationales et investisseurs genre shopping géants aux portes de la ville – garder de la vie dans les quartiers – contradiction noyaux commerciaux / monstres commerciaux
- Repérage des potentialités, définir les objectifs, définir la fonction de la ville : aussi nourrir
- Négocier avec les autres régions
- Développer un programme social de type épicerie sociales, subsidiée avec des sous pour diminuer le cout pour gens qui en ont besoin
- Localisme – relocalisation de la production alimentaire
- mieux connaître les publics avant de développer des outils, adaptation au public des politiques
- répondre à la demande de publics précarisés d'avoir des terrain à cultiver

#### **Vision « 2020 »**

##### Région

- Fixer des objectif à atteindre

- o par ex « 5% (ou 1/3 pour d'autres) de production locale » (=régionale Bxl)
- o Apport alimentaire : 100% d'agroécologique
- o 19 outils de type marchés fermiers + hub logistique
- Développer un programme régional du type Uniterres (prog social, soutien au producteur + au public qui en a besoin) – voir journée association 21
- Développer une criée agro paysanne – adaptée aux petites productions (ou réforme du marché matinal)
- Reconnecter Bruxelles à sa ceinture péri urbaine productive
- Articuler les producteurs dans des circuits court
- Adopter une lois sur les invendus alimentaires
- Développer des espaces marchés fermiers
- Faire des appels à projet pour répliquer des initiatives prometteuses
- Impliquer des producteurs dans des collectivités
- Développer un programme « ceinture alimentaire » pour Bxl
- Développer une vision urbanistique compatible avec AD (RRU)
- Mettre en place un Comité interrégional sur AD
- Intégrer la production dans la construction

#### Local

- Développer la culture vivrière sur toiture
- Redéploiement de l'agriculture urbaine
- Développer des épiceries sociales coopératives
- Faire se rencontrer les écoles et associations pour projets qui incitent au développement culture citoyenne responsable
- Aménager des espaces de production/vente/transformation en cohérence AD et économie sociale

## 5. Quelles méthodologies éducatives, émancipatrices à mettre en place avec ce public cible ?

Différents acteurs en Région bruxelloise abordent la question de l'AD avec leur public de manière spécifique en fonction de leur mission, de leur approche, du lien qu'ils ont avec ce public. Quels outils, méthodes, dispositifs et expérimentations favorisent la mise en place de changements concrets au niveau individuel et collectif ?

### **Animateur :**

> Muriel Vandenberght (Equipes Populaires)

**Rapporteur :** Quentin Crespel

---

### *Problématiques soulevées*

L'alimentation est très souvent un point d'attache culturel, comment respecter les habitudes culturelles en introduisant des pratiques plus durable ?

Nous avons peu de connaissance sur les réalités alimentaires des publics précarisés ? Comment mieux connaître ces réalités ?

Comment passer de consommateur à consom'acteur ? Question liée au « geste » de consommer, lié à la présentation de Martin Biernaux. Comment faire prendre conscience aux consommateurs des messages qu'ils font passer ?

Comment réconcilier le rythme des projets associatifs et le rythme des subsides ? Afin d'avoir des projets s'inscrivant sur le long terme, Comment simplifier les procédures administratives ?

Comment impulser une dimension « durable » dans les projets d'auto-crédation d'entreprises ? ( Restaurants, Snack, Kebab,... )

Comment valoriser les connaissances pratiques du public multiculturel/défavorisé ? Comment les mettre en contact avec les organisations accompagnant la création d'entreprises, le développement de projet ? Comment sortir de l'occupationnel, concrétiser des projets avec le public cible ?

Comment créer une filière de formation professionnelle reconnue, afin de valoriser le public ? Aller au-delà de l'occupationnel, pouvoir valoriser le public, reconnaissance.

Comment évaluer les projets ? Les résultats sont sur le long terme, faut-il définir des indicateurs quantitatifs/qualitatifs communs ?

Comment fidéliser le public, comment réussir à autonomiser les projets ?

### *Situation optimiste réaliste :*

Bénéficier de plus de temps, financement pour le projet, que les subsides soient pensé en terme de programme sur le long terme et qu'ils ne doivent pas s'ancrer dans un timing strict. Une facilitation des procédures administratives et de subvention est indispensable.

Créer un système de formation et d'éducation continue pour les animateurs.

Favoriser les contacts intersectoriels, former des équipes multidisciplinaires. Avoir une plateforme d'échange efficace, facilitant les ponts entre acteurs de terrain, expert,....

Avoir une meilleure implication des média, une charte graphique pour tous les projets de l'AD, similaire a la SERD « Ici on participe » mais a plus grande échelle.

Organiser la valorisation des projets, les célébrer, les faire connaître, via l'organisation d'award régulier.

### *Pistes d'actions concrètes*

#### *Politique et institutionnel*

Organiser le financement des associations sur des périodes plus longues et simplifier les procédures administratives. Financer un « programme » plutôt que projet par projet.

Mettre en place une formation certifiante en Alimentation Durable, orientée restauration durable (inexistante à l'heure actuelle). Penser à un mode de reconnaissance officiel, un diplôme pour avoir suivi des cycles liés à l'AD.

#### *Associations*

Mettre en place des partenariats, favoriser les rencontres d'acteurs via la création d'une plateforme d'échange et d'une cartographie.

#### *Outils*

Créer une animation, un jeu afin de mieux connaître la réalité de son public, sortir des préjugés.

Afin de valoriser les personnes qui ont pris part au projet mettre en place un système de « lettre de recommandation ».

Organiser l'accompagnement des associations pour répondre aux programmes européens, cela permet d'avoir des financements plus importants et sur le long terme.

Créer une « boîte à outils » consacrée à l'alimentation durable, projet similaire au Réseau ID, avec tant les aspects « fiches actions », répertoire des formations,...

## 6. Comment amener un questionnement sur l'alimentation durable et un passage à l'action chez les jeunes ?

Étudiants, jeunes diplômés en recherche d'emplois, adolescents ou jeunes travailleurs, les contextes d'intervention pour sensibiliser les jeunes à l'AD sont multiples et variés, quels outils et dispositifs pour accrocher la jeunesse ?

### **Animateur :**

> Elise Herlin

**Rapporteur :** Roxane Keunings

### *Problématiques soulevées*

- Ad n'est pas une priorité pour les jeunes défavorisés : pas le temps, pas l'envie, ne m'interpelle pas du tout. Cela est principalement du à :
  - Un manque de connaissance
    - Qu'est-ce que l'AD, quel lien entre mon assiette et l'environnement, ma santé, mon budget ?
    - Que puis-je faire d'autres, quels autres choix se présentent moi ?
  - L'inexistence de l'intégration sociale de l'AD : les jeunes sont très soumis à la pression du groupe, au sentiment d'appartenance, à la pression marketing. Or l'AD est totalement absente de ces sphères
- Il n'y a plus de transmission intergénérationnelle : la pratique intrafamiliale de l'alimentation, le plaisir de cuisiner, de partager un repas se perd. On n'apprend plus la cuisine ni à l'école, ni à la maison
- Les plus jeunes n'ont aucune autonomie en alimentation : c'est les parents qui achètent tout. Le peu qu'ils achètent, c'est avec très peu d'argent et souvent avec une offre très limitée aux abords des écoles
- Pour les plus grand, qui commencent à avoir une autonomie, premier boulot, kot, ... l'alimentation passe à l'arrière-plan loin derrière les fiesta, les télécom, les activités, etc

### *Situation optimise en 2020*

- Il y a une plus grande offre en AD accessible et visible pour les jeunes
- Le vegy day est généralisé et entré dans les mœurs
- Les politiques ont pris les choses en main :
  - Le junk food est interdite dans un certain périmètre des écoles
  - Il y a un étiquetage clair qui permet aux consommateurs de devenir acter en connaissant clairement la provenance des aliments
  - Il y a une commission « AD » opur controler les publicité alimentaire (comme il existe une commission pour les médicaments)
- Les jeunes sont mis en valeur par rapport à leur actes en matière d'AD, au lieu de toujours mettre en avant ce qu'ils ne font pas bien



- L'AD est redevenue prioritaire et pas annexe : occasion familiale, de partage, d'apprentissage, de curiosité, de plaisir
- Les jeunes sont devenus acteurs de leur alimentation, ils savent faire les choix, ils savent cuisiner, être critique vis-à-vis des médias

### *Propositions concrètes*

Rmq : on travaille sur « or scolaire » mais le plus important est de poursuivre le travail au sein des écoles : établir des liens directs entre les cantines des écoles et les élèves (cogestion), rétablir des cours de cuisines, poursuivre les potagers au sein des écoles), former les futurs profs

Les propositions se focalisent sur

- une plus grandes visibilité de l'AD
  - bus alimentaire qui offre des animations en AD. Ce bus pourrait être présents à des événements, des festivals, proposer des dégustations, permettre de transporter des jeunes à leur colonie, leur camp scout, leur classe verte tout en faisant une sensibilisation à l'AD
  - rendre visible l'ad en proposant un buzz spécial jeunes : en parlant leur langage en utilisant leurs outils (facebook, smartphone qui peut scanner des produits et recevoir l'info AD, ...) en faisant appel à des référents (stromae) tout en jouant sur leur valeur : liberté, autonomie et indépendance
  - multiplier les contact jeunes et production alimentaire en exploitant tous les terrains vagues pour les cultiver avec les jeunes, en multipliant et promotionnant les séjours et stages à la ferme
- une augmentation de l'offre en produits alternatifs
  - créer un label « snack ou mitraillette durable » autour des écoles. Ce serait un projet similaire aux cantines mais centré sur les snack proches des écoles
  - développer une offre via des foodtruck (restaurants ambulant) qui proposent une nourriture attractive pour les jeunes et AD. Ces foodtruck pourrait être présent aux abords des écoles, des clubs de sports, à la sortie de ciné de lieu de soirée
  - développer plus de magasins bio et les rendre visible
- une législation plus « pro AD » et contre « junkfood »
  - au sujet de la publicité alimentaire : contrôle via commission, voir interdiction comme dans certaines villes
  - limitation de l'offre près des écoles
  - un meilleur étiquetage