



## Conférence nationale «Alimentation durable dans les villes et les communes» – Atelier 6 «Food Waste»

Il existe déjà de bons exemples dans ce domaine - et d'autres suivront. Le sujet a de multiples facettes et est très bien accepté par la population. Ce potentiel devrait donc être utilisé au niveau national, que ce soit en tant que sensibilisation ou par le biais de mesures concrètes dans ses propres entreprises, en tant qu'objectif quantitatif de l'administration.

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	
<a href="#">Plan d'action Food Waste OFEV: mesures volontaires, indicateurs, objectif 2050: réduction de 50%</a> (L) <b>E</b>	
<a href="#">Stratégie pour une alimentation durable Ville de Zurich</a> : Réduction des déchets alimentaires de la restauration collective (L)	
<a href="#">Food Save Bâle</a> : Coaching de 30 entreprises de restauration avec diverses mesures et mensurations, en collaboration avec «United against Waste» (L)	
<a href="http://www.meschoixenvironnement.ch">www.meschoixenvironnement.ch</a> : site web avec faits et graphiques (L)	
Campagne nationale PUSCH «Save Food, Fight Waste»: Site internet et communities / 20 cantons, Confédération, WWF, etc. / Informations également pour les écoles (L) <b>E</b>	
Initiatives privées (L): - <a href="#">Table Suisse</a> - <a href="#">Outlet Pâtisseries</a> - Application « <a href="#">Too good to go</a> »	
« <a href="#">Luzern tisch auf</a> » y compris «Schnippel-Disco», en collaboration avec Foodwaste.ch (L)	
SWOT	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Sensibilisation à l'école avec effet sur les parents</a> <b>E</b></li> <li>- Les cuisiniers jouent un rôle important dans l'éducation, par exemple à la maternelle (mais coûteux).</li> <li>- Les cuisiniers internes connaissent les habitudes alimentaires des clients.</li> <li>- Une sélection plus restreinte réduit le gaspillage de nourriture</li> <li>- Effet multiplicateur via les entreprises municipales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Date de péremption</li> </ul>



Opportunités	Risques
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Changement de comportement par le biais d'incitations (nudges) et d'éducation pour les professionnels E</b></li><li>- Label «Fait maison»</li><li>- <b>Utilisation des «déchets plastiques» comme levier pour les déchets alimentaires E</b></li><li>- Hypothèse selon laquelle les dépenses supplémentaires pour les produits locaux ou durables pourraient être compensées par des économies sur les déchets alimentaires.</li><li>- La collecte séparée compost/biogaz rend les déchets visibles</li><li>- Lier les emballages réutilisables à un message</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prix</li></ul>

**E = Priorités pour coordination ultérieure**

A = projets réalisés

L = projets en cours

I = projets futurs / idées de projet