



MIEUX MANGER, MIEUX PRODUIRE

Avis adopté à l'unanimité des présents
lors de la séance plénière du 23 novembre 2024



SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	P. 2
--------------------------	-------------

MÉTHODOLOGIE	P. 3
---------------------------	-------------

ORGANISATION DE NOTRE CONTRIBUTION	P. 4
---	-------------

- Pour une sensibilisation générale réussie p. 4
- En direction des habitants..... p. 5
- En direction des producteurs métropolitains p. 10
- En direction de la restauration (collective et/ou "de ville")..... p. 11
- En omnidirectionnel p. 12

CONCLUSION.....	P. 14
------------------------	--------------

ANNEXES.....	P. 15
---------------------	--------------

- Annexe 1 : Courrier saisine de M le Président de la métropole p. 16
- Annexe 2 : Auditions préparatoires réalisées p. 18
- Annexe 3 : Analyse de la stratégie ProDij p. 19



INTRODUCTION

"La transition alimentaire représente une opportunité pour la métropole (*Mieux manger*) mais également pour les territoires ruraux associés (*Mieux produire*). Dijon métropole, et en particulier Dijon, représente une forte densité de population et donc une forte demande alimentaire, alors que les territoires ruraux, avec leur densité plus faible et des surfaces agricoles nécessairement plus importantes, représentent une plus forte offre."

Ce préambule du Président de la métropole dans son courrier de saisine du 31 janvier 2024 (cf. annexe 1), pose les enjeux de la transition alimentaire sur le territoire métropolitain.

C'est dans ce cadre que le Conseil de développement a été saisi sur la base de la question suivante : **Comment permettre à chaque habitant-e de la métropole d'être mieux sensibilisé-e aux enjeux de la transition alimentaire ?**



MÉTHODOLOGIE

Le Bureau du 14 mars 2024 a confié cette saisine à la commission prospective, tout en l'ouvrant à d'autres membres du Codev (Conseil de développement) volontaires.

16 membres du Codev ont participé aux travaux, dont une douzaine de manière particulièrement assidue. Ces travaux se sont concentrés sur 5 mois effectifs qui ont néanmoins permis 16 réunions (dont 3 pour la rédaction finale).

La commission a, dans un premier temps, réfléchi de façon empirique sur les difficultés de vulgarisation des enjeux de la transition alimentaire et élaboré quelques grands principes. Elle a ensuite confronté ces idées premières aux analyses de spécialistes extérieurs au Codev par le biais d'auditions spécifiques.

10 auditions d'environ 2 heures chacune se sont déroulées (cf. annexe 2). Elles ont donné lieu, à chaque fois, à un compte-rendu et une synthèse répertoriant les points forts (positifs et négatifs) du sujet abordé, identifiant parfois des points de blocage et enregistrant des propositions d'action. Un schéma-bilan des blocages et solutions en est issu ; il nous a guidé dans l'élaboration de la contribution.

La commission a également étudié le dispositif ProDij pour en repérer les points forts et les "faiblesses" (cf. annexe 3) et orienter ainsi ses propositions d'action de sensibilisation.



ORGANISATION DE NOTRE CONTRIBUTION

La stratégie métropolitaine, ProDij, pour cette transition alimentaire "locale", ambitionne d'aller vers une alimentation plus locale, plus durable et plus saine pour toutes et tous. Ces objectifs étant totalement partagés par le Codev, il a été choisi de s'attacher aux conditions de leur réussite d'une part et aux actions possibles d'autre part.

Pour une sensibilisation générale réussie

Les grandes campagnes généralistes, basées sur la valeur santé des aliments, n'ont pas fait la preuve de leur efficacité. De même les campagnes à connotation moralisatrice et/ou punitive sont désormais reconnues comme inefficaces dans le domaine de l'alimentation. De plus, délaissier la "malbouffe" est considéré comme "impossible" par de nombreuses personnes car cela implique des efforts, des contraintes qui apparaissent "insurmontables" à leur niveau (prix, temps, savoir-faire, espace...).

Le Codev propose donc plutôt de démultiplier les campagnes, de les différencier selon les catégories de population en cherchant à susciter la motivation des habitants, en s'appuyant chaque fois que possible sur l'expérimentation et la co-construction.

La valeur plaisir de l'alimentation nous semble essentielle. Elle devrait donc, chaque fois que possible, être la ligne directrice des différentes campagnes.

Par ailleurs, l'intégration de critères pour évaluer l'impact, dès la conception d'une campagne ou la mise en place d'une action, faciliterait le suivi par l'Observatoire de la Transition Alimentaire.

Pour le Codev, une sensibilisation réussie ne peut être que diverse et multidirectionnelle. C'est pour cela que nos suggestions d'actions sont différenciées selon qu'elles sont en direction des habitants, des producteurs et de la restauration, tout en nous attachant, chaque fois que possible, à suggérer des actions adaptables et déclinables dans plusieurs de ces directions.

En direction des habitants

LES JEUNES (ÉCOLES-COLLÈGES)

Objectifs :

- ▶ Promouvoir le travail des agriculteurs locaux auprès des enfants ; ils sont vecteurs de la diffusion auprès des familles et des cercles d'amis (ados, adultes).
- ▶ Développer et éduquer au plaisir de manger, de cuisiner et surtout de déguster.

Actions suggérées :

- ▶ **De la graine à l'assiette** : réalisation de photos explicatives rendant visibles et compréhensibles les différentes étapes de la vie des légumes (de la graine au produit prêt à cuire ou cuit). Ces supports pourraient trouver place dans les écoles, accueils de loisirs, structures de quartier... Ils pourraient aussi avoir "une vie itinérante".
- ▶ **Testé et approuvé** : présenter, diffuser, faire goûter... des exemples "d'associations goûteuses" de produits. Ce travail mené, en collaboration avec des chefs cuisiniers pourrait se décliner sur divers supports (affichage sur les lieux de restauration, sur les lieux de passage des habitants, insertion dans les infos communales...). Un slogan du type "testé et approuvé" associé à un visuel "visage d'enfant" pourrait être associé à cette campagne.
- ▶ **Les semaines de la découverte** : rythmer l'actuelle *Semaine du goût* (1 semaine tous les deux mois) permettrait de mettre en valeur un aliment (ou famille d'aliments) local. L'action pourrait se décliner dans les écoles et autres structures collectives mais aussi sous la forme d'ateliers cuisine-dégustation en différents lieux de la métropole (marchés, fêtes associatives...)
- ▶ **Je cuisine à l'école (au collège)** : faciliter l'organisation d'ateliers cuisine par des enseignants volontaires. Cette mise en place est trop souvent contrariée par des difficultés matérielles ou organisationnelles voire administratives.
- ▶ **De l'école à la Ferme** : inciter les écoles à se déplacer dans une ferme dans le cadre de projets pédagogiques en apportant un soutien logistique et financier.



LES ADOLESCENTS ET ÉTUDIANTS (LYCÉES-ÉCOLES SUPÉRIEURES)

Objectifs :

- ▶ Sensibiliser aux enjeux environnementaux majeurs en rappelant l'empreinte carbone des différents produits, y compris selon le moment ou le mode de consommation.
- ▶ Inciter à la lecture critique des étiquettes des produits.
- ▶ Favoriser l'accessibilité à des produits locaux et sains.
- ▶ Développer et éduquer au plaisir de manger, de cuisiner et, surtout, de déguster.

Actions suggérées :

- ▶ **Le food truck ProDij** : mise en service d'un camion restauration (à énergie "propre") proposant de la nourriture locale et variée de qualité. Basé prioritairement sur le campus et dans le cadre d'un éventuel partenariat avec le CROUS, des "prix étudiants" pourraient être mis en œuvre.
- ▶ **Mes bonnes habitudes** : réalisation et diffusion de courtes vidéos (type Tik Tok), sur des thèmes très variés (l'empreinte carbone, les associations goûteuses, lecture des étiquettes, la bonne cuisine rapide...).
- ▶ **La masterclass du soir** : en coordination avec les semaines de la découverte (cf ci-dessus), mise en place dans un amphi d'une masterclass présentant la "cuisine surprenante" d'un aliment ou famille d'aliments, et sa dégustation.
- ▶ **Les étudiants dégustent** : sur le modèle des ateliers d'œnologie, dégustation gratuite accompagnée par un critique gastronomique et un enseignant des sciences du goût.



Objectifs :

- ▶ Sensibiliser aux enjeux environnementaux majeurs en rappelant l'empreinte carbone des différents produits, y compris selon le moment ou le mode de consommation.
- ▶ Promouvoir le travail des agriculteurs locaux.
- ▶ Inciter à la lecture critique des étiquettes des produits.
- ▶ Sensibiliser aux enjeux environnementaux majeurs en (ré)apprenant l'art d'utiliser les restes en cuisine.
- ▶ Développer et éduquer au plaisir de manger et, surtout, de déguster.
- ▶ Faciliter la cuisine rapide des produits locaux.
- ▶ Transmettre le savoir culinaire aux jeunes générations.
- ▶ Établir un lien de confiance entre producteurs et consommateurs.

Actions suggérées :

- ▶ **Je découvre mes aliments locaux :** visites de fermes ou accueil de producteurs dans une structure (association, maison de quartier ou autres), à l'appui d'un atelier cuisine travaillant des produits maraîchers.
- ▶ **Mon marché proxi :** développer dans les différentes communes des marchés de producteurs locaux en aidant les producteurs pour la logistique matérielle (barnums siglés...).
- ▶ **Mes bonnes habitudes :** réalisation et diffusion de courtes vidéos (type Tik Tok), sur des thèmes très variés (l'empreinte carbone, les associations goûteuses, lecture des étiquettes, la bonne cuisine rapide...).
- ▶ **Tout le monde déguste :** sur le modèle des ateliers d'œnologie, dégustation gratuite (ou à prix coûtant) accompagnée par un critique gastronomique et un enseignant des sciences du goût. Les lycées hôteliers de la métropole pourraient participer à cette action à divers titres (lieu d'accueil, lieu de fabrication...).

- ▶ **La masterclass des restes** : mise en place dans des lieux divers (Cité internationale de la gastronomie et du vin, marchés, fêtes associatives, Foire de Dijon...) d'une masterclass présentant la "cuisine totale" d'un aliment ou famille d'aliments, et sa dégustation.
- ▶ **Les seniors cuisinent** : organisation d'ateliers intergénérationnels de cuisine dans toutes les communes le même jour, type *Fête des voisins*.
- ▶ **La Légumerie pour tous** : envisager des possibilités d'ouverture de la Légumerie au grand public.
- ▶ **Testé et approuvé** : cf. paragraphe *Les jeunes (écoles-collèges)*.
- ▶ **À deux pas** : mise en place d'une carte interactive présentant les lieux d'ateliers, les lieux de fournitures de produits... à moins de 15 minutes à pied.
- ▶ **Maraîchages citoyens** : mise en place de "maraîchages citoyens" (cf vendanges citoyennes) organisés par des maraîchers volontaires, pour favoriser le rapprochement et la connaissance mutuelle consommateurs/producteurs.
- ▶ **Les micro-jardins partagés** : proposer et aider à la mise en place d'une agriculture urbaine (ex : plantes aromatiques, rhubarbe...) dans les zones les plus urbanisées de la métropole (sur l'exemple des actions de la Maison-Phare). L'objectif étant un "affichage public volontariste" et non pas un objectif quantitatif utopique.



LES ADULTES EN SITUATION DE FRAGILITÉ

Objectifs :

- ▶ Sensibiliser les personnes démunies et/ou isolées aux enjeux de la transition alimentaire.
- ▶ Favoriser la prise en compte des besoins spécifiques nutritionnels ponctuels ou permanents de certaines personnes.
- ▶ Faire (re)découvrir le plaisir de la bonne nourriture.

Actions suggérées :

- ▶ **Testé et approuvé** : cf. paragraphe *Les jeunes (écoles-collèges)*. La déclinaison de cette campagne serait réalisée, sous des formes diverses, en coordination avec les fournisseurs solidaires, les CCAS, les résidences seniors, les EHPAD, les entreprises de portage de repas à domicile, les hôpitaux et autres structures locales.
- ▶ **Le food truck ProDij** : cf. paragraphe *Adolescents et étudiants (lycées-écoles supérieures)*. La déclinaison de cette action, itinérante sur l'ensemble de la métropole, serait réalisée en coordination avec les fournisseurs solidaires, les CCAS et autres structures locales. Dans le cadre de partenariats avec les CCAS, des "prix solidaires" pourraient être mis en œuvre.
- ▶ **Partenariat métropole/IRTESS** : pour intégrer un module "La transition alimentaire et ses enjeux sociaux" dans la formation des travailleurs sociaux.

En direction des producteurs métropolitains

POUR VENTE EN GROS ET/OU SEMI-GROS

Objectif :

- ▶ Diversifier les productions pour réussir localement la transition alimentaire.

Actions suggérées :

- ▶ **S'appuyer sur les chambres d'agriculture** pour faire connaître les possibilités de nouvelles cultures locales.
- ▶ **Développer des partenariats** dans un cadre recherche/action et/ou santé/production.

POUR VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS

Objectif :

- ▶ Favoriser le circuit court local pour permettre aux producteurs de dégager des marges leur permettant de mieux se tourner vers l'avenir, pour une transition alimentaire réussie.

Action suggérée :

- ▶ **Mon casier à deux pas** : étudier la possibilité d'encourager la mise en place de distributeurs 24/24 de légumes (ou autres produits alimentaires) dans différents points de la métropole. Mise en place simultanée d'une application permettant de connaître en temps réel, le contenu proposé des casiers, éventuellement de réserver.

En direction de la restauration (collective et/ou "de ville")

Objectifs :

- ▶ Favoriser les synergies entre les producteurs locaux et les restaurateurs.
- ▶ Valoriser la restauration collective.

Actions suggérées :

- ▶ **Mettre en place une unité de conserverie et/ou surgélation/ congélation au sein de la Légumerie** afin de permettre une utilisation optimale des produits en surproduction, et poursuivre "hors saison" la sensibilisation au goût.
- ▶ **Réaliser l'augmentation prévue des capacités de production de la Légumerie.**
- ▶ **Mettre en valeur les restaurants qui utilisent des produits locaux et de qualité.**
- ▶ **Impulser l'organisation de visites et dégustation dans les lieux de fabrication** (restauration collective, traiteurs, restaurants favorisant les produits locaux et de qualité).

En omnidirectionnel

Actions suggérées :

- ▶ **En avant le bio** : l'agriculture AB doit être encore plus nettement encouragée. Elle participe grandement à la protection de la biodiversité, de l'air et de l'eau en mettant en œuvre la diversité et la rotation des cultures.
- ▶ **Favoriser la diversification des cultures et modes de cultures** : aider à la promotion du bio, des producteurs de fruits, des maraîchers... par la mise en place d'une collaboration avec les organismes agricoles qui pourraient apporter soutien logistique et conseils pour ces cultures de niche actuellement mais porteuses d'avenir.
- ▶ **Mise en place d'un "label métropole"** : avec cahier des charges exigeant en termes de qualité, durabilité et origines. Sa mise en place devra se placer dans le cadre d'une démarche participative ce qui génèrera une confiance mutuelle entre producteurs et consommateurs, renforcée par un contrôle partagé de son application. Ce label pourrait prendre la forme d'un logo visuel accrocheur (type mascotte), choisi dans le cadre d'un concours ouvert à tous.
- ▶ **La page ProDij** : mise en place d'une page régulière (mais non uniforme) dans Métropole Mag (recettes, challenge...).
- ▶ **Le produit local du mois** : informer sur la saisonnalité locale des produits par la présentation régulière d'un produit (magazine de la métropole, panneaux électroniques, site Internet, lettres électroniques, affichage en restauration collective, radio locales, médias...). La mise en valeur du produit pourrait s'accompagner d'une recette.
- ▶ **Le produit du jour** : mise en place de stands de connaissances à la Foire gastronomique, à la Cité internationale de la gastronomie et du vin, en fête de quartier... 1 produit/jour décliné en présentation, en cuisson, en dégustation...

- ▶ **La journée de la bonne bouffe** : mise en place d'une manifestation ludique récurrente type "Brunch des habitants", mêlant consommateurs, producteurs, cuisiniers amateurs...
- ▶ **Réalisation de 3 guides** (fournisseurs locaux, fermes cueillettes, lieux d'approvisionnement) pour diffusion à la population.
- ▶ **Mise en place d'une carte interactive** présentant les lieux d'ateliers, les lieux de fournitures de produits... à moins de 15 minutes à pied.
- ▶ **Utilisation de l'application OnDijon** pour faire connaître les initiatives, les points de vente, de cueillette...
- ▶ **Un partenariat avec les centres universitaires de recherche** pourrait mettre en valeur l'empreinte carbone d'un produit local saisonnier, comparée à celle d'un autre produit non-local ou hors-saison.



CONCLUSION

Une alimentation métropolitaine plus locale, plus durable et plus saine pour toutes et tous est un objectif louable mais particulièrement difficile, voire délicat, à atteindre.

La réussite ne se décrète pas, elle se construira pas à pas.

La communication sera bien sûr une des clés de la réussite des actions engagées.

Cette communication pourrait se déployer avec les mêmes valeurs fondamentales que celles que nous avons tenté de mettre en avant dans nos actions suggérées :

- La mise en valeur du plaisir reçu et/ou donné par l'alimentation,
- Une humilité réelle face aux producteurs et consommateurs,
- Une force de conviction reposant sur l'exemple et l'expérience partagée,
- Le refus de toute contrainte.

La sensibilisation en direction des jeunes nous apparaît prioritaire. Ils sont vecteurs de la diffusion auprès des familles et des cercles d'amis. C'est par ce biais que nous pourrions tenter de contrer l'industrie agro-alimentaire, d'autant que ces jeunes sont les cibles essentielles des publicités de cette industrie.

L'engagement des citoyens métropolitains vers cette transition alimentaire sera valorisé par la co-construction et réalisation d'un certain nombre d'actions suggérées.

La transition alimentaire sur le territoire métropolitain n'est qu'une pièce d'un immense puzzle où chaque pièce est essentielle mais aussi dépendante des autres. À cet égard, la cohérence avec d'autres actions menées dans un rayon d'une centaine de kilomètres serait un atout supplémentaire pour construire une dynamique environnementale. De même, il apparaît essentiel de mettre en œuvre la coopération entre les différents PAT actuels et à venir, prévue dans le projet alimentaire de Dijon métropole.

Comme dans toute action sur le long terme, une évaluation et un suivi sont nécessaires régulièrement. L'Observatoire de la transition alimentaire prévu dans ProDij pourrait associer des citoyens métropolitains à ses travaux. Le Codev serait évidemment disponible pour y participer sous une forme à définir ultérieurement.



ANNEXES



ANNEXE 1 : COURRIER SAISINE DE M LE PRÉSIDENT DE LA MÉTROPOLE



960

**Le président
Ancien ministre**

Conseil de développement de Dijon métropole
À l'attention de Madame la présidente
Marie-Josèphe DURNET-ARCHERAY

Dijon, le 31 janvier 2024

Nos réf. : DGD TC/FR/CA N°4

Affaire suivie par : Chloé ABEEL, directrice projets participation citoyenne

**Objet : Saisine du conseil de développement pour la mise en place d'une commission
« mieux manger, mieux produire »**

Chloé Madame la présidente du Conseil de développement,
Madame et Monsieur les vice-présidents,
Mesdames et Messieurs les membres du Conseil de développement,

Le Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET) de Dijon métropole, en cours de révision et dont vous contribuez activement à la réflexion, comporte un volet stratégique sur l'alimentation. Bien que ne figurant pas dans les dimensions réglementaires, l'alimentation constitue pour la métropole un levier essentiel de la stratégie climatique.

L'alimentation représente 24 % du bilan carbone d'un habitant de Dijon métropole, soit le deuxième poste d'émissions de gaz à effet de serre le plus important derrière le transport (28 %). Au-delà de l'impact carbone, nos modalités de productions sont déterminantes pour la dégradation ou au contraire la préservation de nos ressources naturelles : l'eau, la biodiversité et les sols en particulier. L'alimentation est par ailleurs au cœur d'enjeux économiques (évolution soutenable des filières, relocalisation de productions de qualité, juste rémunération des producteurs), sociaux (accès à toutes et tous à une alimentation de qualité) et culturels, structurants pour notre territoire.

La transition alimentaire envisagée représente une opportunité pour la Métropole (Mieux manger) mais également pour les territoires ruraux associés (Mieux produire). Dijon Métropole, et en particulier Dijon, représente une forte densité de population et donc une forte demande alimentaire, alors que les territoires ruraux, avec leur densité plus faible et des surfaces agricoles nécessairement plus importantes, représentent une plus forte offre. Le partenariat, à bénéfices réciproques, repose sur le paradigme, à construire ensemble, où l'urbain a besoin du rural (consommation de produits alimentaires) et où le rural a besoin de l'urbain (vente des produits correspondants). Relocaliser les filières, et ainsi relocaliser les achats, apporte de la valeur dans les territoires ruraux voisins, et donc un soutien direct et durable aux exploitants.

La transition alimentaire consiste à transformer en profondeur le système à toutes les étapes de la chaîne alimentaire pour aller vers une production, transformation, distribution et consommation plus durables aux plans environnemental, économique et social. La stratégie de transition alimentaire de la métropole s'appelle ProDij et poursuit 3 ambitions :

DIJON MÉTROPOLE

40, avenue du Drapeau • CS 17510 • 21075 Dijon cedex
Tél : 03 80 50 35 35 • Fax : 03 80 50 13 36
contact@metropole-dijon.fr • www.metropole-dijon.fr

- **Une alimentation plus locale** en augmentant le taux d'approvisionnement local dans les assiettes des habitants métropolitains (aujourd'hui environ 95% du tonnage consommé dans les assiettes des habitants métropolitains provient de l'extérieur du bassin de vie de la métropole) ;
- **Une alimentation plus durable** : par la réduction de l'empreinte carbone à toutes les étapes de la chaîne alimentaire, la préservation et la valorisation de la biodiversité, des sols, de l'eau et de l'air ;
- **Une alimentation plus saine pour toutes et tous** grâce au levier de la restauration collective (menus plus durables, réduction significative du gaspillage alimentaire, actions d'éducation à l'alimentation...) des actions à destination des habitants (agriculture urbaine, amélioration de l'accessibilité physique et financière des produits locaux de qualité, contribution à l'évolution des habitudes alimentaires, lutte contre la précarité alimentaire...) mais aussi de l'accompagnement à l'innovation économique pour répondre au marché émergent de la transition alimentaire.

Le conseil de développement, qui s'est acculturé et exprimé sur les enjeux climatiques et notamment de transition alimentaire dans ses précédents livrables, a toute sa place dans la contribution à la réflexion sur cette stratégie. Pour accentuer les échanges sur la thématique et engager un premier travail, je souhaiterais :

- La mise en place d'une commission « mieux manger, mieux produire », ouverte à tous les membres du conseil de développement volontaires et qui sera associée aux différents espaces de dialogue sur la transition alimentaire ;
- La conduite d'un premier travail sur la thématique de la sensibilisation des habitants, réalisé par les membres de cette commission.

En particulier, votre vision collective est attendue sur la base de la question suivante :

Comment permettre à chaque habitant.e de la métropole d'être mieux sensibilisé aux enjeux de la transition alimentaire ?

Sur la base d'un diagnostic comprenant votre vision des points forts et des points faibles des actions de la métropole en la matière, je vous invite à formuler des propositions opérationnelles pouvant nourrir un plan d'actions qui pourra être déployé en 2025.

Les services de la métropole vous proposeront un parcours d'information préalable thématique dans l'objectif de mettre les membres de la commission dans les meilleures conditions de réflexion possibles.

Votre contribution est attendue pour le 5 décembre 2024.

Vous remerciant à nouveau pour votre engagement en faveur du territoire métropolitain, je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, Madame et Monsieur les vice-présidents, Mesdames et Messieurs les membres, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Tout cordialement

François Rebsamen
François REBSAMEN



ANNEXE 2 : AUDITIONS PRÉPARATOIRES RÉALISÉES

Auditions réalisées entre le 25/04/24 et le 10/10/24

- ▶ **M. Philippe Lemanceau**, Vice-Président de Dijon métropole - Transition alimentaire, plan alimentaire territorial, TIGA, Légumerie, restauration collective
- ▶ **Mme Sophie Nicklaus**, directrice de recherche au centre des sciences du goût et de l'alimentation et **Mme Justine Dahmani**, ingénieure de recherche - Restauration scolaire durable.
- ▶ **M. Laurent Brondel**, président de la banque alimentaire de Bourgogne.
- ▶ **M. Thierry Fousset**, président de Episourire et UGESS BFC
- ▶ **Mme Sarah Huet**, chercheuse à l'INRAE
- ▶ **Mmes Cécile Pacault** et **Mme Céline Lagier**, direction Santé Hygiène à Dijon métropole
- ▶ **Mme Clémentine Hugo-Gential** directrice adjointe CIMEOS
- ▶ **M. Mathieu Depoil**, directeur de la maison d'éducation populaire La Maison-Phare
- ▶ **Mme Laura Arrazat**, doctorante alimentation des étudiants du Crous et de **Mme Virginie Delannoy Vanwymelbeke**, chercheure Hospitalier du CHU de Dijon et chercheure associée au Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation (CSGA, Dijon)
- ▶ **M. Antoine Lagneau**, chargé de mission Eau/Alimentation du réseau CAPTER

*Qu'ils trouvent, toutes et tous, ici nos plus sincères remerciements
pour leur disponibilité, leurs éclairages et leurs contributions
qui nous ont permis l'élaboration de notre contribution.*



ANNEXE 3 : ANALYSE DE LA STRATÉGIE PRODIJ



UN CONTEXTE CONTRAIGNANT

- ▶ Les habitudes de consommation basées sur la facilité, la rapidité et l'accessibilité économique.
- ▶ Les stratégies commerciales offensives des grands groupes agro-alimentaires.
- ▶ Un système alimentaire local où les produits locaux ne constituent qu'une part très modeste des produits consommés sur le territoire métropolitain : 15% du tonnage des produits consommés dans la métropole ; 0,6 % des achats des habitants de la métropole sont issus de circuits courts (au plus un intermédiaire entre le producteur et le consommateur), essentiellement dans les marchés de plein vent et les Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP).
- ▶ Des terres et une ressource en eau qui permettraient d'importantes productions maraîchères et fruitières dans un rayon de 100 km.
- ▶ Un niveau de gaspillage national encore élevé malgré les efforts exemplaires de la restauration collective dijonnaise, notamment scolaire : 61 kg par an et par français en moyenne.
- ▶ Une attention du consommateur au niveau de vie du producteur, mais conditionnée par l'absence d'augmentation du prix d'achat.
- ▶ Le marché de l'alimentation dominé par les échanges internationaux et la place des produits ultra transformés.



LES POINTS STRUCTURANTS ESSENTIELS

- ▶ Un engagement fort de Dijon métropole en faveur de la transition alimentaire associant la volonté politique à l'ingénierie.
- ▶ Un projet transversal, structuré, inscrit dans la durée, et pluri-partenarial reconnu par l'État au titre des Territoires d'Innovation, et soutenu financièrement par les collectivités publiques et les fonds privés. Le plan d'action comporte plusieurs axes contribuant à la sensibilisation aux enjeux de la transition alimentaire.
- ▶ Une stratégie systémique allant de la production à la consommation, en passant par la transformation et la distribution.

- ▶ L'association des enjeux de la transition alimentaire avec ceux de la cohésion territoriale urbain-rural, de la cohésion sociale, de la santé publique et de l'environnement.
- ▶ L'activation de projets entre citoyens et acteurs alimentaires, particulièrement au moyen d'un système participatif de garantie.
- ▶ Des actions phare en direction de la restauration collective.
- ▶ Une politique foncière d'encouragement au développement de la production maraîchère.
- ▶ Un Projet alimentaire territorial.
- ▶ Une restauration scolaire dijonnaise très engagée dans la transition alimentaire, dont les objectifs commencent à être déclinés auprès des autres communes de la métropole.
- ▶ Un partenariat fructueux avec la recherche et l'enseignement supérieur, au moyen notamment d'opérations de recherches-actions.
- ▶ La mise en service d'une légumerie métropolitaine.
- ▶ L'adhésion des acteurs locaux de l'aide alimentaire, de la santé, et de structures de quartier.
- ▶ Un réseau de producteurs bio engagés.



LES POINTS DE PROGRÈS NÉCESSAIRES

- ▶ Un projet de label spécifique trop imprécis tant dans son contenu que son élaboration, d'autant que le foisonnement des labels et étiquetages divers perdent le consommateur et atténuent la portée du projet de création d'un label local.
- ▶ Des synergies territoriales beaucoup trop faibles entre des collectivités ayant des approches souvent centrées sur leurs propres intérêts (département axé sur la ruralité, avec ses propres labels et projetant par exemple sa propre Légumerie, Région au tropisme comtois latent).
- ▶ Des organismes consulaires agricoles dont la gouvernance compte encore peu de maraîchers et de producteurs bio, tandis que les grandes cultures céréalières sont très représentées ce qui induit des actions-conseils essentiellement dans cette direction.
- ▶ Une relation de confiance entre agriculteurs et consommateurs émergente, mais à encourager et à développer.

- ▶ Des productions locales à développer encore davantage, sur des sols adaptés, en tenant compte des particularités climatiques du territoire, et avec une attention sur l'irrigation des productions maraîchères.
- ▶ Les expériences et initiatives dans le champ de la sensibilisation à la transition alimentaire restent encore confidentielles et d'une portée limitée en nombre de bénéficiaires.
- ▶ Une implication des citoyens trop faible dans cette stratégie.
- ▶ L'Observatoire de la transition alimentaire à l'existence trop confidentielle mais à l'intérêt primordial.

