



Conférence nationale «Alimentation durable dans les villes et les communes» – Atelier 2 «Potentiel de production régionale»

En raison de la superficie limitée et du climat saisonnier, les produits régionaux ne contribuent que dans une mesure limitée à l'approvisionnement de toute une communauté. Cependant, ils remplissent d'autres tâches importantes: rendre la production alimentaire tangible et visible pour la population urbaine, créer une identité et un patrimoine culturel, offrir des possibilités de participation, par exemple dans des fermes de quartier ou des fermes solidaires, dans des jardins classiques et des jardins d'étudiants. Autre potentiel: dans la gastronomie, la régionalité compte comme une valeur ajoutée au menu. Un défi possible pour de nombreux petits producteurs près de la ville: logistique et marketing.

Dans l'atelier les opportunités et les défis des différents domaines d'action ont été discutés. Le but de l'atelier était une analyse SWOT solide des domaines d'action spécifiques afin d'assister les participants pour une mise en œuvre directe. Vous trouvez les résultats ci-dessous:

Projets	
ZH → 3 ans (A) promotion PR = analyse Beelong pilote, conseil + cours + formation	
Haute école agri, augmentation, sensibilité consommateurs, projet appliqué (début projet), BE	
Pistor, développement réseau local, producteur pilote «boulangerie» apport + \$ + logistique + techno	
Ville Saint-Gall → Sensibilisation population mieux manger + durable / Pimp up your balcony, diverses actions marchés locaux	
Coopératives agriculture solidaire, ZH (A) / Producteurs + consommateurs vente directe + marchés	
HES, BE, étude, filière alim, projet appliqué (début projet)	
Pistor upcycling économie circulaire → Food Waste	
Achats publics: création plateforme multi stakeholders (régionalité, logistique, saisonnalité) (difficulté / problème est sur la logistique) (début projet)	
SWOT	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Coopératives → dilution des risques - Soutien économie proximité - ↑ transparence - Engagement politique → objectifs développement durable - Approche ≠ stratégie socio-économique 	<ul style="list-style-type: none"> - Position consommateur théorie vs. pratiques - Prix \$!!!↑ - Food Waste potentiel gâché - Empreinte écologique transport ↓ (argument faible)
Opportunités	Risques
<ul style="list-style-type: none"> - Système compensation (\$↑) - Conscience consommateurs sur dd / alimentation → sensibilisation / information - Plus de communication 	<ul style="list-style-type: none"> - Critères gustatif + sanitaires cahier des charges absent - Jungle des labels, peu efficace pour changer les comportements consommateurs - Regards croisés des attentes ≠ stakeholder - Transparence des soumissions et respect des règles appel d'offres - Dilemme régional vs. modes de production (bio)

E = Priorités pour coordination ultérieure

A = projets réalisés

L = projets en cours

I = projets futurs / idées de projet