



FICHE 7

Pour favoriser l'accessibilité de tous, y compris des plus vulnérables, à l'alimentation durable, il faut

Mettre en place des initiatives pour sensibiliser les consommateurs aux impacts économiques, écologiques, sociaux, éthiques et de santé de leurs achats

Pourquoi ?

L'évaluation menée auprès des participants des Défis Alimentation Durable du projet AD-In a montré que **la grande distribution reste le lieu d'approvisionnement privilégié**. La disponibilité d'une vaste gamme de produits, les prix attractifs et la proximité géographique sont autant d'arguments avancés pour justifier ce choix.

Pour autant, si la grande distribution reste le choix premier, **il n'empêche que les consommateurs sont désormais de plus en plus en questionnement quant aux pratiques des supermarchés**. A titre d'exemple, les participants ayant pris part à l'atelier d'intelligence collective organisé dans le cadre de l'événement intermédiaire du projet AD-In ont mis en avant leur sentiment d'injustice face à une rémunération trop basse des producteurs, en comparaison des prix pratiqués en grande surface. De même, ils ont également questionné les provenances parfois très éloignées de certains produits alors que des productions locales sont présentes à proximité des grandes surfaces¹.

Dans une perspective de transition vers un système plus durable, deux scénarii sont envisageables, soit le refus de ce mode d'approvisionnement au profit exclusif de modes alternatifs (voir fiche n°10), soit une sensibilisation des consommateurs **pour les aider à opérer progressivement des choix plus durables y compris au sein de la grande distribution**.

Vu la préférence avérée de notre public-cible pour ce type de lieu d'approvisionnement, c'est cette dernière option que nous avons privilégiée.



Comment ?

Afin de développer le sens critique de vos publics concernant leurs habitudes de consommation, plusieurs actions peuvent se conjuguer :

IDENTIFIER L'OFFRE ALIMENTAIRE SUR SON TERRITOIRE

Comme pour d'autres recommandations présentées dans ce guide, une bonne connaissance de l'offre existante sur votre territoire s'avère nécessaire pour mieux appréhender la réalité des consommateurs. Quelles sont les opportunités de proximité offertes par le territoire en matière d'achats alimentaires ? Existe-t-il d'autres opportunités que la grande distribution ? Permettre l'échange entre les consommateurs eux-mêmes sur leurs « bons plans » est souvent une solution plus efficace que la simple remise d'un listing, par exemple.

Pour plus d'informations sur les modes alternatifs d'approvisionnement, nous vous renvoyons à la fiche n°10.

METTRE EN PLACE UN TEMPS D'ÉCHANGES AVEC VOTRE PUBLIC POUR MIEUX APPRÉHENDER SES HABITUDES D'ACHAT ET L'INFORMER SUR LES EFFETS ET IMPACTS DE CES ACHATS

L'évaluation menée auprès des participants des défis alimentation durable du projet AD-In a mis en avant les stratégies parfois complexes déployées par les personnes pour réaliser leurs achats alimentaires. Ces stratégies reposent sur des critères multiples, dont la proximité géographique – en particulier, en l'absence de moyen de transport personnel - et le prix, sans que ce critère n'entrave complètement la recherche d'une certaine qualité.

Connaître ces critères de choix, appréhender ces stratégies est une première étape nécessaire pour sensibiliser les consommateurs quant aux impacts de leurs choix.



Certains outils peuvent aider dans cette étape :

- ✎ Pour vos achats de nourriture : petite boussole pour ne pas perdre le nord, Solidaris : https://www.solidaris-liege.be/servlet/Repository/peps-a_mini-guide-pour-les-achats-de-nourriture.pdf?IDR=14737&IDQ=20&LANG=fr
- ✎ Manger sain et durable sans grignoter son budget : Trucs et astuces, Alimentation 21 : <https://drive.google.com/file/d/0B6LJeKXUMCJ1YVkvVVRyOFV5dzA/view>

Enfin, des outils pédagogiques peuvent aussi vous permettre une mise en pratique en plaçant les consommateurs en situation concrète. En Belgique, citons notamment l'exposition Plat Net Market portée par la Province du Hainaut (cf. infra).

S'APPROVISIONNER SANS SE RUINER

Sans pour autant qu'il soit le seul et unique critère (y compris pour les personnes rencontrant des difficultés financières importantes), le prix – comme nous l'avons déjà indiqué – est l'un des principaux critères de choix des participants aux Défis Alimentation Durable. Pour que l'information et la sensibilisation ne soient pas contreproductives, il importe donc de tenir compte des limites budgétaires de chacun. C'est pourquoi d'autres pistes peuvent être parallèlement travaillées, par exemple l'autoproduction (voir fiche n°5) afin de diminuer l'impact budgétaire des achats alimentaires.



1. Plat Net Market, Observatoire de la Santé du Hainaut, Province du Hainaut



Plat Net Market est une exposition qui se présente sous la forme d'un supermarché. Elle propose aux visiteurs de s'interroger sur leurs achats et habitudes alimentaires, de trouver des pistes et de penser à leur santé, leur portefeuille et la planète. Cette exposition interroge chacun sur ses choix alimentaires et ses critères d'achat. Les objectifs de l'exposition sont d'informer les consommateurs sur les facteurs qui influencent les achats du point de vue de la santé, du budget et de l'environnement ; de proposer une information sur les grands principes d'une alimentation équilibrée ; de

susciter la réflexion des visiteurs sur leurs propres comportements d'achats alimentaires et, enfin, de suggérer des pistes de changements de comportements en faveur d'une alimentation équilibrée, à moindre budget et respectueuse de l'environnement.

Pour les visites de groupes, un travail préparatoire avec les encadrants est planifié avant la visite pour adapter l'animation aux thématiques qui intéressent le groupe. La visite est active et participative. L'animation propose des allers-retours entre les perceptions des participants et des apports plus conceptuels. Plus largement, cet outil vise à favoriser une dynamique territoriale en fédérant les professionnels d'un territoire autour d'un projet commun.

Pour plus d'info : <https://observatoiresante.hainaut.be/>

2. « VIF aux courses », Programme « Vivons en forme »² ; France

L'outil « VIF aux Courses »³ a été créé pour faciliter les choix alimentaires des personnes qui souhaitent se nourrir plus sainement avec un petit budget. Une formation est proposée à tous les territoires français inscrits dans le programme Vivons en Forme. Elle est destinée aux acteurs locaux travaillant avec des familles ayant des difficultés financières et aborde à la fois le budget et l'équilibre alimentaire grâce à des trucs et astuces simples et pratiques à intégrer dans la vie quotidienne.

Pour plus d'info : <https://vivonsenforme.org/>

3. Visite de supermarché par l'asbl Ecoconso, Belgique

La visite du supermarché – avec l'accord du gérant, situé au plus près du lieu de résidence des participants - se fait pour un groupe de maximum 9 personnes. Le groupe, accompagné par un animateur de l'association, déambule dans les rayons « fruits et légumes frais » et « alimentation générale » d'un supermarché, au choix. Au travers de produits choisis par l'animateur ou par le groupe lui-même, les participants seront confrontés aux différentes informations présentes dans les rayons et sur les emballages des aliments.

Les notions abordées lors de la visite sont : ingrédients (dont additifs), provenance, labels et logos, agriculture bio, commerce équitable, déchets produits par l'emballage, prix à l'unité et au kilo, allégations, taille du paquet et contenance réelle etc. L'objectif de cette animation est de mettre les participants en capacité de choisir le meilleur produit, du point de vue du respect de l'environnement et de la préservation de la santé, et de mettre ces critères en relation avec leurs autres desiderata.

Pour plus d'info : <https://www.ecoconso.be/fr/Visite-de-supermarche>

NOTES DE FIN

1. Voir la note de synthèse disponible sur le site du projet AD-In : https://adineu.files.wordpress.com/2018/10/synthese_vieux-condc3a9-20-septembre.pdf
2. www.vivonsenforme.org
3. Issu du projet « Opti-Courses ».



Avec le soutien du Fonds européen de développement régional

Financeurs :



Opérateurs associés :



Opérateurs partenaires :



Interreg
France-Wallonie-Vlaanderen
AD-In