



Réunion thématique du 6 février 2023

Quels axes de travail les plus efficaces pour **sensibiliser** le consommateur à l'impact de ses pratiques alimentaires sur sa **santé**, et à la consommation de **produits locaux** ?





Le Département de la Lozère
a été labellisé
**Projet
Alimentaire
Territorial**
en juin 2021,
avec le soutien financier de



I. INTRODUCTION : LE CADRE DE LA RÉUNION

• **Contexte et objectifs**

Dans le cadre de l'émergence du Projet alimentaire de Territoire de la Lozère, une série de réunions thématiques est lancée afin de recenser, à dire d'experts les pistes de solutions à mettre en place sur des enjeux identifiés au cours des précédentes concertations (questionnaire en ligne notamment).

Ces réunions regroupent un large panel d'acteurs en lien avec l'alimentation, autour de 4 axes et de 8 thèmes :

AXE 1 – DÉVELOPPER L'OFFRE DEMANDÉE

1. Quels axes de travail prioritaires pour développer l'**offre maraîchère** en Lozère ?
2. Quels axes de travail prioritaires pour permettre aux porteurs de projets agricoles d'avoir accès au **foncier** en Lozère ?
3. Quelles attentes et quels besoins vis-à-vis des **outils de transformation agro-alimentaires** ?

AXE 2 – DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ FINANCIÈRE DE L'OFFRE

4. Quels axes de travail prioritaires pour permettre aux personnes en situation de **précarité alimentaire** d'avoir accès à une alimentation composée de produits locaux et bonne pour leur santé ?

AXE 3 – DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE DE L'OFFRE : la disponibilité des produits locaux au sein des différents distributeurs alimentaires

5. Quels axes de travail prioritaires pour développer l'approvisionnement des **commerces alimentaires** en produits locaux ?
6. Quels axes de travail prioritaires pour développer l'approvisionnement et l'utilisation des produits locaux dans les **restaurants (commerciaux et collectifs)** ?
7. Quels axes de travail prioritaires pour développer la **logistique** des produits locaux ?

AXE 4 – DÉVELOPPER LA DEMANDE

8. Quels axes de travail les plus efficaces pour **sensibiliser** le consommateur à l'impact de ses pratiques alimentaires sur sa **santé**, et à la consommation de **produits locaux** ?



Le Département de la Lozère
a été labellisé
Projet
Alimentaire
Territorial
en juin 2021,
avec le soutien financier de



• Méthodologie

Chaque réunion suit la méthode dite « du double diamant », qui consiste à comprendre un problème et identifier des solutions en mobilisant l'intelligence collective. Elle se compose de 4 phases qui permettent d'explorer le sujet dans toutes ses dimensions avant de proposer des solutions pertinentes. C'est une méthode adaptée aux sujets systémiques, tels que l'alimentation car elle permet :

- Une meilleure compréhension du contexte, des problèmes, et de leur systémie
- La libération de la créativité lors de la divergence, structuration lors de la convergence
- Des solutions plus adaptées, plus systémiques

Les 4 phases sont une alternance d'étapes de divergence et de convergence d'idées :

1. L'exploration du sujet dans toutes ces dimensions (divergence autour de la définition des termes, du contexte, les questions à se poser, les données à collecter, les enjeux, les acteurs concernés, les thèmes sous-jacents, les outils à mobiliser...)
2. La problématisation ou **formulation du défi** (convergence) : le groupe se met d'accord sur le problème qu'il faut traiter
3. Propositions de pistes de **solutions** : divergence, profusion d'idées
4. Priorisation et approfondissement des solutions (convergence vers un plan d'action)

Pour chaque réunion, l'intention est d'atteindre le début de la phase 4.

• Participants

1. Agence Régionale de Santé d'Occitanie, Madame Christelle MOULIN, Gestionnaire - Pôle Animation des politiques territoriales de santé publique
2. Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne de Proximité du Gévaudan ,Monsieur Alexis AMARGER, Président
3. Auberge du Moulin, Madame Sophie CORREIA, Gérante
4. Biocoop La Claire Fontaine, Madame Juliette CLAVEL, Associée
5. Caisse Commune de Sécurité Sociale de la Lozère CCSS, Madame Maryline ROUJON, Conseillère Thématique en charge de Prévention
6. Chambre d'Agriculture de la Lozère, Madame Pauline FALLOT, Conseillère circuits courts
7. Chambre de Commerce et d'Industrie de la Lozère, Madame Elodie CHARBONNIER, Conseillère d'entreprise
8. Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Lozère, Madame Françoise GRAVIL, Responsable commerce agro-alimentaires
9. Communauté de communes du Gévaudan, Madame Delphine SALSON, Éluée référente au contrat local de Santé
10. Communauté de communes du Haut Allier, Monsieur Laurent ADJIOU, Chef de projet PAT du Haut Allier
11. Conseil départemental de la Lozère, Madame Anne TARDIEU, Directrice



- adjointe de la Direction de l'Ingénierie, de l'Attractivité et du Développement, DIAD
12. Conseil départemental de la Lozère, Madame Carine BONNET, Chargée de mission circuits courts
 13. Conseil départemental de la Lozère, Monsieur Guillaume DELORME, Directeur de la Direction de l'Ingénierie, de l'Attractivité et du Développement, DIAD
 14. Contrat Local de Santé du Haut Allier, Madame Mara BRUN, Animatrice
 15. Fédération des Foyers Ruraux de Lozère, Madame Olaje ALVARCZ, Coordinatrice
 16. GAEC BRUN, Madame Marie-Claude BRUN, Agricultrice
 17. GAEC FP TARDIEU, Monsieur et Madame Florence et Philippe TARDIEU, Exploitants agricoles
 18. Hyper U Mende , Monsieur Jean-Michel BRUN, Directeur
 19. Instance Régionale d'Éducation et de Promotion de la Santé (IREPS), Madame Claire MASSON, Animatrice
 20. Jardins de Cocagne de Lozère, Pauline SABIROU, Animatrice EED
 21. La croix Rouge, Madame Chantal POYETON, Présidente Unité Locale de Mende
 22. La croix Rouge, Monsieur Sidi-Yacoub Khaled, Stagiaire bénévole
 23. Mutualité Française Occitanie, Madame Laurence ROBERT-DUBOIS, Responsable Activité Prévention et Promotion de la Santé Aveyron et Lozère
 24. Point Accueil Installation, Madame Christine BEAUMEVIEILLE, Chargée de mission
 25. Réel 48, Madame Sandrine CENDRIER, Co-directrice

• **Excusés**

1. Délégation Tarn-Aveyron-Lozère du Secours Catholique, Madame Christel ROUMIEU, Animatrice de réseaux de solidarité
2. Délégation Tarn-Aveyron-Lozère du Secours Catholique, Madame Maguelone BERTRAND-TROUVE, Animatrice de réseaux de solidarité
3. Fédération Nationale des Associations de Directeurs d'Établissements et Services pour Personnes Âgées (FNADEPA), Madame Gaëlle QUEMARD, Présidente
4. Lozère Développement, Madame Delphine OUSTRY, Chargée de Mission Agroalimentaire et marque collective de Lozère
5. Moulin de la Vernède, Monsieur MAURIN Pierre, Co-gérant
6. SÈVE'N ZEN, Madame Anne PRAGOUT, Productrice de PPAM et transformatrice
7. Soins de Suites et de Réadaptation (SSR) Pédiatrique Les Ecureuils, Madame Mélanie PLANCHON, Diététicienne

• **Compte rendu**

Ce compte rendu propose 2 niveaux de lecture :

1. Une synthèse de la réunion
2. Un compte rendu retranscrivant les productions de la réunion



II. LA REUNION EN SYNTHESE

• **Le constat :**

De nombreuses initiatives existent. Il y a un besoin de les rendre plus visibles, et de coordination entre celles-ci et entre les différents acteurs.

• **Le défi formulé par le groupe :**

« Comment permettre la prise de conscience, la compréhension et le passage à l'action pour une adoption durable d'habitudes alimentaires conscientes et choisies, sachant que :

- Il manque des informations claires, coordonnées, véridiques, ainsi que de l'appropriation de ces informations par les consommateurs
- Il y a un manque de production agricole
- Il y a un cadre réglementaire à respecter
- Il faut fournir des efforts individuels
- Il y a des lobbies »

• **Les pistes de solutions prioritaires proposées :**

1. Créer une application pour :

- répertorier toutes les initiatives
- voir quel pourcentage de son panier d'achat est local
- valoriser la consommation locale de manière ludique (défis / collecter des points...) ou par des réductions

2. Diffuser de l'information sur la santé, l'alimentation et les producteurs dans la presse locale :

- Entrer dans la feuille de route de la presse locale pour pouvoir les contacter plus facilement, dans l'idéal avoir une page dédiée à ces sujets dans chaque parution
- Créer un groupe d'acteurs du PAT

3. Améliorer la coordination entre les acteurs oeuvrant sur la sensibilisation du consommateur

4. Organiser des événements de promotion de l'alimentation saine et locale

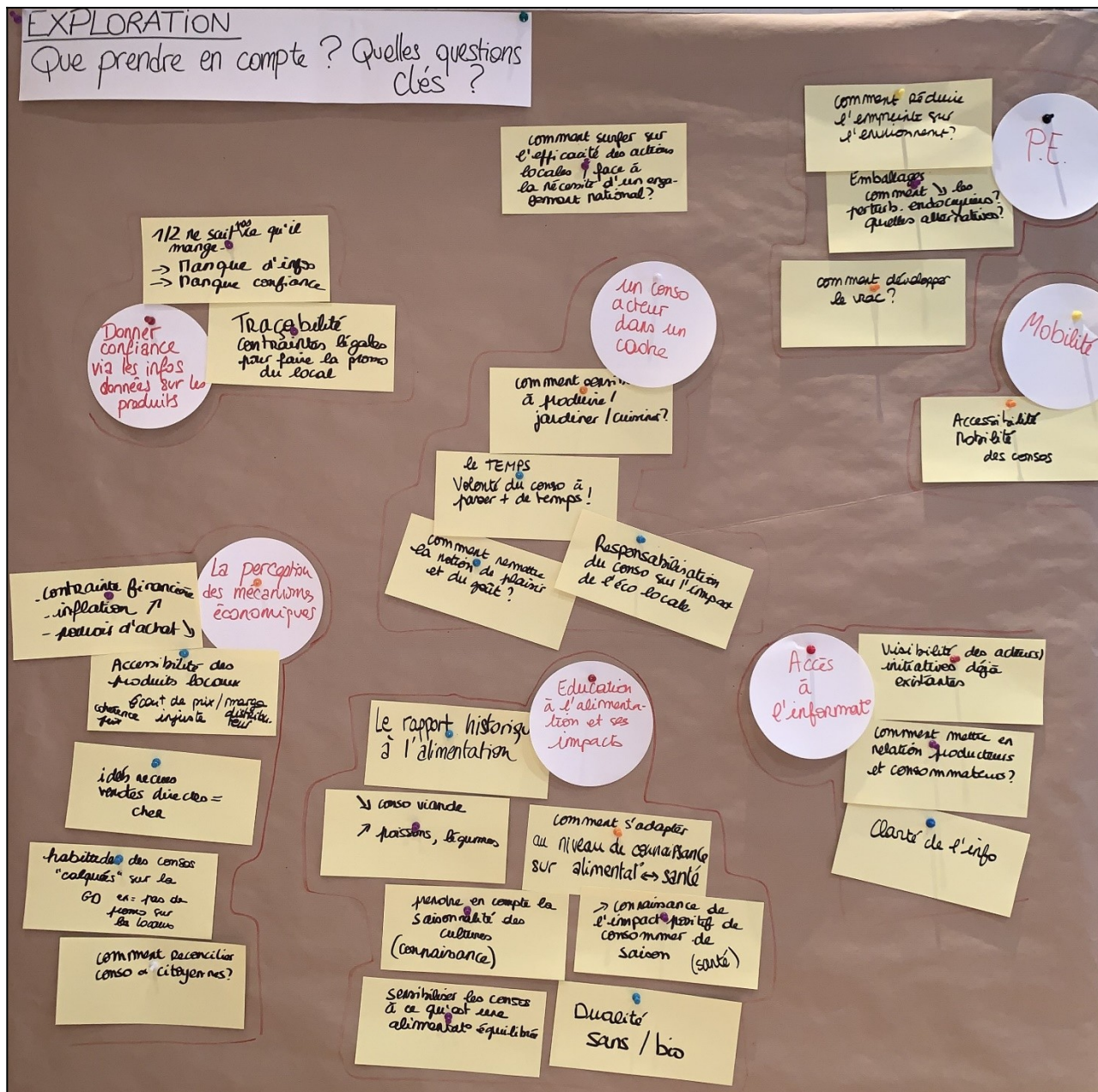
- Qui soient ludiques
- Qui permettent de faire du lien entre les acteurs
- Qui permettent plus de rencontres entre consommateurs et producteurs
- Multiplier ces événements
- Et les pérenniser



III. LA REUNION EN DETAILS

1. EXPLORATION DU SUJET

Les participants ont fait émerger 7 thèmes à prendre en compte en lien avec la sensibilisation du consommateur à l'impact de ses pratiques alimentaires sur sa santé, et à la consommation de produits locaux.



Les sujets à prendre en compte lorsqu'on parle de la sensibilisation du consommateur à l'impact de ses pratiques alimentaires



Retranscription et explicitation des idées proposées :

- **« Enjeu de confiance vis-à-vis des informations données sur les produits (étiquettes) »**

- La moitié des consommateurs déclarent ne pas savoir ce qu'ils mangent.
- Mentions légales sur les étiquettes pas forcément adaptées pour la bonne compréhension du consommateur de ce qu'il mange

- **« La perception des mécanismes économiques par le consommateur » :**

- Le consommateur n'a pas connaissance des mécanismes qui influencent les prix
- Son consentement à payer peut être biaisé par ses habitudes de consommation en grande surface (priorisation des promotions par exemple, qui n'existent pas forcément pour les produits locaux / les autres systèmes de distribution)
- Prix des produits locaux parfois trop élevés
- Idées reçues : les produits en vente directe sont plus chers
- La personne hors d'un magasin est un citoyen, qui va déclarer vouloir consommer local. La personne en magasin est un consommateur, qui va acheter ce qui lui fait plaisir et/ou ce qui coûte le moins cher. Comment réconcilier le « citoyen » qui rentre dans le magasin, et le « consommateur » qui en ressort ?

- **« Un consommateur acteur dans un cadre de contraintes externes »**

- Comment inciter le consommateur à jardiner, cuisiner... ? Comment avoir la volonté de passer plus de temps autour de son alimentation en ayant des contraintes externes propres (temps disponible) ?
- Comment remettre la notion de plaisir et de goût au cœur de ses préoccupations ?
- Comment être responsabilisé sur l'impact de ses choix alimentaires sur l'économie locale ?

- **« L'éducation à l'alimentation et à ses impacts »**

- Prendre en compte le niveau de connaissance sur l'alimentation, son lien avec la santé, sur la saisonnalité
- De nouveaux termes arrivent : les « sans » (sans gluten, sans phytosanitaires...), là où avant il n'y avait que le « bio »

- **« L'accès à l'information »**

- Le consommateur n'a pas toujours connaissance des initiatives, des acteurs, des producteurs qui l'entourent
- Ou alors l'information est abondante et perd complètement le consommateur qui n'arrive pas à se l'approprier
- => enjeu d'accès à une information claire

- **« La mobilité »**

- La nécessité de se déplacer peut contraindre l'accès aux produits locaux pour les personnes non ou peu mobiles

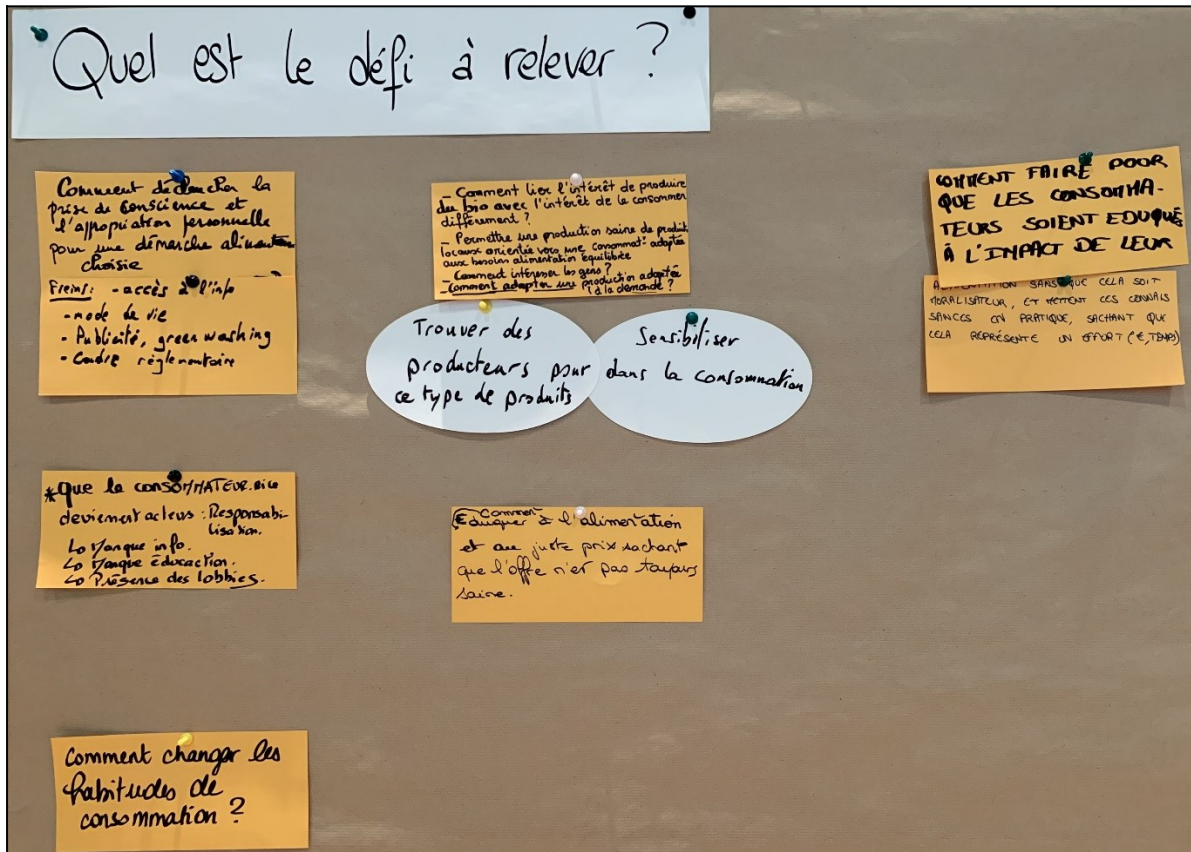
- **« Les perturbateurs endocriniens (PE) »**

- Les perturbateurs endocriniens impactent l'environnement et la santé humaine. Ils sont présents dans les aliments et également dans les emballages. Comment réduire la quantité de perturbateurs endocriniens ingérés par chacun ?

Une remarque a été ajoutée sur le fait que la question dépasse le cadre local et

s'inscrit aussi dans un cadre national sur lequel les acteurs locaux n'ont pas de moyen d'action.

2. FORMULATION DU DÉFI



Les défis proposés par les 6 sous-groupes constitués

Le groupe a formulé le défi suivant :

Comment permettre la prise de conscience, la compréhension et le passage à l'action pour une adoption durable d'habitudes alimentaires conscientes et choisies sachant que :

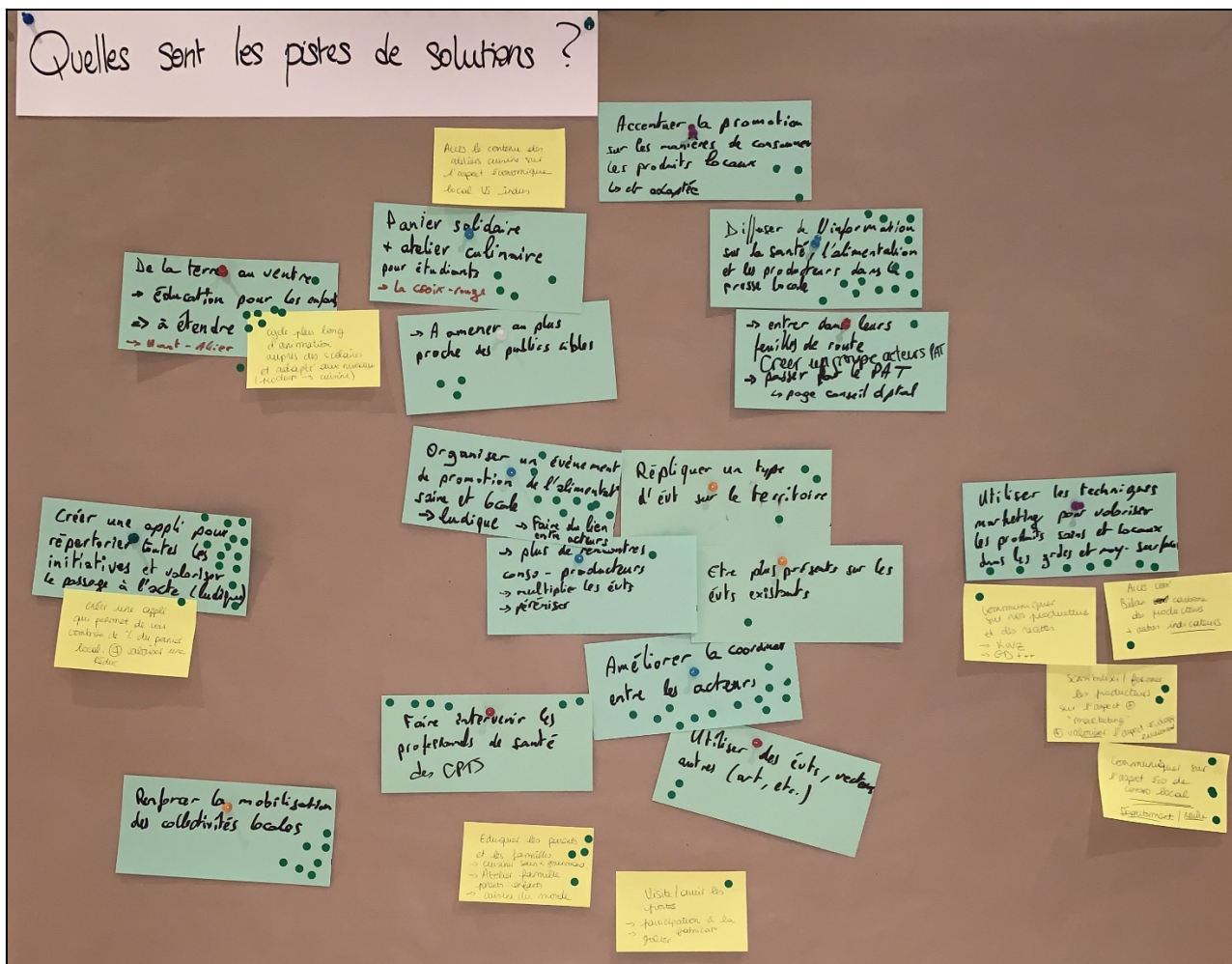
- manque d'info claires, coordonnées, véridiques et d'appropriation de cette info
- manque de production
- cadre réglementaire
- nécessité d'un effort
- présence des lobbies

« Comment permettre la prise de conscience, la compréhension et le passage à l'action pour une adoption durable d'habitudes alimentaires conscientes et choisies, sachant que :

- Il manque des informations claires, coordonnées, véridiques, ainsi que de l'appropriation de ces informations par les consommateurs
- Il y a un manque de production agricole
- Il y a un cadre réglementaire à respecter
- Il faut fournir des efforts individuels
- Il y a des lobbies »



3. PISTES DE SOLUTIONS PROPOSÉES



Les pistes de solutions proposées (priorisées par un vote par gommettes)

Retranscription et regroupement des idées avec proposition de thèmes :

Diffuser de l'information dans la presse locale

- Diffuser de l'information sur la santé, l'alimentation et les producteurs dans la presse locale
- Entrer dans la feuille de route de la presse locale pour pouvoir les contacter plus facilement
- dans l'idéal avoir une page dédiée à ces sujets dans chaque parution

Améliorer la coordination des acteurs :

- Améliorer la coordination entre les acteurs œuvrant sur la sensibilisation du consommateur
- Créer un groupe d'acteurs



- Renforcer la mobilisation des collectivités locales
- Sensibiliser, former les producteurs sur l'aspect marketing et sur la valorisation de l'aspect écologie/environnement - les producteurs sont les premiers promoteurs de leurs produits

Créer une application :

- Créer une application pour
 - répertorier toutes les initiatives
 - voir quel pourcentage de son panier d'achat est local
 - valoriser la consommation locale de manière ludique (défis / collecter des points...) ou par des réductions

Organiser des événements :

- Organiser des événements de promotion de l'alimentation saine et local
 - Qui soient ludiques
 - Qui permettent de faire du lien entre les acteurs
 - Qui permettent plus de rencontres entre consommateurs et producteurs
 - Multiplier ces événements
 - Et les pérenniser
- Répliquer un même type d'événement sur le territoire (pour optimiser la création initiale du contenu de ces événements, pour plus de coordination et de participation)
- Faire intervenir les professionnels de santé des CPTS (Communautés Professionnelles Territoriales de Santé) lors de ces événements
- Utiliser d'autres types d'événements comme vecteurs (événements culturels, artistiques, etc.)
- Être plus présents sur les événements existants
- Organiser plus de visites, portes ouvertes, participation à la fabrication, goûters...

Évènements en particulier : éducation et ateliers culinaires :

- Faire des cycles plus longs d'animation auprès des scolaires, qui soient adaptés à chaque niveau de scolarité, et qui aillent de la production jusqu'à la cuisine
 - Un projet existant en Haut-Allier : De la terre au ventre (éducation pour les enfants)
 - ⇒ Exemple de démarche à étendre sur le territoire
- Un projet existant porté par La Croix Rouge : paniers solidaires distribués avec animation d'ateliers culinaires pour les étudiants
 - ⇒ Ces actions sont à développer et à amener au plus proche des publics cibles
- Axer le contenu des ateliers cuisine sur l'aspect économique du local vs. industriel
- Éduquer les parents et les familles :
 - Cuisiner sain et gourmand
 - Atelier famille parents enfants
 - Cuisine du monde

Promouvoir les produits locaux



Le Département de la Lozère
a été labellisé
Projet
Alimentaire
Territorial
en juin 2021,
avec le soutien financier de



- Accentuer et adapter la promotion sur les manières de consommer les produits locaux: donner plus d'informations pour faciliter la consommation des produits locaux. Par exemple proposer des recettes, ou bien donner des indications sur le mode de cuisson...
- Utiliser les techniques marketing pour valoriser les produits sains et locaux dans les grandes et moyennes surfaces
- Communiquer sur le producteur et diffuser des recettes
 - via KWZ
 - via la grande distribution +++
- Axer la communication sur le bilan carbone des producteurs et sur d'autres indicateurs environnementaux
- Communiquer sur l'aspect économique de la consommation locale

4. PRIORISATION DES PISTES DE SOLUTION

Les participants ont voté pour prioriser les actions citées. Les actions classées par ordre de priorisation figurent dans le tableau-ci-dessous :

Nombre de votes	Actions	Rappel du thème
14	Créer une application pour <ul style="list-style-type: none"> - répertorier toutes les initiatives - voir quel pourcentage de son panier est local - valoriser la consommation locale de manière ludique (défis / collecter des points...) ou par des réductions 	Créer une application
13	Diffuser de l'information sur la santé, l'alimentation et les producteurs dans la presse locale (dans l'idéal avoir une page dédiée à ces sujets dans chaque parution)	Diffuser de l'information dans la presse locale
13	Améliorer la coordination entre les acteurs	Améliorer la coordination entre les acteurs
10	Organiser des événements de promotion de l'alimentation saine et local <ul style="list-style-type: none"> - Qui soient ludiques - Qui permettent de faire du lien entre les acteurs - Qui permettent plus de rencontres entre consommateurs et producteurs - Multiplier ces événements - Et les pérenniser 	Organiser des événements
7	Faire des cycles plus longs d'animation auprès des scolaires et qui soient adaptés aux niveaux (de la production jusqu'à la cuisine) <ul style="list-style-type: none"> - Un projet existant en Haut-Allier : De la terre au ventre (éducation pour les enfants) ⇒ projet à étendre sur le territoire	Organiser des événements
7	Un projet existant porté par La Croix Rouge : paniers solidaires + ateliers culinaires pour étudiants <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ces actions sont à développer et à amener au plus proche des publics cibles 	Organiser des événements
7	Utiliser les techniques marketing pour valoriser les produits sains et locaux dans les grandes et moyennes surfaces	Promouvoir les produits locaux
7	Renforcer la mobilisation des collectivités locales	Mobiliser les collectivités
6	Faire intervenir les professionnels de santé des CPTS	Organiser des événements
4	Éduquer les parents et les familles : <ul style="list-style-type: none"> - Cuisiner sain et gourmand - Atelier famille parents enfants 	Organiser des événements



	- Cuisine du monde	
4	Communiquer sur l'aspect économique de la consommation locale	Promouvoir les produits locaux
3	Répliquer un même type d'événement sur le territoire (pour plus de coordination et de participation)	Organiser des événements
3	Accentuer et adapter la promotion sur les manières de consommer les produits locaux	Promouvoir les produits locaux
2	Utiliser d'autres types d'événements comme vecteurs (événements culturels, artistiques, etc.)	Organiser des événements
2	Sensibiliser, former les producteurs sur l'aspect marketing + et sur la valorisation de l'aspect écologie/environnement	Promouvoir les produits locaux
1	Être plus présents sur les événements existants	Organiser des événements
1	Visites, portes ouvertes - Participation à la fabrication - Goûter	Organiser des événements
1	Communiquer sur le producteur et diffuser des recettes - KWZ - Grande distribution +++	Promouvoir les produits locaux
1	Axer la communication sur le bilan carbone des producteurs et sur d'autres indicateurs	Promouvoir les produits locaux

La Lozère a du goût !



lozère
LE DÉPARTEMENT



Le Département de la Lozère
a été labellisé
Projet
Alimentaire
Territorial
en juin 2021,
avec le soutien financier de

