



Le Programme national pour l'alimentation (PNA)

LANCEMENT DU PROGRAMME NATIONAL POUR L'ALIMENTATION

Pourquoi un programme national pour l'alimentation ?

Les Français ont toujours eu une relation privilégiée avec leur alimentation. Cette relation a profondément marqué l'histoire, la culture et le mode de vie de notre pays. Manger n'est pas seulement un acte fonctionnel, c'est un plaisir quotidien et partagé qui obéit à certaines règles : la convivialité, la diversité alimentaire, le respect d'horaires fixes et la structuration des repas autour de trois plats principaux. Ces règles définissent un modèle alimentaire français.

L'équilibre de ce modèle expliquerait pour partie qu'en France, seulement 14% des adultes ont des problèmes d'obésité contre plus de 30% aux Etats-Unis. Gage de bonne santé et de sociabilité, **le modèle alimentaire français est un bien collectif qu'il faut transmettre aux générations futures.**

Face à la mondialisation et à l'uniformisation des habitudes alimentaires, **le modèle français reste pour l'instant relativement préservé** : le goût prime sur tous les autres critères d'évaluation des aliments et des recettes, le rythme des trois repas est respecté et la cuisine demeure un sport national. Enfin, les ménages consacrent encore une part relativement élevée de leur budget à l'alimentation (13,5% en moyenne).

Cependant, ce constat ne doit pas cacher **la remise en cause croissante de ce modèle**, notamment chez les jeunes. Ces derniers cuisinent moins ; ils achètent des plats préparés, délaissent la table pour le canapé et préfèrent le « snacking » à la prise de repas à heure fixe. Ils consacrent à peine 8% de leur budget à l'alimentation, contre 15% pour leurs parents et 20% pour leurs grands-parents. L'achat de fruits et légumes est divisé par 4 chez les jeunes par rapport à leurs grands-parents.

Les distances entre lieu de travail, foyer et activités sociales s'allongent et une partie de la population travaille en horaires décalés ce qui favorise **des comportements alimentaires en rupture avec le modèle français**. Cette dérive pourrait s'accélérer avec l'éclatement de la structure familiale traditionnelle et la mondialisation des modes de vie.

Les inégalités sociales fragilisent enfin le modèle alimentaire français. Privées de repères sociaux et alimentaires, les populations en état de précarité concentrent leurs achats sur les produits saturés en mauvaises graisses et en sucres. L'aide alimentaire connaît une forte croissance en France: elle concerne près de 3 millions de personnes, de façon ponctuelle, régulière ou permanente (en croissance de 8% entre 2006 et 2008, et de 12,5% en 2009).

Ce modèle alimentaire est pourtant l'un des moteurs les plus dynamiques de notre économie : la France est le premier producteur agricole de l'Union européenne et le second pour le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (IAA). Un changement de nos habitudes alimentaires se répercuterait donc sur notre agriculture et nos IAA. A titre d'exemple, si les Français mangeaient 5 fruits ou légumes par jour, il faudrait multiplier par trois la production nationale de fruits et légumes.

De son côté, le consommateur est de plus en plus attentif au goût des aliments, à leur origine française – voire régionale –, à leur qualité sanitaire, à leur prix et aux coûts environnementaux et sociaux engendrés par leur production. Ces attentes ne peuvent être satisfaites qu'à la condition de figurer dès l'amont et à toutes les étapes de la chaîne alimentaire. **Les attentes du consommateur-citoyen doivent ainsi devenir le fil conducteur de la production et un levier essentiel des évolutions à promouvoir.**

L'alimentation recouvre donc un ensemble de problématiques très variées : maintenir des traditions culinaires et des liens sociaux, permettre l'accès de tous à une nourriture de qualité, garantir la sécurité des aliments et la santé publique, préserver notre modèle agricole, nos industries agroalimentaires et les emplois qu'elles génèrent, tout en s'inscrivant dans une perspective de développement durable. **Autant d'enjeux sociaux et économiques majeurs qui justifient le renforcement de l'intervention publique en matière d'alimentation.** Or, jusqu'à ce jour, il manque une action publique intégrant toutes les problématiques de l'alimentation et du modèle alimentaire français et regroupant les initiatives sectorielles existantes (agriculture, pêche, santé, consommation, environnement, tourisme, éducation, culture, aménagement du territoire...). C'est **l'objectif du Programme national pour l'alimentation.**

Comment agir ?

L'objectif n'est pas de « repartir de zéro » en ignorant l'existant, mais de fédérer et de coordonner les nombreuses actions déjà entreprises de façon dispersée par l'Etat, les collectivités territoriales, les associations et les entreprises.

Ce programme, animé par le ministre en charge de l'alimentation, mobilisera le gouvernement dans son ensemble avec les ministères chargés de la santé, de la consommation, de l'éducation, de l'enseignement supérieur et de la recherche, de la culture, de l'industrie, de l'emploi, du budget, du commerce extérieur, du tourisme, de l'outre-mer, de la cohésion sociale, de la justice, de l'économie numérique, de la jeunesse ou des aînés, de l'espace rural et de l'aménagement du territoire.

L'État interviendra comme un « facilitateur » et un « catalyseur » des initiatives de l'ensemble des partenaires impliqués : services de l'Etat ou des collectivités territoriales, opérateurs du secteur agroalimentaire de l'amont à l'aval, fédérations et organisations professionnelles, associations, organisations caritatives, éducateurs, professionnels de santé, chercheurs et instituts de recherche, sociologues, philosophes, universités, académies, sociétés savantes.

Cette politique intégrera toutes les dimensions de l'alimentation. Elle devra assurer une alimentation à la fois sûre, saine, équilibrée et de qualité, accessible à tous, produite dans des conditions respectueuses de l'environnement et du bien-être animal, tout en étant économiquement viables et socialement acceptables.

Dans un souci d'efficacité, le Programme national pour l'alimentation (PNA) sera constitué **d'actions concrètes, opérationnelles, définies et mises en œuvre de façon coordonnée** avec l'ensemble des acteurs institutionnels, associatifs et privés. Il s'articulera avec les plans existants avec lesquels il partage certains objectifs, notamment le programme national nutrition santé (PNNS) et le plan de lutte contre l'obésité, le programme national aide alimentaire (PNAA), le plan Prison, le plan d'éducation pour la santé, le plan bien-vieillir, le plan d'action en faveur des territoires ruraux, la stratégie de développement durable pour la période 2010-2013), et le plan national santé-environnement II pour lesquels il portera les actions traitant des dimensions touchant à l'alimentation.

Le PNA veillera à s'articuler, en particulier pour les actions relatives à la recherche et celles portant sur les comportements alimentaires, avec le Plan Obésité du Président de la République, lancé le 25 Mai 2010 et avec les priorités des Investissements d'Avenir.

Le PNA comporte quatre axes qui abordent les **quatre cibles** concernées :

- **l'aliment** (origine, composition, salubrité, accessibilité),
- **le consommateur** (éducation, information, facteurs favorisant les comportements alimentaires positifs),
- **les opérateurs du secteur alimentaire** (offre alimentaire, conditions de production, recherche, compétitivité),
- et enfin les aspects relatifs à la **culture** et au **patrimoine alimentaires**.

1. Faciliter l'accès de tous à une alimentation de qualité

Les actions du PNA viseront en premier lieu ceux qui ne sont plus maîtres du contenu de leur assiette. Il s'agit d'abord des 6 millions de jeunes, de la maternelle au lycée, qui fréquentent les restaurants scolaires. Au delà toutes les populations fragiles et ne disposant pas d'autonomie alimentaire feront l'objet d'une attention particulière et d'actions visant à améliorer les conditions de leur alimentation :

- les personnes financièrement les plus démunies ;
- les plus jeunes ;
- les personnes hospitalisées ;
- les personnes âgées à domicile ou en institution ;
- les personnes en détention.

- ▶ *Exemple d'action n°1 : rendre plus efficace l'aide alimentaire en faveur des **plus démunis** :*
 - en améliorant l'organisation actuelle de l'aide alimentaire,
 - mise en place d'une **bourse internet** pour les dons destinés à l'aide alimentaire,
 - développement des **ateliers d'insertion** qui récupèrent les invendus, les transforment et les livrent à des associations caritatives.
- ▶ *Exemple d'action n°2 : rendre obligatoire le **respect des règles nutritionnelles en restauration collective scolaire**.*
- ▶ *Exemple d'action n°3 : **labelliser** les restaurants scolaires exemplaires en termes d'accueil, d'environnement et de qualité des repas.*
- ▶ *Exemple d'action n°4 : améliorer la qualité de vie des **aînés** via la qualité de leur alimentation, notamment à l'hôpital et en maison de retraite.*

2. Améliorer l'offre alimentaire

Pour que chacun puisse disposer d'une alimentation de qualité, les actions du PNA doivent aussi impliquer les producteurs, les transformateurs et les distributeurs de denrées alimentaires.

L'enjeu est d'améliorer l'offre alimentaire en innovant sur les systèmes de distribution, l'emballage, les portions etc. En plus des améliorations nutritionnelles, les opérateurs seront aussi incités à améliorer l'impact environnemental de la production et de la transformation des aliments pour répondre aux nouvelles demandes de la société.

- ▶ Exemple d'action n° 5 : développer des **contrats d'engagement de qualité** entre l'Etat et les entreprises agroalimentaires afin d'améliorer la qualité des produits sous toutes ses composantes (modes de production, nutrition, goût, praticité, marketing, réduction des emballages, ...).
- ▶ Exemple d'action n° 6 : développer les **circuits courts et de proximité**, avec la modification du code des marchés publics afin de permettre de donner la priorité à ces produits dans la restauration collective.
- ▶ Exemple d'action n° 7 : **améliorer l'accès aux produits de base (fruits et légumes, produits de la mer, pain, etc.)**.

3. Améliorer la connaissance et l'information sur l'alimentation

Avec la perte de ses racines rurales, la population a du mal à faire le lien entre son alimentation et les productions agricoles, animales ou végétales. Certains médias et groupes de pression envoient des messages contradictoires, anxiogènes et culpabilisants sur l'alimentation : « *Ne mangez pas de viande, les laitages provoquent des pathologies graves, les industriels ne respectent pas les normes de sécurité sanitaires etc.* ». Les consommateurs finissent par perdre leurs repères et leur confiance dans leur alimentation.

Pour permettre des choix éclairés, il importe de recréer un lien avec les producteurs, de retrouver une véritable approche qui favorise une bonne alimentation, soucieuse de diversité et de qualité, pas uniquement nutritionnelle. Bref, il faut rendre au consommateur « l'envie et le plaisir » de manger.

Le PNA s'attachera à informer et à éduquer les consommateurs, en particulier les jeunes, et à sensibiliser les professionnels de la restauration collective.

- ▶ Exemple d'action n° 8 : développer des outils de référence sur l'information et de la communication autour des questions alimentaires (**portail internet dédié, projet proxi-produit, observatoire de l'alimentation**).
- ▶ Exemple d'action n° 9 : mobiliser les acteurs autour de **pôles régionaux de l'alimentation**, lieux d'échanges, d'information et de pratiques culinaires.
- ▶ Exemple d'action n° 10 : encourager la mise en place d'**ateliers de cuisine et de classes du goût à l'école et sur le temps périscolaire**.
- ▶ Exemple d'action n° 11 : améliorer l'**étiquetage de l'origine** des produits.

CES QUATRE AXES SONT COMPLÉTÉS PAR DEUX VOILETS TRANSVERSAUX

4. Promouvoir le patrimoine alimentaire et culinaire français matériel et immatériel

Le patrimoine alimentaire repose en grande partie sur des éléments matériels : les produits labellisés, symbole de la France ou d'une de ses régions, comme le bleu d'Auvergne ou le vin d'Alsace, mais aussi les maisons, les fermes et les industries, qui les produisent et les transforment depuis des générations. Le patrimoine culinaire désigne les biens immatériels que sont les recettes constitutives de la cuisine française, les techniques culinaires utilisées par nos grands chefs, mais également l'ensemble des pratiques sociales, familiales (célébration d'une naissance, d'un mariage...) ou collectives, comme les repas d'ainés, les banquets associatifs, les confréries vinicoles et fromagères ou les fêtes organisées en l'honneur d'une spécialité locale dans certains villages.

Ce patrimoine matériel et immatériel doit non seulement être préservé, mais également intégré dans une logique de développement des territoires.

A cet effet, le PNA valorisera les produits alimentaires et les savoir-faire culinaires, encouragera un tourisme gastronomique sur nos territoires, et fera la promotion du patrimoine alimentaire français à l'international.

- ▶ *Exemple d'action n° 12 : intégrer le patrimoine alimentaire et gastronomique **aux journées européennes du patrimoine.***
- ▶ *Exemple d'action n° 13 : favoriser **le rapprochement des lycées hôteliers et des lycées agricoles** afin de recréer les liens des professionnels de l'alimentation sur les différents aspects de la production et de la valorisation des produits et des terroirs.*

5. Innover et développer des outils pour bâtir des modèles alimentaires durables et de qualité

Pour définir un modèle alimentaire durable et de qualité, la recherche doit pouvoir s'appuyer sur des estimations fiables concernant l'évolution de la croissance démographique, l'impact des évolutions de consommation sur la production agricole et les conséquences de l'activité sur l'environnement. Elle doit également intégrer dans les paramètres de définition de ce modèle les progrès de la technologie et le changement de comportement des consommateurs.

En France toutefois, les acteurs et les outils de recherche et d'innovation en alimentation sont multiples, au risque d'en limiter la lisibilité. Le PNA s'appuiera sur la stratégie des alliances, telles Aviesan et Allenvi, qui contribuent à fédérer les acteurs sur des thèmes communs et à améliorer la visibilité de l'offre de recherche.

Le PNA visera donc à accroître les synergies entre acteurs et à accentuer la cohérence globale du dispositif national de recherche en alimentation à travers plusieurs actions :

- la promotion de la recherche sur l'aliment et sur les modèles alimentaires,
- la création de nouveaux outils socio-économiques pour mieux comprendre les comportements alimentaires,
- l'élargissement du champ du dispositif d'évaluation ex ante des politiques publiques.

6. Conduire des actions de communication

Le programme national pour l'alimentation doit s'appuyer sur une communication efficace et claire. Elle devra mettre en valeur l'alimentation dans ses différentes dimensions et accompagner la mise en œuvre des mesures du PNA.

L'objectif poursuivi n'est pas de rajouter un niveau supplémentaire d'information, mais de rappeler quelques fondamentaux en insistant sur le lien entre alimentation, agriculture et pêche. Les actions de communication devront porter sur la saisonnalité, la diversité, la qualité et la sécurité sanitaire des aliments. Elles inciteront les Français à consommer régulièrement des produits frais, à redécouvrir les patrimoines alimentaires et culinaires régionaux, à cuisiner et à faire du repas un temps de partage et de convivialité.

Près d'une centaine d'actions sont d'ores et déjà inscrites dans la première version du programme national pour l'alimentation et sont prêtes à être mises en œuvre. Mais la réflexion ne doit pas s'arrêter là. Le PNA est un programme « vivant » qui est amené à évoluer et à s'enrichir régulièrement de nouvelles propositions issues de l'ensemble des départements ministériels impliqués.

La réforme de la PAC prévue en 2013 pourrait être l'occasion de définir une « politique agricole et alimentaire commune » qui renforcerait la légitimité de la PAC en plaçant le consommateur-citoyen au centre des préoccupations des filières agricoles.

Véritable enjeu de société, la politique publique de l'alimentation veut redonner du sens à notre alimentation, du goût à nos aliments et du plaisir aux consommateurs.

ANNEXE — CHIFFRES-CLÉS

[sources : AGRESTE, INSEE, CREDOC]

► L'agriculture française :

- 58 % du territoire métropolitain.
- 66,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires..
- 1,02 million d'actifs permanents (soit 4 % de l'emploi total).
- 527 000 exploitations dont 326 000 exploitations professionnelles (chiffres 2007).

► Les IAA (industries agro-alimentaires) françaises :

- 10 300 entreprises (dont 97 % de PME dont les 2/3 occupent moins de 20 salariés).
- 405 000 emplois (soit 16 % des emplois de l'industrie française et 2,2 % de l'emploi total).
- 134,3 milliards d'euros de production et 32,7 milliards d'euros de valeur ajoutée (soit respectivement 13,8 % et 13,3 % de l'industrie française).
- Les IAA produisent 85 % des aliments que les consommateurs français achètent, et transforment 70 % de la production agricole française.

► L'ensemble de la **filière agroalimentaire** représente 3,5 % du PIB français (chiffre 2007) et les **échanges agroalimentaires** dégagent un excédent de 6 milliards d'euros en 2009 (contre 9,1 milliards d'euros en 2008).

► Les métiers de l'alimentation (chiffres 2007) :

- Ils comprennent l'artisanat, le commerce alimentaire de proximité, l'hôtellerie et la restauration.
- 308 133 entreprises (dont 98,5 % ont moins de 20 salariés),
- 1,1 million d'actifs (soit 4 % du total national, dont 60,4 % dans l'hôtellerie-restauration)
- 91 milliards d'euros de chiffre d'affaires (dont 49 % pour l'artisanat et le commerce alimentaire de proximité).

► La restauration collective :

- 3 milliards de repas par an.
- 73 000 restaurants.
- 17 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

La gestion directe est majoritaire avec 68 % du secteur. Elle emploie environ 230 000 professionnels. Elle comprend la restauration scolaire et universitaire (38 %), la restauration hospitalière (38 %), la restauration d'entreprise et des administrations (15 %) et des secteurs divers (armée, prisons, congrégations).

► Les comportements alimentaires :

- **Plus de 100 repas par an et par personne sont pris hors foyer.** La **restauration hors foyer** représente 5,6 milliards de repas par an.
- **L'alimentation à domicile** représente 13,5 % des budgets de consommation des ménages en 2008 contre 25 % en 1960. Cette part peut représenter jusqu'à 50 % du budget des ménages les plus pauvres.
- Les **plats préparés** représentent 41 % des repas en 2006 (soit près de deux fois plus qu'en 1960).
- 39 % des achats de produits alimentaires sont consacrés à la viande, aux fruits et aux légumes. 26 % sont consacrés aux **produits transformés**.
- **Le temps de préparation du dîner représente 46 mn** en 2008 contre 60 minutes en 1988.
- **La restauration rapide a augmenté de 5 % par an en moyenne entre 2000 et 2008.**
- **Le repas gastronomique** est perçu d'abord comme « une culture dont tous les Français sont porteurs ».

► Le baromètre des perceptions de l'alimentation 2009 du ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche a montré que les consommateurs attendent que la politique de l'alimentation menée par les pouvoirs publics serve à :

- encadrer les prix des produits de première nécessité pour permettre à tous de se nourrir (pour 28 % des personnes interrogées),
- maintenir l'activité agricole et l'emploi dans le domaine agroalimentaire (pour 23 %),
- veiller à la qualité nutritionnelle des produits (pour 20 %),
- apprendre à manger équilibré (pour 18 %),
- assurer une offre variée et diversifiée (pour 6 %),
- développer le patrimoine culinaire et gastronomique (pour 4 %).

LE PROGRAMME NATIONAL POUR L'ALIMENTATION (PNA)

SOMMAIRE

AXE I **FACILITER L'ACCÈS DE TOUS À UNE ALIMENTATION DE QUALITÉ**

I.1 Mieux manger en situation précaire

I.1.1 Augmenter les quantités et favoriser un régime plus équilibré

- I.1.1.1 EN MOBILISANT DAVANTAGE DE DONS ET D'INVENDUS POUR L'AIDE ALIMENTAIRE
- I.1.1.2 EN RÉORGANISANT L'AIDE ALIMENTAIRE
- I.1.1.3 EN ACCOMPAGNANT L'AIDE ALIMENTAIRE AVEC DES ACTIONS SOCIALES
- I.1.1.4 EN ASSURANT UNE DISTRIBUTION ÉQUITABLE DE L'AIDE ALIMENTAIRE SUR TOUT LE TERRITOIRE TOUTE L'ANNÉE
- I.1.1.5 EN LEVANT LES **FREINS** PESANT SUR LES ASSOCIATIONS EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION DE DENRÉES ALIMENTAIRES

I.1.2 Favoriser les initiatives alliant lutte contre le gaspillage alimentaire et aide aux personnes démunies

I.2 Prendre de bonnes habitudes alimentaires dans le cadre scolaire ou périscolaire

I.2.1 Généraliser la distribution de fruits à l'école en plus de ceux consommés à la cantine

I.2.2 Donner un repas équilibré et du plaisir aux jeunes en restauration collective

- I.2.2.1 EN IMPOSANT LE RESPECT DES RÈGLES NUTRITIONNELLES AU RESTAURANT SCOLAIRE
- I.2.2.2 EN LABELLISANT « PLAISIR ET CANTINE » LES RESTAURANTS SCOLAIRES EXEMPLAIRES EN TERMES D'ACCUEIL, D'ENVIRONNEMENT ET DE QUALITÉ DES REPAS
- I.2.2.3 EN FACILITANT L'APPRENTISSAGE DE BONNES PRATIQUES ALIMENTAIRES PAR LES ÉTUDIANTS ET LEUR DÉCOUVERTE DES PRODUITS BRUTS À UN TARIF SOCIAL
- I.2.2.4 EN DÉVELOPPANT L'ÉDUCATION NUTRITIONNELLE À L'UNIVERSITÉ
- I.2.2.5 EN PROPOSANT UN ACCOMPAGNEMENT ET DES **FORMATIONS SPÉCIFIQUES** ADAPTÉES AUX RESPONSABLES DES SERVICES DE RESTAURATION SCOLAIRE

I.3 Mieux manger en établissements de santé et médico-sociaux

I.3.1 Améliorer le confort des patients

- I.3.1.1 EN AMÉLIORANT LE BIEN-ÊTRE DES PERSONNES ÂGÉES FRAGILISÉES GRÂCE À UNE **OFFRE ALIMENTAIRE LABELLISÉE**, ADAPTÉE À LEURS BESOINS, ALLIANT NUTRITION ET PLAISIR
- I.3.1.2 EN MOBILISANT LES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ ET MÉDICO-SOCIAUX POUR APPORTER DES **AMÉLIORATIONS PRATIQUES AUX MENUS ET AUX CONDITIONS DE PRISE DES REPAS**
- I.3.1.3 EN GÉNÉRALISANT LE PROGRAMME « **CORBEILLES DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS À L'HÔPITAL** »

I.3.2 Guider et conseiller les familles pour permettre de conserver le côté convivial du repas en cas de pathologies nécessitant un suivi et une prise en charge alimentaire spécifique des enfants hors établissement de santé

I.4 Améliorer l'alimentation des seniors

I.4.1 Adapter l'alimentation des aînés à de nouveaux besoins

- I.4.1.1 EN AMÉLIORANT LE RESPECT DES **RÈGLES NUTRITIONNELLES** DANS LES MAISONS DE RETRAIT

I.4.2 Les aider à conserver leur autonomie le plus longtemps possible

- I.4.2.1 EN AMÉLIORANT LES PRESTATIONS DE **PORTAGE À DOMICILE DES REPAS**
- I.4.2.2 EN PERMETTANT AUX PERSONNES ÂGÉES ISOLÉES DE BÉNÉFICIER DE **PANIER FERMIER**
- I.4.2.3 EN DÉVELOPPANT L'INFORMATION SUR L'ALIMENTATION DES PLUS DE 55 ANS

I.5 Améliorer l'offre alimentaire en milieu carcéral et favoriser la réinsertion par l'alimentation

I.5.1 Favoriser les échanges de pratiques entre cuisiniers des différents établissements pour améliorer la prestation de restauration

I.5.2 Utiliser l'alimentation comme aide à la réinsertion professionnelle en développant les formations aux métiers de bouche

AXE II **AMÉLIORER L'OFFRE ALIMENTAIRE**

- II.1 Améliorer l'offre alimentaire en milieu carcéral et favoriser la réinsertion par l'alimentation**
 - II.1.1 Mettre en place un **observatoire de l'alimentation** pour améliorer le suivi de la qualité de l'alimentation
 - II.1.2 Inciter les professionnels du secteur concerné à formuler des propositions d'amélioration de la qualité de leurs produits via des **Contrats collectifs d'engagement de qualité**
 - II.1.3 Afin de faciliter ces évolutions, favoriser l'**innovation** dans le champ des productions agricoles, de la pêche et de l'alimentation, notamment pour les PME
 - II.1.4 Améliorer l'**accès aux produits de base**
 - II.1.5 Améliorer ou conserver la **qualité organoleptique** de l'offre alimentaire
 - II.1.6 Réduire l'apport en sel via l'offre alimentaire
 - II.1.7 Évaluer les opportunités de développement et de valorisation des modes de production agricoles permettant d'améliorer la qualité nutritionnelle des produits
 - II.1.8 Créer un **comité stratégique des IAA**

- II.2 Développer des variétés végétales à haute valeur environnementale, nutritionnelle, et organoleptique**
 - II.2.1 Modifier les **critères de sélection** afin d'intégrer la valeur environnementale, nutritionnelle, et organoleptique pour les nouvelles variétés organoleptique pour les nouvelles variétés
 - II.2.2 Améliorer l'information sur les variétés commercialisées

- II.3 Rapprocher producteurs et consommateurs**
 - II.3.1 Développer les productions agricoles et de la pêche en **circuits courts** ou de proximité
 - II.3.2 Faciliter l'accès des consommateurs de la **restauration collective publique** aux productions issues de ces circuits

- II.4 Améliorer la sécurité des produits des produits mis à la disposition des consommateurs**
 - II.4.1 Imposer la **formation à l'hygiène alimentaire** des professionnels de la restauration
 - II.4.2 Accompagner les **petites entreprises** et les **transformateurs à la ferme** à intégrer la sécurité sanitaire dans le management de leur entreprise

- II.5 Encourager les modes de production durables**
 - II.5.1 Développer la **certification environnementale des exploitations**
 - II.5.2 Généraliser les **pratiques agricoles économes en produits phytosanitaires**
 - II.5.3 Mettre en place un **éco-label public** pour la filière **pêche**
 - II.5.4 Développer l'**agriculture biologique**
 - II.5.5 Limiter le **suremballage** des produits alimentaires
 - II.5.6 Développer les critères environnementaux dans les **signes officiels de qualité et d'origine**

- II.6 Réduire le gaspillage alimentaire**
 - II.6.1 Mettre en œuvre des **études et programmes de recherche** permettant de combler le manque de connaissances sur le gaspillage de nourriture
 - II.6.2 Limiter le **gaspillage alimentaire**
 - II.6.3 **Sensibiliser** les consommateurs aux effets néfastes du **gaspillage**

AXE III **AMÉLIORER LA CONNAISSANCE ET L'INFORMATION SUR L'ALIMENTATION**

III.1 Former les jeunes, consommateurs de demain

III.1.1 Acquérir, durant le temps scolaire, des connaissances et sensibiliser les plus jeunes au patrimoine alimentaire et culinaire (comme on apprend à compter, on apprend à manger !)

III.1.1.1 EN RÉAFFIRMANT LA PLACE DE L'ENSEIGNEMENT DE L'ALIMENTATION DANS LES FILIÈRES PROFESSIONNELLES ET TECHNOLOGIQUES DE L'ENSEIGNEMENT AGRICOLE

III.1.1.2 EN FAISANT DE L'ENSEIGNEMENT AGRICOLE UN LABORATOIRE D'EXPÉRIMENTATION D' ACTIONS À ÉTENDRE ENSUITE À L'ENSEMBLE DE LA JEUNESSE

III.1.1.3 EN RENFORÇANT LE PARTENARIAT ENTRE LES LYCÉES HÔTELIERS ET LES LYCÉES AGRICOLES

III.1.1.4 EN DÉVELOPPANT LES **CLASSES DU GOÛT** ET EN FAISANT INTERVENIR LES AGRICULTEURS, LES PÊCHEURS, AQUACULTEURS, LES INDUSTRIELS ET LES ARTISANS DES MÉTIERS DE BOUCHE DANS LES CLASSES POUR FAVORISER LA DÉCOUVERTE DE CES MÉTIERS ET DES PRODUITS DE TERROIRS

III.1.1.5 EN ÉTABLISSANT UN PARTENARIAT À L'ANNÉE ENTRE UNE CLASSE ET UNE EXPLOITATION AGRICOLE (« UNE CLASSE, UNE FERME »)

III.1.1.6 EN ÉLABORANT DES GUIDES D'ACCUEIL DES SCOLAIRES CHEZ LES PROFESSIONNELS DES FILIÈRES AGRICOLES ET DE LA PÊCHE

III.1.2 Acquérir, hors temps scolaire, un socle de connaissances et sensibiliser les plus jeunes au patrimoine alimentaire et culinaire

III.2 Éduquer les consommateurs

III.2.1 Créer un nouvel espace d'information sur l'alimentation

III.2.2 Labelliser, au sein de pôles régionaux, des maisons de l'alimentation

III.2.3 Réaliser un centre de ressource des jeux éducatifs

III.2.4 Développer des programmes éducatifs

III.3 Informer les consommateurs

III.3.1 Améliorer l'étiquetage et l'information sur les produits

III.3.1.1 EN ŒUVRANT POUR L'**ÉTIQUETAGE DE L'ORIGINE DES PRODUITS**

III.3.1.2 EN INFORMANT LE CONSOMMATEUR SUR LES PRODUITS **BRUTS ET PEU ÉLABORÉS** DE FAÇON SIMPLE, PRATIQUE ET ATTRAYANTE

III.3.1.3 EN TRAVAILLANT À **MODERNISER LES INFORMATIONS RELATIVES AUX ALIMENTS** DANS UNE APPROCHE INTÉGRÉE, RATIONNELLE ET PRAGMATIQUE

III.3.2 Afficher les impacts environnementaux sur les produits agricoles

III.3.3 Renforcer l'information des consommateurs sur la composition nutritionnelle des denrées préemballées

AXE IV **PRÉSERVER ET PROMOUVOIR LE PATRIMOINE ALIMENTAIRE ET CULINAIRE FRANÇAIS**

IV.1 Valoriser les produits et savoirs faire culinaires

- IV.1.1 Consolider un **inventaire national** des produits et recettes régionales (« registre national du patrimoine alimentaire »)
- IV.1.2 Promouvoir les **métiers de l'artisanat alimentaire**
- IV.1.3 Étendre les **journées européennes du patrimoine** au patrimoine alimentaire et gastronomique
- IV.1.4 Développer la part de production sous **signe de qualité** et renforcer la communication sur les signes d'identification de la qualité et de l'origine
- IV.1.5 Distinguer et valoriser les **meilleurs professionnels de la restauration** traditionnelle (« les maîtres restaurateurs »)
- IV.1.6 Promouvoir la restauration faisant appel aux produits du terroir
- IV.1.7 Développer les **Spécialités Traditionnelles Garanties (STG)**

IV.2 Faire de l'alimentation un axe fort du tourisme sur nos territoires

- IV.2.1 Développer l'**œnotourisme**
- IV.2.2 Renforcer la reconnaissance des **sites remarquables du goût**
- IV.2.3 Mettre en valeur le **patrimoine culinaire français** au travers de la restauration et de l'hôtellerie

IV.3 Promouvoir le patrimoine alimentaire français à l'international

- IV.3.1 Aider les entreprises à adapter l'offre française à la demande internationale selon les études de marchés et de panels
- IV.3.2 Mettre en valeur, dans les messages de promotion des produits français, leurs qualités, leur **accessibilité et leur convivialité**, en complément de l'image haut de gamme qui leur est souvent reconnue
- IV.3.3 Favoriser la **mise en relation** des opérateurs français et étrangers lors des évènements de promotion internationaux des marchés stratégiques

VOLET TRANSVERSAL **INNOVER ET CRÉER DES CONNAISSANCES POUR DES MODÈLES ALIMENTAIRES DURABLES ET DE QUALITÉ**

V.1 Promouvoir la recherche sur l'aliment

- V.1.1 Accroître la qualité nutritionnelle, en évaluant les bénéfices santé des aliments
- V.1.2 Accroître la qualité organoleptique, notamment gustative, en menant des recherches sur la sélection de végétaux et d'animaux
- V.1.3 Accroître la qualité sanitaire, en développant la recherche partenariale public - privé
- V.1.4 Accroître la qualité environnementale, en développant la chimie du végétal pour produire des molécules d'intérêt alimentaire issues de procédés de fabrication respectueux de l'environnement

V.2 Promouvoir la recherche pour mieux connaître et développer des modèles alimentaires améliorant la santé des consommateurs, préservant les ressources et valorisant l'environnement

- V.2.1 Suivre une grande cohorte de population afin de vérifier les bénéfices des régimes alimentaires et de certains aliments chez l'homme sain et d'identifier les facteurs de prédisposition aux maladies nutritionnelles
- V.2.2 Développer les instruments de quantification de l'empreinte environnementale de modèles alimentaires complexes

V.3 Créer de nouveaux outils en sciences humaines et sociales pour mieux comprendre l'acte alimentaire et les modèles alimentaires

- V.3.1 Développer l'étude des déterminants des comportements alimentaires et du statut nutritionnel des personnes vulnérables (personnes âgées...)
- V.3.2 Étudier et développer les instruments des politiques publiques permettant de faire évoluer les pratiques alimentaires

V.4 Elargir le champ du dispositif d'évaluation ex ante des politiques publiques

- V.4.1 Compléter l'expertise scientifique par une évaluation socio-économique

VOLET TRANSVERSAL **UNE COMMUNICATION QUI VÉHICULE LES VALEURS « POSITIVES » DE LA NOUVELLE POLITIQUE DE L'ALIMENTATION**

VI.1 Mieux coordonner l'ensemble les actions de communication existantes des acteurs publics

- VI.1.1 Lancer un appel à projets portant sur des initiatives de communication (outils et vecteurs) répondant aux objectifs de la politique de l'alimentation : labellisation par le MAAP de ces propositions voire contribution financière pour les plus emblématiques d'entre elles
- VI.1.1 Institutionnaliser une communication collective sur l'alimentation

VI.2. Développer de nouveaux partenariats avec des entreprises ou institutions ayant une forte notoriété et une forte capacité à toucher le grand public

- VI.2.1 Répondre favorablement aux projets soumis au MAAP et en initiant de nouveaux modes de communication

VI.3 Savoir mieux communiquer avec les consommateurs

- VI.3.1 Prévenir les messages discordants et anxiogènes dans le domaine alimentaire en communiquant régulièrement sur la nature, le nombre, la diversité et les résultats des autocontrôles et des contrôles officiels
- VI.3.1 Mieux définir les attentes des consommateurs

Pourquoi ?

L'expertise scientifique collective conduite par l'INRA sur les déterminants des comportements alimentaires a montré que les stratégies d'information et d'action combinant différents outils et ciblées sur des individus ou des groupes d'individus permettrait davantage d'agir sur les comportements que les actions plus générales et non ciblées.

Ainsi la stratégie des « petits pas » permet des modifications mineures en apparence mais cumulatives dans les comportements et plus durables.

Les actions du PNA seront donc orientées vers les populations « captives », c'est-à-dire n'ayant pas le choix de leur alimentation, ainsi que sur certaines catégories de consommateurs particulièrement sensibles :

- les populations défavorisées : elles sont davantage touchées par l'obésité, leur alimentation est plus éloignée des recommandations nutritionnelles et les messages de prévention sont moins bien reçus voire jugés culpabilisants ;
- les périodes de la vie les plus sensibles, notamment :
 - l'enfance : les comportements alimentaires se construisent au cours des premières années de la vie et sont ensuite difficiles à changer ;
 - la vieillesse : elle engendre souvent une perte d'autonomie et un risque accru de dénutrition
- la population carcérale dont les conditions d'incarcération et les connaissances en matière d'alimentation ne favorisent pas un régime varié et équilibré.

Il importe donc de privilégier les actions concernant ces populations aux caractéristiques physiologiques, comportementales et environnementales propres.



©Xavier Remongin/Min.Agrí.Fr.

CHIFFRES-CLÉS

(sources : DGAL, DGCS, DGESCO, DGS, DAP, INCA2 et ENNS, ANAP, INPES, NPES, CREDOC)

Les plus démunis :

- ▶ 3,2 millions de personnes ont aujourd'hui recours à l'aide alimentaire en France, de façon passagère, régulière ou permanente (en croissance de 8% entre 2006 et 2008, et de 14% entre 2008 et 2009), quand quelques 7 millions de nos concitoyens vivent sous le seuil de pauvreté.
- ▶ 2,5% des français âgés de 25 à 75 ans déclarent ne pas avoir assez à manger souvent ou parfois (insécurité alimentaire quantitative), et près de 40% disent avoir assez à manger mais pas toujours les aliments qu'ils souhaiteraient (insécurité qualitative).
- ▶ 78 M€ par an attribués à la France par l'UE au titre du programme européen aux plus démunis (PEAD), auxquels s'ajoutent 10 M€ du Programme national d'aide alimentaire (PNAA).

La restauration collective scolaire et universitaire :

- ▶ 54 875 écoles primaires scolarisent plus de 6,6 millions d'élèves.
- ▶ 7 031 collèges comptent près de 3,2 millions d'élèves.
- ▶ 6 millions de jeunes de la maternelle au lycée fréquentent les restaurants scolaires, et plus de 60% y prennent au moins 3 repas par semaine.
- ▶ 900 millions de repas par an servis en restauration scolaire, 50 millions dans la restauration universitaire.
- ▶ 57% des enfants consomment moins de 3,5 fruits et légumes par jour. L'évaluation de l'opération « un fruit pour la récré » a montré que seulement ¼ des parents donnent un fruit au goûter à leurs enfants.

Les séniors :

- ▶ 1/5^{ème} de la population française a plus de 60 ans, soit 12,2 millions de personnes, qui vivent très majoritairement à leur domicile (seuls 670 000, soit 5,5%, résident dans un peu plus de 7 000 établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes et unités de soins de longue durée).
- ▶ 5 à 10% des personnes âgées vivant à domicile sont touchées par la dénutrition, et plus de 30% de celles vivant en institution.

La restauration en établissements de santé :

- ▶ 3 000 établissements de santé en France pour un total de 500 000 places d'hospitalisation.
- ▶ 25 à 45% des patients hospitalisés sont touchés par la dénutrition.
- ▶ 30 à 40% des aliments présentés aux patients hospitalisés sont rejetés
- ▶ 1,35 milliards de repas/an.

La restauration pénitentiaire :

- ▶ 62 252 personnes détenues, dont 2 093 femmes et 675 mineurs. Durée moyenne de détention en 2008 : 8,8 mois.
- ▶ 38 établissements en gestion déléguée sur 194 établissements pénitentiaires.
- ▶ 22 249 détenus ont eu en moyenne une activité rémunérée en 2008, soit un taux de 36,4% (30,6% en maisons d'arrêt et 48,3% en établissement pour peine).
- ▶ 21 972 personnes inscrites en formation. 6 033 personnes adultes ont été candidates à un examen. Taux de réussite : 72% (4 383 candidats reçus).

Comment ?

Actions-phares :

- ▶ Mise en place d'une bourse internet des offres et demandes de dons pour les plus démunis ;
- ▶ Développement des ateliers d'insertion qui récupèrent les invendus, les transforment et les livrent à des associations caritatives ;
- ▶ Obligation du respect des règles nutritionnelles à la cantine dès la rentrée 2011 ;
- ▶ Labellisation « plaisir et cantine » des restaurants scolaires exemplaires en termes d'accueil, d'environnement et de qualité des repas ;
- ▶ Généralisation du programme « corbeilles de fruit à l'hôpital » ;
- ▶ Généralisation de la distribution de fruits à l'école « un fruit pour la récré » ;
- ▶ Améliorer la qualité de vie des aînés via la qualité de leur alimentation : chrononutrition à l'hôpital et en maison de retraite, développement des services à la personne. .

I.1 MIEUX MANGER EN SITUATION PRÉCAIRE

I.1.1 Augmenter les quantités et favoriser un régime plus équilibré

I.1.1.1 EN MOBILISANT DAVANTAGE DE DONNS ET D'INVENDUS POUR L'AIDE ALIMENTAIRE

Comment ?	<p>En créant une bourse en ligne pour les dons réalisés dans le domaine de l'aide alimentaire. Cette bourse aux dons consistera en une plateforme informatique d'utilisation simple, intuitive et rapidement opérationnelle accessible via Internet.</p> <p>Cette plateforme devra permettre aux différents utilisateurs de pouvoir déposer des offres ou des demandes de dons facilement et rapidement, tout en indiquant l'ensemble des éléments utiles au don. Elle devra également leur permettre d'accéder à différents documents ressources en lien avec les dons alimentaires (réglementation hygiène, formulaire de défiscalisation, annuaires, etc.).</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAL, SDSI,)</p> <p>Partenaires : MAAP (DGPAAT, DPMA, DICOM, DRAAF), Secrétariat d'Etat au logement (DGCS), FranceAgriMer, associations caritatives, CCAS, IAA, distributeurs, filières agricoles et de la pêche, transporteurs, etc.</p>
Dans quel calendrier ?	<p>Conception de l'outil et mise en œuvre d'ici la fin du 1^{er} semestre 2011</p> <p>Diffusion et communication : 2011</p>
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Nombre de visites sur le site de la bourse aux dons</p> <p>Nombre de dons réalisés</p> <p>Volume total des dons réalisés</p>

I.1.1.2 EN RÉORGANISANT L'AIDE ALIMENTAIRE

Comment ?	<p>Depuis 1987, quatre associations (Croix-Rouge française, Fédération française des banques alimentaires, Restaurants du cœur et Secours populaire) sont chargées par le gouvernement de la distribution des denrées alimentaires dans le cadre du Programme européen d'aide aux plus démunis (PEAD) et du Programme national d'aide alimentaire (PNAA). Jusqu'ici, cette désignation ne se basait sur aucune procédure formalisée. De même, aucune obligation juridique autres que celles indiquées dans la réglementation communautaire du PEAD n'incombait aux associations désignées.</p> <p>Par ailleurs, d'autres formes d'intervention associatives ont émergé tant pour la mise à disposition de produits (collecte des invendus, transformation, etc.) que pour leur distribution, selon des cadres innovants alliant aide sociale et insertion professionnelle.</p> <p>Il s'agit donc d'améliorer l'organisation actuelle de l'aide alimentaire en habilitant les associations bénéficiant de l'aide alimentaire et en définissant les conditions et indicateurs à remplir par ces dernières.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAL), Secrétariat d'Etat au logement (DGCS).</p> <p>Partenaires : MEIE, Associations, FranceAgriMer.</p>
Dans quel calendrier ?	<p>L'adoption des textes n'engendre pas de coût.</p>
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Publication des textes d'application</p> <p>Nombre d'associations agréées chaque année (nouvellement, ou maintien)</p>

Comment ?

1. Accompagner la distribution de l'aide alimentaire

Le programme alimentation et insertion (PAI), initié en 2003, a pour objet de sensibiliser les bénéficiaires de l'aide alimentaire, les populations les plus démunies à l'équilibre alimentaire et aux recommandations du Programme national nutrition santé (PNNS). Il permet d'apporter une **éducation à l'équilibre alimentaire** aux personnes les plus démunies et est également vecteur de lien social grâce aux échanges et aux activités qu'il génère entre bénévoles et bénéficiaires. Porté par un partenariat public-privé, ce programme consiste à **publier des supports** destinés aux usagers (350 000 calendriers) et aux lieux de distribution (90 000 affiches), **permettant de transmettre les messages du PNNS**.

Par ailleurs, et en lien avec la production de ces supports, l'INPES entreprend des formations locales afin de soutenir les bénévoles en charge de la distribution afin que celle-ci ne se limite pas à une simple remise d'aliments mais à un échange, à la mise en place d'actions d'accompagnement.

Enfin, la mise en place d'ateliers cuisine, d'ateliers de parole favorise l'expression des usagers, la valorisation des connaissances, redonne l'envie de faire, de consommer, de cuisiner.

2. Engager les bénéficiaires de l'aide alimentaire dans une démarche d'insertion

La distribution de l'aide alimentaire est une occasion d'engager avec les personnes une démarche d'insertion. Pour les personnes très éloignées de l'emploi, voire en situation d'exclusion, c'est une des seules occasions. Plusieurs actions peuvent être engagées :

– assurer une bonne information des intervenants de l'aide alimentaire sur les différents dispositifs d'insertion.

– développer le partenariat entre les réseaux de l'aide alimentaire et les travailleurs sociaux des conseils généraux et des centres communaux d'action sociale. Une impulsion pourrait être donnée au niveau national par la conclusion d'une convention nationale entre l'État, les réseaux de l'aide alimentaire, l'ADF (Association des départements de France) et l'UNCCAS (Union nationale des centres communaux et intercommunaux d'action sociale). Cette convention viserait à faciliter la mise en relation avec les travailleurs sociaux et à apporter un appui méthodologique aux structures locales (souvent démunies vis-à-vis de l'insertion qui est un autre métier que la distribution de l'aide alimentaire).

– Développer dans les conventions nationales entre l'État et les têtes de réseau de l'aide alimentaire la dimension de « centre de ressources » vis-à-vis des structures locales pour le développement de démarches d'insertion.

3. Développer et mobiliser les jardins familiaux, partagés et d'insertion

Un travail avec les municipalités et la délégation interministérielle à la ville destiné à développer ces jardins permettrait d'une part de fournir plus de fruits et légumes et d'autre part de créer des dynamiques de quartier et de cohésion sociale.

Quels partenaires mobiliser ?

Chef de file : Secrétariat d'Etat au logement (DGCS).
Partenaires : MAAP (DGAL, DRAAF), MSS, associations, INPES, entreprises de l'agroalimentaire.

Dans quel calendrier ?

2011, puis chaque année

Avec quels indicateurs de suivi ?

Nombre de supports d'information distribués annuellement
nombre de jardins familiaux créés

I.1.1.4 EN ASSURANT UNE DISTRIBUTION ÉQUITABLE DE L'AIDE ALIMENTAIRE SUR TOUT LE TERRITOIRE TOUTE L'ANNÉE

Comment ?	<p>Améliorer le système d'information et la logistique des associations</p> <p>L'un des « maillons faibles » de la logistique et du travail réalisé par les associations est le système d'information qui ne permet pas la mise en place d'une réelle traçabilité, une gestion des stocks rigoureuse, une connaissance fine de la distribution, et des besoins des bénéficiaires. Grâce au plan de relance pour l'économie, les têtes de réseaux associatives ont été financées pour construire ou améliorer leurs systèmes d'information jusqu'au lieu de distribution. De même, une amélioration de la logistique a été initiée : construction d'entrepôts, achat de camion, de matériel de réfrigération etc. Ces travaux devraient être achevés fin 2010 pour la logistique et en 2011 pour l'informatique.</p> <p>Mutualiser la logistique entre associations</p> <p>Continuer le travail initié aux niveaux national, régional et départemental avec les associations sur le recensement des logistiques utilisées (entrepôts, contrats transporteurs, camions et camionnettes etc.) et, dans la mesure du possible, mutualiser ces outils afin d'en optimiser leur utilisation.</p> <p>Soutenir le partenariat avec les entreprises de transport, de stockage</p> <p>Comme l'État l'a fait auprès des industries agro-alimentaires et de la distribution, il a sollicité des transporteurs, des sociétés de stockage et de logistique un soutien à la mise en œuvre de l'aide alimentaire et initié des partenariats et des mécénats. A cette fin, des réductions fiscales ont été instituées. Une bourse du transport est en expérimentation. Les résultats devraient être connus fin 2010.</p> <p>Mieux connaître et mieux soutenir les associations locales</p> <p>Afin d'optimiser l'aide apportée et en faire bénéficier au mieux les personnes les plus démunies auxquelles elle est destinée, il convient d'entreprendre un recensement des lieux de distribution et des associations distributrices. L'habilitation prévue dans le cadre de la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche des associations nationales avec la mise en place d'indicateurs d'activité communs, permettra une meilleure visibilité et améliorera la répartition des aliments afin d'assurer un maillage équilibré du territoire.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : Secrétariat d'Etat au logement (DGCS).</p> <p>Partenaires : MAAP, Associations, entreprises.</p>
Dans quel calendrier ?	2011 - 2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de [départements ou de communes] couverts par l'aide alimentaire.

I.1.1.5 EN LEVANT LES FREINS PESANT SUR LES ASSOCIATIONS EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION DE DENRÉES ALIMENTAIRES

Comment ?	<p>En mettant à disposition des acteurs intéressés, sur Internet (via la bourse aux dons) et sous format papier, une documentation pratique et précise concernant les possibilités offertes aux associations concernant la récupération de denrées alimentaires (possibilités offertes par les OCM en matière de retraits caritatifs, avantages fiscaux en cas de don et les formulaires s'y rapportant, souplesses relatives à la réglementation sur l'étiquetage, etc.). La communication pourra se faire soit à destination des associations, soit à destination des professionnels de l'agro-alimentaire.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Réalisation : MAAP (DGAL, DGPAAT, DPMA, DICOM), FranceAgriMer</p> <p>Partenaires : DGCCRF, associations caritatives, CCAS, IAA, distributeurs, filières agricoles, production primaire, transporteurs, etc.</p>
Dans quel calendrier ?	Réalisation d'ici fin du 1 ^{er} semestre 2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Nombre d'exemplaires papier de communication diffusés</p> <p>Nombre de visites sur le site de la bourse aux dons</p>

I.1.2 Favoriser les initiatives alliant lutte contre le gaspillage alimentaire et aide aux personnes démunies

Comment ?	<p>Développer les chantiers d'insertion qui récupèrent les invendus, les transforment et les livrent à des associations caritatives :</p> <p>Les « paniers de la mer », déjà présents à Loctudy, Boulogne, Lorient et La Rochelle, seront étendus d'ici 2012 à toutes les façades maritimes et aux DOM.</p> <p>Les ateliers de récupération de fruits et légumes déjà présents sur les MIN de Rungis, de Perpignan et de Nantes seront généralisés à tous les MIN en 2012 et aux bassins de production.</p> <p>Parallèlement, créer des Pôles de solidarité régionaux de récupération des produits de retrait et invendus à destination de l'aide alimentaire aux populations démunies. L'activité de ce pôle serait prioritairement la collecte et la distribution de denrées alimentaires aux plus défavorisés, en s'appuyant sur les personnes participant à des chantiers d'insertion à la vie professionnelle (<i>Initiative en cours en Pays de Loire, Nord Pas de Calais, PACA, Languedoc Roussillon...</i>).</p> <p>Permettre la mobilité des personnes en insertion afin de faciliter leur embauche dans des chantiers d'insertion situés en dehors du département de ces derniers (le financement des venant en partie des Conseils régionaux, voire du département, il est particulièrement difficile d'embaucher des personnes ne résidant pas sur leur territoire. Ceci est particulièrement dommageable pour les chantiers nécessitant une implantation proche de leur lieu d'approvisionnement en matière première, comme le sont les chantiers des Paniers de la Mer).</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAL, DPMA, DRAAF), Secrétariat d'Etat au logement (DGCS).</p> <p>Partenaires : Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, MEEDDM, Conseil régional, Conseil général, IAA, MIN, associations caritatives, Jardins de Cocagne, etc.</p>
Dans quel calendrier ?	Mise en place selon projets entre fin 2010 et courant 2012.
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Nombre de chantiers soutenus</p> <p>Volume de denrées valorisées</p>

I.2 PRENDRE DE BONNES HABITUDES ALIMENTAIRES DANS LE CADRE SCOLAIRE OU PÉRISCOLAIRE

I.2.1 Généraliser la distribution de fruits à l'école en plus de ceux consommés à la cantine

Comment ?	Elargissement de l'opération « un fruit pour la récré » à tous les établissements du secondaire (collèges et lycées). Le programme permet désormais l'inscription soit par classe, par niveau scolaire ou établissement. Les délais d'inscription sont assouplis avec un minimum de six distributions dans le trimestre scolaire.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DGER, DICOM, DRAAF). Partenaires : FranceAgriMer, élus, MEN, enseignants, recteurs, parents d'élèves, responsables de restauration collective, personnel infirmier, INTERFEL (réseau des diététiciennes).
Dans quel calendrier ?	Rentrée 2010-2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Taux d'inscription par région au regard du nombre d'élèves scolarisés objectif 2010-2011 : 1 million d'élèves

I.2.2 Donner un repas équilibré et du plaisir aux jeunes en restauration collective

I.2.2.1 EN IMPOSANT LE RESPECT DES RÈGLES NUTRITIONNELLES AU RESTAURANT SCOLAIRE

Comment ?	L'action par de simples recommandations n'a pas montré son efficacité. Mise en place d'un dispositif réglementaire (décret et arrêté) s'appuyant sur une disposition législative imposant des règles nutritionnelles en restauration scolaire et prévoyant leur contrôle par les corps d'inspection de l'Etat. L'instauration de ces exigences permettra de généraliser la mise en œuvre de règles nutritionnelles dans la construction des menus, de former les différents corps de métiers concernés et d'améliorer la qualité des repas servis en restauration scolaire.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL) et MSS (DGS). Partenaires : MEN, MEIE, collectivités.
Dans quel calendrier ?	Publication des textes : début 2011, application septembre 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Évolution du rapport nombre de non conformités sur nombre total d'inspection chaque année ou taux d'établissements inspectés conformes

I.2.2.2 EN LABELLISANT « PLAISIR ET CANTINE » LES RESTAURANTS SCOLAIRES EXEMPLAIRES EN TERMES D'ACCUEIL, D'ENVIRONNEMENT ET DE QUALITÉ DES REPAS

Comment ?	Développer un cahier des charges intégrant l'accueil, l'environnement et la qualité des repas, prenant en compte le développement durable. Sur cette base, labelliser les restaurants scolaires.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM, DRAAF). Partenaires : MSS, MEN, collectivités, associations de parents d'élèves.
Dans quel calendrier ?	Conception : 2008 Expérimentation : 2009 et 2010 Généralisation : 2010 et 2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de restaurants scolaires labellisés

I.2.2.3 EN FACILITANT L'APPRENTISSAGE DE BONNES PRATIQUES ALIMENTAIRES PAR LES ÉTUDIANTS ET LEUR DÉCOUVERTE DES PRODUITS BRUTS À UN TARIF SOCIAL

Comment ?	Faire appel, dans la restauration universitaire, aux denrées peu élaborées dans les préparations culinaires en tenant compte des équilibres alimentaires et économiques : <ul style="list-style-type: none"> • optimiser l'adéquation offres/attentes et besoins en lien avec l'évolution de la demande ; • favoriser le développement de la fréquentation des restaurants universitaires en travaillant avec les établissements d'enseignement supérieur sur l'aménagement et le respect des plages horaires de service lors de la pause méridienne ; • généraliser la charte de qualité de service des CROUS dans toutes les structures de restauration ; • réactualiser les schémas directeurs de la restauration des CROUS à l'échelle de chaque site et en lien avec les établissements et les étudiants.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MESR (DGESIP). Partenaires : MAAP (DGAL, DRAAF), Mutuelles étudiantes, établissements d'enseignement supérieur (notamment les SUMPPS), CNOUS.
Dans quel calendrier ?	En cours de réalisation. La généralisation sera envisagée entre 2011 et 2013.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Panel annuel de satisfaction des étudiants (cette enquête sera adaptée pour tenir compte de cette mesure) et indicateurs sur la restauration universitaire relevant du contrat d'objectifs qui mesurera le niveau d'introduction des produits issus de l'agriculture biologique.

I.2.2.4 EN DÉVELOPPANT L'ÉDUCATION NUTRITIONNELLE À L'UNIVERSITÉ

Comment ?	Optimiser la santé des étudiants et éduquer l'étudiant-consommateur : <ul style="list-style-type: none"> • bilan de prévention et consultations spécialisées en nutrition ; • actions de prévention et de promotion de la santé menées par les services universitaires de médecine préventive et de promotion de la santé (SUMPPS)
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MESR (DGESIP). Partenaires : MAAP, MSS (DGS), Mutuelles étudiantes.
Dans quel calendrier ?	En cours de réalisation (mesure initiée par 40 SUMPPS sur 59 en 2007-2008). La généralisation sera envisagée dans le cadre du PNA.
Avec quels indicateurs de suivi ?	(issus de l'enquête nationale sur l'activité de SUMPPS) : <ul style="list-style-type: none"> • nombre d'actions d'éducation nutritionnelle réalisées • nombre de consultations spécialisés en nutrition

I.2.2.5 EN PROPOSANT UN ACCOMPAGNEMENT ET DES **FORMATIONS SPÉCIFIQUES** ADAPTÉES AUX RESPONSABLES DES SERVICES DE RESTAURATION SCOLAIRE

Comment ?	<ul style="list-style-type: none"> – recrutement d'un référent nutrition en restauration collective au sein du MAAP, chargé notamment de la réalisation d'actions de sensibilisation / proximité à destination des acteurs locaux, – formation des agents des directions départementales chargés des contrôles, – partenariat avec le centre national de formation des agents des collectivités territoriales pour l'organisation de modules de formation, – accompagnement de la mise en place de ces mesures à travers le réseau des DRAAF notamment dans les petites communes.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DRAAF, DD(CS)PP). Partenaires : collectivités, CNFPT, MSS, MEN, CROUS et CNOUS, CCC et SNRC, réseau diététiciennes.
Dans quel calendrier ?	Conception : finalisée. Expérimentation : a démarré en Poitou-Charente (avec une association animée par une nutritionniste). Généralisation : janvier 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de communes, personnels et structures de restauration ayant bénéficié d'une formation ou d'une sensibilisation. Nombre de contrôleurs formés.

I.3 MIEUX MANGER EN ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ ET MÉDICO-SOCIAUX

I.3.1 Améliorer le confort des patients

I.3.1.1 EN AMÉLIORANT LE BIEN-ÊTRE DES PERSONNES ÂGÉES FRAGILISÉES GRÂCE À UNE OFFRE ALIMENTAIRE LABELLISÉE, ADAPTÉE À LEURS BESOINS, ALLIANT NUTRITION ET PLAISIR

Comment ?	Créer une offre alimentaire labellisée, adaptée aux besoins spécifiques des personnes âgées fragilisées en maisons de retraite, établissements de santé et à domicile dans le cadre du portage de repas. Cette offre s'appuierait sur les travaux scientifiques des Dr Aussel et Bouillanne.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL) et MSS (DGOS) dans la 1 ^{re} phase du projet, puis MAAP (DGAL) et MTSFP (DGCS) dans la 2 ^e phase du projet (élargissement aux établissements médico-sociaux) Partenaires : <ul style="list-style-type: none">– MAAP (DICOM),– Professionnels de la restauration en maison de retraite, en établissements de santé, et du portage de repas à domicile,– chefs étoilés,– professionnels des différentes filières agricoles et agroalimentaires afin de choisir les produits les plus appropriés à l'élaboration de cette offre riche en protéines de bonne qualité et savoureuse,– nutritionnistes et gériatres,– établissements de santé et médico-sociaux,– Société française de gériatrie et gérontologie (SFGG), Haute Autorité de Santé (HAS),– élus.
Dans quel calendrier ?	1. Dès 2010 : Déployer ce projet au niveau d'un premier établissement (Hôpital Emile-Roux : plus grand centre de gériatrie du CHU de l'assistance Publique Hôpitaux de Paris qui dispose de 900 lits) grâce à un groupe d'experts travaillant en appui des équipes de restauration : <ul style="list-style-type: none">– un chef cuisinier étoilé,– les nutritionnistes et gériatres initiateurs et porteurs du projet,– le Président de l'UDIHR (Union des ingénieurs hospitaliers en restauration),– la Présidente de l'AFDN (Association Française des Diététiciennes Nutritionnistes),– le Président de l'AP-HP : Assistance Publique - Hôpitaux de Paris, et du CLAN,– les représentants des IAA et des filières agricoles. 2. Dès 2011 : labelliser la démarche et l'étendre avec l'aide des élus et la communication du MAAP autour du projet.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Retours plateaux (évaluation du gaspillage)

I.3.1.2 EN MOBILISANT LES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ ET MÉDICO-SOCIAUX POUR APPORTER DES AMÉLIORATIONS PRATIQUES AUX MENUS ET AUX CONDITIONS DE PRISE DES REPAS

Comment ?	Dans le cadre du comité de pilotage « Mieux manger en établissements de santé et médico-sociaux », mis en place par le MAAP, faire l'inventaire des pratiques exemplaires en les replaçant dans leur contexte, rédiger un ouvrage et le diffuser. Ce travail s'articulerait avec le programme MobiQual porté par la SFGG pour la thématique « nutrition - alimentation » des seniors, sur la question du plaisir de manger, en intégrant toutes ses composantes : palatabilité des aliments, textures, présentation, recettes, ...
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL) et MSS (DGOS) pour les établissements de santé / MTSFP (DGCS) pour les établissements médico-sociaux. Partenaires : MAAP (DICOM), professionnels de restauration, professionnels des différentes filières agricoles et agroalimentaire, sociétés savantes, ANESM, CLAN, psychologues, designers, ergothérapeutes.
Dans quel calendrier ?	2011-2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'hôpitaux ayant utilisé l'ouvrage pour améliorer leurs pratiques. Nombre de maisons de retraite ayant utilisé l'ouvrage pour améliorer leurs pratiques. Indicateurs de suivi du programme MobiQual.

Comment ?	Il s'agit de mettre quotidiennement à disposition des patients une corbeille individuelle de fruits frais, pour améliorer leur plaisir de déjeuner, rythmer autrement leur journée, et leur apporter un peu de bien être. Ce programme a pour ambition d'être déclinable aussi bien en établissement de santé que dans les institutions pour personnes âgées.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL), Partenaires : MAAP (DGPAAT, DICOM, DRAAF), MSS (DGOS), MTSFP (DGCS), interprofession des F&L frais, sociétés savantes de nutrition, union des ingénieurs hospitaliers en restauration, association française des diététiciennes nutritionnistes, gériatres, CLANs, évaluateurs (sociologue, économiste, nutritionniste).
Dans quel calendrier ?	1. Dès 2010 : Etude ministérielle (80 000 euros) pour construire un protocole qui permettra d'harmoniser les pratiques de distribution des fruits en fonction des patients. On s'attachera tout particulièrement à ceux en longs séjours. 2. 2011/2012 : Phase expérimentale de terrain, évaluée sur le plan clinique, sociologique et économique pour en démontrer la pertinence et la faisabilité (le pré-projet mené uniquement au centre hospitalier de Perpignan s'était déroulé de juin à août 2009 et avait concerné les patients des services de maternité et d'endocrinologie. Il s'agira donc d'élargir l'expérience à d'autres établissements, d'autres services et sur toute l'année. 3. 2012 : communiquer sur la base des résultats auprès des établissements de santé et médico-social pour les inciter à mettre en place l'opération. Porter politiquement le projet au niveau européen, pour envisager un co-financement communautaire à l'image du programme de distribution des fruits à l'école (« un fruit pour la récré »).
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sociologiques (bien être des patients), économiques (rapport coûts/bénéfices), cliniques (indicateurs de « qualité de vie »).

I.3.2 Guider et conseiller les familles pour permettre de conserver le côté convivial du repas en cas de pathologies nécessitant un suivi et une prise en charge alimentaire spécifique des enfants hors établissement de santé

Comment ?	Par des outils d'accompagnement des familles qui font souvent défaut, en s'appuyant sur les initiatives privées (associations de parents d'enfants malades,...) identifiées comme pertinentes. <ul style="list-style-type: none"> • Publication d'un livre de recettes sur le régime cétogène (traitement antiépileptique) à l'initiative de mamans concernées par cette pathologie et mise en ligne d'un blog de recettes de cuisine cétogène. Ce projet est soutenu et accompagné techniquement par le Professeur Vallée chef du service de neuropédiatrie de Roger SALENGRO CHRU de LILLE. Le régime cétogène est un traitement réellement efficace pour les épilepsies rebelles, et quasiment dépourvu d'effets secondaires. Le principal obstacle est la difficulté d'observance : essentiellement composé de graisses, il est peu appétissant et à rebours de toutes nos habitudes alimentaires. Quasiment aucun produit alimentaire du commerce ne correspond aux standards du régime. Il faut concevoir des recettes, calculer des repas, les faire accepter au patient. • Création et diffusion au sein des services de médecine où les familles apprennent le diagnostic de la maladie, de flyers mentionnant les initiatives de qualité qui peuvent apporter une information et une aide aux familles touchées par la maladie (adresses internet de blogs de recettes, ...)
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL) Partenaires : MSS, MAAP (DICOM), Agences Régionales de Santé, professionnels de santé (médecins, diététiciens), associations de parents d'enfants malades, représentants des industriels de l'agroalimentaire, ...
Dans quel calendrier ?	Blog et livre de recette : finalisé en décembre 2010 Flyer : 2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de consultations du blog et téléchargement des recettes.

I.4 AMÉLIORER L'ALIMENTATION DES SÉNIORS

I.4.1 Adapter l'alimentation des aînés à de nouveaux besoins

I.4.1.1 EN AMÉLIORANT LE RESPECT DES **RÈGLES NUTRITIONNELLES** DANS LES MAISONS DE RETRAITE

Comment ?	Mettre en place un groupe de travail pour cibler les recommandations les plus appropriées.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL), MSS (DGS) Partenaires : MEIE, MTSFP (DGCS), Agence nationale de l'évaluation et de la qualité des établissements sociaux et médico-sociaux (ANESM), membres du GEMRCN, diététiciennes, gériatres, CCC, SNRC, SFGG.
Dans quel calendrier ?	Fin 2010 début des travaux.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Parution du décret et de l'arrêté.

I.4.2 Les aider à conserver leur autonomie le plus longtemps possible

I.4.2.1 EN AMÉLIORANT LES PRESTATIONS DE **PORTAGE À DOMICILE DES REPAS**

Comment ?	Mieux connaître les attentes des personnes âgées, améliorer les prestations de portage à domicile des repas pour être sûr que les plateaux repas seront adaptés aux besoins et consommés, inventorier et faire connaître les prestations les plus exemplaires aux collectivités. Proposer un guide de bonnes pratiques aux collectivités.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL) et Secrétariat d'Etat au logement (DGCS). Partenaires : Collectivités, SIAD, ADMR et autres associations d'aide à la personne, CCC et SNRC, CLCV.
Dans quel calendrier ?	Conception : comité de pilotage à installer en 2011, état des lieux et recensement des différentes prestations proposées et des attentes des bénéficiaires, inventaire des prestations exemplaires et leur évaluation 2011 et rédaction du guide de bonnes pratiques et diffusion en 2012.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Mesure de satisfaction des personnes âgées à T0, mesure à T+ 3 ans pour les bénéficiaires de l'action.

I.4.2.2 EN PERMETTANT AUX PERSONNES ÂGÉES ISOLÉES DE BÉNÉFICIER DE **PANIER FERMIER**

Comment ?	En réalisant une étude sur la faisabilité de porter au domicile des personnes à mobilité réduite des paniers fermiers.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (phase pilote en 2010/2011 en Auvergne avec la DRAAF et le CIVAM de Tarn et Garonne).
Dans quel calendrier ?	Résultat de l'étude en février 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Attendre les résultats de l'étude.

I.4.2.3 EN DÉVELOPPANT L'INFORMATION SUR L'ALIMENTATION DES PLUS DE 55 ANS

Comment ?	<p>Diffuser les guides de l'INPES afin de sensibiliser les personnes de plus de 55 ans, les aidants et les professionnels pour une bonne alimentation des séniors âgés et handicapés :</p> <ul style="list-style-type: none">– nutrition à partir de 55 ans,– après 55 ans doit-on manger autant de viande et de poisson ?– nutrition pour les aidants des personnes âgées. <p>Ces guides seront disponibles sur le site du Ministère du travail, de la solidarité et de la fonction publique.</p> <p>L'information sera diffusée notamment :</p> <ul style="list-style-type: none">– aux fédérations de l'aide et du soin à domicile,– aux fédérations d'établissements pour personnes âgées,– aux fédérations et associations pour personnes handicapées.
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : METFP (DGCS). Partenaires : DGAI, INPES.</p>
Dans quel calendrier ?	<p>Octobre 2010.</p>
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Mise en ligne effective des guides sur le site du METFP.</p>

I.5 AMÉLIORER L'OFFRE ALIMENTAIRE EN MILIEU CARCÉRAL ET FAVORISER LA RÉINSERTION PAR L'ALIMENTATION

I.5.1 Favoriser les échanges de pratiques entre cuisiniers des différents établissements pour améliorer la prestation de restauration

Comment ?	En intervenant sur les composantes du repas (quantités servies et la composition des repas, qualité des repas servis et les conditions de prises des repas).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : Administration pénitentiaire. Partenaire : MAAP.
Dans quel calendrier ?	2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de réunions d'échanges de pratiques.

I.5.2 Utiliser l'alimentation comme aide à la réinsertion professionnelle en développant les formations aux métiers de bouche

Comment ?	En mettant en œuvre des fiches techniques standardisées pour faciliter l'accompagnement culinaire et en formant les personnes.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : administration pénitentiaire, MAAP (DGAL, DGER). Partenaires : syndicats des métiers de bouche, écoles spécialisées dans les métiers de bouches.
Dans quel calendrier ?	2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de nouveaux diplômés, nombre de personnes réinsérées.

Pourquoi ?

L'accès de tous à une alimentation de qualité passe d'abord et avant tout par l'amélioration régulière de l'offre alimentaire en amont, qu'il s'agisse de l'impact environnemental du système alimentaire, de la sécurité sanitaire des produits, de la qualité nutritionnelle des denrées, mais également des qualités gustatives et de la praticité, ou encore de la réduction des emballages et de lutte contre le gaspillage.

Pour être efficace, l'amélioration de l'offre alimentaire doit forcément mobiliser l'ensemble des acteurs de la filière. En effet, les actions réalisées jusqu'à présent, notamment au travers des efforts individuels des entreprises agroalimentaires via les chartes nutritionnelles, ont montré leurs limites (2 chartes collectives, 18 individuelles en 2 ans et demi). Il importe donc de changer d'échelle.

L'évolution de la société a fortement distendu le lien entre consommateurs et agriculteurs et, par là-même, le lien entre consommateurs et territoires. Il existe pourtant une réelle attente pour retisser ce lien.

Parallèlement, l'on assiste à une prise de conscience des consommateurs et des producteurs de la nécessité de s'orienter vers des modes de production et de consommation durables.



©Pascal Xicluna/Min.Agri.Fr

CHIFFRES-CLÉS

(sources : baromètre des perceptions de l'alimentation du MAAP, ADEME, Agence BIO, INSEE, CREDOC)

- ▶ 95% des français tiennent à ce que les aliments qu'ils achètent soient produits dans une démarche de qualité et de respect de l'environnement.
- ▶ 67,4% des consommateurs se déclarent prêts à payer plus cher un produit présentant des garanties de respect de l'environnement ou du bien-être animal, 55,5 % si le produit est issu du commerce équitable, et 53 % s'il a un signe officiel de qualité.
- ▶ 90% jugent important de pouvoir acheter des aliments de saison et produits localement, à proximité du point de vente.
- ▶ Chaque français jette chaque année 7 kg de produits alimentaires non consommés et encore sous emballage.
- ▶ La part des achats effectués directement auprès des producteurs est passée de 1,9% à 2,5% entre 1999 et 2007.
- ▶ 13 298 exploitations agricoles (soit 2,6 % du total) sont engagées en agriculture biologique en 2008, soit + 11% par rapport à 2007, sur 580 000 ha. Le « décollage » observé en 2008 se confirme en 2009 avec en moyenne 10 nouveaux exploitants bio par jour. La demande du consommateur de consommer des produits bio est une vraie tendance de fond. Ainsi 46% des français consomment au moins un produit bio au moins une fois par mois, et 84% souhaitent que l'agriculture bio se développe en France. Les trois quarts y voit une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux. Les achats de produits bio en restauration collective sont estimés à 44 M€ en 2008.

Comment ?

Actions-phares :

- ▶ Développement des **contrats collectifs d'engagement de qualité** entre l'Etat et les branches agroalimentaires ;
- ▶ Orientation de la sélection des cultures vers des variétés de haute qualité environnementale, nutritionnelle et organoleptique ;
- ▶ Développement des **circuits courts**, avec la modification du code des marchés publics afin de permettre de donner la priorité à ces produits dans la restauration collective ;
- ▶ Facilitation de l'**accès aux produits permettant un régime équilibré** en agissant sur l'environnement du produit.

II.1 GÉNÉRALISER LES DÉMARCHES VOLONTAIRES ET LES PARTENARIATS PUBLICS/ PRIVÉS PERMETTANT D'INNOVER POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ DES ALIMENTS

II.1.1 Mettre en place un observatoire de l'alimentation pour améliorer le suivi de la qualité de l'alimentation

Comment ?	<p>Consolider les outils existants (sur les données nutritionnelles et les comportements alimentaires) et les compléter par des données relatives notamment aux dangers biologiques, chimiques et physiques (alimentées par les données relatives aux auto-contrôles et plans de surveillance des professionnels et de l'administration), ainsi que par les données relatives aux alertes.</p> <p>Ce grand observatoire de l'alimentation permettra ainsi de centraliser et traiter les données sur la consommation alimentaire, les données nutritionnelles, sanitaires, économiques et socio-économiques liées à l'alimentation.</p> <p>Cet observatoire sera également chargé de développer des outils d'aide à la décision aux différents acteurs des filières qui souhaitent souscrire des engagements collectifs qui visent à permettre une évolution favorable de la qualité nutritionnelle des denrées, tout en prenant en compte leur qualité gustative ainsi que leur conditions de production et de commercialisation. Il permettra de recueillir les données nécessaires au développement prévu des études socio-économiques préalables aux nouvelles mesures.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM).</p> <p>Partenaires : DGS, secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), INRA, Anses, Syndicats et organisations professionnels.</p>
Dans quel calendrier ?	Mise en place du groupe de travail en 2010, configuration du grand Observatoire en 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de connexions sur le site de l'Observatoire et % de l'offre alimentaire couverte.

II.1.2 Inciter les professionnels du secteur concerné à formuler des propositions d'amélioration de la qualité de leurs produits via des Contrats collectifs d'engagement de qualité

Comment ?	<p>Ces contrats pourront valoriser les efforts faits sur la base des principes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">– fixation d'objectifs chiffrés qui s'appuient sur les données scientifiques disponibles et notamment les travaux de l'observatoire de l'alimentation ;– engagements collectifs visant à minima une famille de produits de composition homogène ;– démarches agricoles innovantes mettant en avant les bénéfices attendus d'un lien entre certaines pratiques agricoles et la qualité des aliments, conditions d'élaboration ou de mise en marché présentant un impact environnemental plus favorable, intervention sur la composition des produits existants, la création de produits de substitution au profil optimisé, l'intervention sur la consommation des produits, par exemple sur les lieux de vente, la taille des portions ou par le marketing qui les concerne ;– dispositions assurant que les engagements sont suffisamment significatifs ;– suivi régulier des actions et des impacts sur la qualité de l'offre alimentaire sur plusieurs années (minimum trois ans). <p>Les voies de progrès encouragées sont multiples : engagements de filières répondant aux attentes du consommateur, lorsque nécessaire évolution de la réglementation en vigueur, sélection végétale ou animale, travail sur les modes d'élevage, nutrition animale ou techniques culturales, conditions de productions économes en intrants, en énergie ou en eau, amélioration de la formulation des produits composés, création de nouveaux produits d'intérêt nutritionnel dans toutes les gammes, analyse de taille des portions, réduction des emballages, marketing, publicité, présentation à la vente tenant compte des caractéristiques nutritionnelles des produits pour orienter les consommateurs vers des choix favorables à la santé.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAL)</p> <p>Partenaires : secrétariat d'Etat chargé de la consommation, INRA, MSS (DGS), Anses, syndicats et organisations professionnels.</p>
Dans quel calendrier ?	À partir de 2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Nombre de contrats collectifs d'engagements de qualité signés.</p> <p>% de l'offre alimentaire couverte par ces contrats.</p> <p>Evaluation de l'amélioration de l'offre alimentaire (quantité de nutriments retirés du marché) et impact sur les consommations.</p>

II.1.3 Afin de faciliter ces évolutions, favoriser l'innovation dans le champ des productions agricoles, de la pêche et de l'alimentation, notamment pour les PME

Comment ?	Mobilisation des pôles de compétitivité, et notamment les pôles Nutrition Santé Longévité (NSL), Agrimip, Valorial, Vitagora, Aquimer, Céréales Vallée, Qualiméditerranée, PEIFL, Qualitropic, Végépolys, pour développer et promouvoir la qualité des produits et services alimentaires. Les PME pourront également mieux bénéficier du crédit d'impôt recherche.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DGER, DPMA , DRAAF) Partenaires : MERAT (DATAR), MEIE (DGCIS), INRA, Anses, organisations professionnelles, pôles de compétitivité.
Dans quel calendrier ?	À partir de 2010
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de projets ou de plates-formes d'innovation subventionnés sur ces thématiques.

II.1.4 Améliorer l'accès aux produits de base

Comment ?	<p>Agir sur l'environnement du produit (mise à disposition de corbeilles de fruits et légumes frais à l'hôpital, mise en place d'une offre alimentaire plus saine dans les distributeurs automatiques des lieux publics), la réglementation (titres restaurants étendus aux détaillants en fruits et légumes), l'innovation (« Trophéa : les trophées étudiants de l'innovation »), la perception du produit (guides d'accueil des scolaires chez les professionnels des filières agricoles et de la pêche).</p> <ul style="list-style-type: none">– Action déclinée pour agir sur la perception des produits : développer un outil d'animation autour des légumes, pour rendre leur consommation évocatrice de plaisir, créer du lien (les animations permettant de libérer la parole de chacun, sans donner de leçon) et redonner confiance en soi et envie (de découvrir, de partager, de cuisiner, etc.). Cet outil permettra de réaliser des ateliers auprès de différents publics (bénéficiaires et acteurs de l'aide alimentaire, seniors en institution, publics scolaires, détenus,...).– Action déclinée pour agir sur l'environnement du produit : proposer des distributeurs automatiques disposant d'une offre composée de fruits, de légumes à la croque, de produits céréaliers riches en fibres, de produits laitiers et de boissons moins sucrés.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DGPAAT, DPMA) Partenaires : secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), FranceAgriMer, interprofessions agricoles, industriels, associations de consommateurs, NAVSA, SNCF, RATP, RFF, associations, ...
Dans quel calendrier ?	<ul style="list-style-type: none">– Opération pilote en octobre 2010 dans quelques gares parisiennes.– Production de l'outil d'animation sur les légumes en 2011, diffusion et accompagnement à partir de 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	<ul style="list-style-type: none">– Nombre de distributeurs disposant de la nouvelle offre / Nombre de distributeurs total.– Nombre de structures bénéficiaires de l'outil d'animation sur les légumes.

II.1.5 Améliorer ou conserver la qualité organoleptique de l'offre alimentaire

Comment ?	Certaines recommandations du groupe de travail PNNS sur la qualité gustative des aliments sont déjà intégrées dans des actions plus larges du PNA, notamment les classes du goût en milieu scolaire et périscolaire, les améliorations pratiques aux menus et aux conditions de prise de repas en milieu hospitalier et la création d'outils sociologiques pour mieux comprendre les comportements alimentaires des consommateurs. En complément, il apparaît nécessaire de développer une action spécifique « goût » afin : – de généraliser la prise en compte de l'avis des usagers de la restauration collective et de l'aide alimentaire par des questionnaires-types de satisfaction afin de disposer de données homogènes ; – d'intégrer à l'Observatoire de l'alimentation ces données afin de pouvoir agir sur l'offre alimentaire ou sur l'environnement du repas.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM). Partenaires : MSS (DGS, DGOS), Secrétariat au logement (DGCS) FranceAgriMer, SNRC, CCC, ANDRM, ANAP, ANESM, HAS.
Dans quel calendrier ?	2010 - 2013
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de données de satisfaction mutualisées. A terme, nombre de propositions d'actions émises par l'Observatoire de l'Alimentation.

II.1.6 Réduire l'apport en sel via l'offre alimentaire

Comment ?	En réunissant les industriels afin de les sensibiliser et d'élaborer des propositions contribuant à limiter l'apport en sel en tenant compte notamment des contraintes de sécurité alimentaires et gustatives.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL). Partenaires : MSS, secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), INRA, Anses, INVs, organisations professionnelles, pôles de compétitivité.
Dans quel calendrier ?	À partir de l'automne 2010.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de chartes d'engagement nutritionnel et d'accords collectifs signés prenant en compte la dimension sel, mesure de l'impact en tonnes de sel non mises en œuvre.

II.1.7 Évaluer les opportunités de développement et de valorisation des modes de production agricoles permettant d'améliorer la qualité nutritionnelle des produits

Comment ?	Certains modes de production agricoles permettent d'obtenir des produits d'une meilleure qualité nutritionnelle (ex : teneur en oméga3).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DGPAAT) Partenaires : OPA, INRA, Anses, organismes de recherche, instituts techniques, pôles de compétitivité et industriels.
Dans quel calendrier ?	Lancement dès 2010 d'un groupe de travail sur les modes de production agricole innovants.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de modes de production agricole innovants identifiés.

II.1.8 Créer un comité stratégique des IAA

Comment ?	Comme suite au rapport du groupe de travail « agroalimentaire » des Etats généraux de l'Industrie de février 2010, établir une stratégie sur la base d'un diagnostic partagé du secteur agroalimentaire avec les industriels, les syndicats, les administrations concernées, et des personnalités qualifiées. Ce Comité sera chargé d'expertiser et de proposer des axes de travail prioritaires.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEIE (DGCIS), MAAP (DGPAAT) Partenaires : représentants des IAA et des salariés, OSEO, etc.
Dans quel calendrier ?	Mise en place du comité à la rentrée 2010 (SIAL). Début des travaux 2e semestre 2010.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Mise en place effective du comité. Propositions de sa part à partir de 2011.

II.2 DÉVELOPPER DES **VARIÉTÉS VÉGÉTALES** À HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE, NUTRITIONNELLE, ET ORGANOLEPTIQUE

II.2.1 Modifier les critères de sélection afin d'intégrer la valeur environnementale, nutritionnelle, et organoleptique pour les nouvelles variétés

Comment ?	En demandant au Comité Technique Permanent pour la Sélection des Plantes Cultivées (CTPS) d'ajouter des critères d'inscription des variétés végétales, en concertation avec les acteurs des filières, afin de fixer des éléments de détermination nouveau et d'orienter la sélection future.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL). Partenaires : CTPS, obtenteurs de variétés de végétaux cultivés.
Dans quel calendrier ?	Si le processus d'examen de ces nouveaux critères a déjà commencé, la décision finale sur ces critères n'interviendra pas avant la fin d'année. L'obtention des variétés elles-mêmes s'inscrit dans un pas de temps de l'ordre de la décennie.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de variétés inscrite en fonction de ces nouveau critères.

II.2.2 Améliorer l'information sur les variétés commercialisées

Comment ?	En encourageant l'information du consommateur sur l'identité des variétés lors de l'achat ; en rendant les informations relatives aux caractéristiques des variétés plus facilement accessibles.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM). Partenaires : filières de distribution, instituts techniques, interprofessions.
Dans quel calendrier ?	2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	À définir en fonction des modalités d'information retenues.

II.3 RAPPROCHER PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS

II.3.1 Développer les productions agricoles et de la pêche en circuits courts ou de proximité

Comment ?	Mise en œuvre du plan d'action en faveur des circuits courts, en particulier en développant la connaissance sur ces nouveaux modes de commercialisation (Recensement Agricole, développement de référentiels technico économiques, recensement des formations pour les agriculteurs s'engageant dans ces démarches), actions déjà engagées et dont les résultats sont attendus au plus tard en 2011, et en favorisant l'accompagnement des jeunes agriculteurs et pêcheurs dans leur parcours d'installation. Étendre cette démarche aux circuits de proximité.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DGER, DRAAF). Partenaires : associations, syndicats agricoles, INRA, collectivités territoriales.
Dans quel calendrier ?	Plan mis en œuvre à partir de 2009.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Suivi du nombre d'exploitants engagés en circuits courts (premières données disponibles suite au recensement agricole de 2010/2011).

II.3.2 Faciliter l'accès des consommateurs de la restauration collective publique aux productions issues de ces circuits

Comment ?	<p>La LMAP complète l'objectif d'introduction dans la restauration collective de l'État, de produits saisonniers, de produits à faible impact environnemental eu égard à leurs conditions de production et de distribution, de produits sous identification de la qualité et de l'origine ou de produits issus d'exploitations engagées dans une démarche de certification environnementale par les produits faisant l'objet de circuits courts. Ensemble, ces produits devront constituer 15 % minimum des commandes en 2010 et 20 % en 2012.</p> <p>Afin d'intégrer ces productions dans le dispositif défini par la loi Grenelle sur l'exemplarité de l'État, le code des marchés publics sera aménagé afin, à égalité d'offre, de définir une priorité d'accès aux produits vendus directement par des producteurs.</p> <p>Parallèlement, un guide réalisé par la DRAAF Rhône-Alpes sera mis à disposition des acheteurs publics. Il vise à éclairer et guider leurs choix, et notamment à :</p> <ul style="list-style-type: none">– identifier les conditions de réussite d'un projet de restauration de qualité,– identifier les procédures de passation de marché les plus adaptées,– rédiger ses marchés dans le respect du code des marchés publics.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DPMA, DRAAF), MERAT (DATAR). Partenaires : MEIE, collectivités territoriales.
Dans quel calendrier ?	2010
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de consultations du guide sur internet.

II.4 AMÉLIORER LA SÉCURITÉ DES PRODUITS MIS À LA DISPOSITION DES CONSOMMATEURS

II.4.1 Imposer la formation à l'hygiène alimentaire des professionnels de la restauration

Comment ?	En définissant les « incontournables » de l'hygiène pour les métiers de la restauration commerciale par voie d'arrêté après consultation avec les professionnels.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL) Partenaires : syndicats professionnels, chambres des métiers, ministère en charge de la formation professionnelle, ministère chargé de l'artisanat et du commerce et de la consommation.
Dans quel calendrier ?	Discussions à démarrer au deuxième semestre 2010 pour une finalisation en 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Indicateur de non-conformité sur ce point détectée lors des contrôles qui seront réalisés postérieurement à la mise en œuvre de la mesure.

II.4.2 Accompagner les petites entreprises et les transformateurs à la ferme à intégrer la sécurité sanitaire dans le management de leur entreprise

Comment ?	En utilisant la flexibilité permise par la réglementation communautaire dans ce domaine pour les petites entreprises : allègement de la charge administrative liée à la maîtrise sanitaire, développement des guides de bonnes pratiques adaptés à ces entreprises, promotion des outils existants, développement d'outils type prêts à l'emploi.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DD(CS)PP) Partenaires : secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), syndicats professionnels, instituts techniques, chambres des métiers.
Dans quel calendrier ?	Variable selon les familles professionnelles et leur structuration.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'outils développés.

II.5 ENCOURAGER LES MODES DE PRODUCTION DURABLES

II.5.1 Développer la certification environnementale des exploitations

Comment ?	Mettre en place la certification environnementale des exploitations agricoles telle que prévue par la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle l'environnement (loi n°2010-788 du 12/7/2010). Cette démarche vise notamment reconnaître et valoriser les efforts déjà accomplis par le secteur agricole dans le domaine de l'environnement, notamment via une mention « issu d'une exploitation HVE ».
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT) Partenaires : MEEDDM, organisations professionnels agricoles, association de protection de l'environnement, coopération, transformateurs, distribution, consommateurs,...), CNC.
Dans quel calendrier ?	Second semestre 2010.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'agriculteurs engagés dans la démarche (niveau 1). Nombre d'agriculteurs certifiés (niveau 2 et niveau 3).

II.5.2 Généraliser les pratiques agricoles économes en produits phytosanitaires

Comment ?	Constituer un réseau de 3 000 fermes de démonstration et d'expérimentation qui permettra l'acquisition de références. Cette méthode vise à reconnaître et à amplifier les efforts déjà accomplis par un certain nombre d'acteurs du monde agricole. La création de ce réseau de référence permettra d'identifier les méthodes économes qui permettent néanmoins de garantir la production et le revenu de l'agriculteur. Diffuser les résultats par tout support. (actions 12,13, 14 et 16 du plan Ecophyto 2018).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DGPAAT, DRAAF) Partenaires : MEEDDM, INRA, APCA, Instituts techniques agricoles, ACTA, Coopération et négoce agricole, CIVAM.
Dans quel calendrier ?	Mi 2010 appel à candidature pour 1 000 fermes.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de fermes investies dans le réseau nombre de guides et de fiches techniques NODU.

II.5.3 Mettre en place un éco-label public pour la filière pêche

Comment ?	Mettre en place l'éco-label des produits de la pêche prévu dans le cadre du Grenelle de l'Environnement. Tous les critères de l'eco-label sélectionnés – au delà de la réglementation – s'inspirent des directives de la FAO pour l'étiquetage écologique du poisson et des produits des pêches de capture marines, Les critères retenus sont : la préservation de la ressource, le respect de l'écosystème marin, le droit du travail et droits sociaux pour les marins, les pratiques post-captures assurant une traçabilité du produit et le respect de la qualité.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DPMA, DGAL). Partenaires : secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), MEEDDM.
Dans quel calendrier ?	Finalisation du référentiel prévu pour fin 2010.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'éco-labels délivrés.

II.5.4 Développer l'agriculture biologique

Comment ?	Mettre en œuvre et suivre le Plan d'actions « agriculture biologique : horizon 2012 » lancé en 2007. Objectifs : Avoir une offre française suffisante pour répondre à la demande ; objectif Grenelle : atteindre 6% de la SAU cultivée en bio en 2012, introduire progressivement des ingrédients bio dans la restauration collective publique d'Etat (15% en 2010, et 20% en 2012).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DGER, DRAAF) Partenaires : Agence BIO, MEEDDM, MEN, INRA, Collectivités territoriales, Agences de l'Eau, organisations professionnelles.
Dans quel calendrier ?	En cours depuis fin 2007.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de nouveaux agriculteurs bio /an - évolution de la SAU, - évolution du marché bio, - part des produits bio dans la restauration collective publique d'État.

II.5.5 Limiter le suremballage des produits alimentaires

Comment ?	Identifier les marges de progrès pour limiter le suremballage en particulier pour les produits destinés à la consommation alimentaire des ménages. Les emballages des ménages relèvent d'une filière de « responsabilité élargie du producteur ». Dans le cadre du nouvel agrément d'Eco-emballage, des mesures spécifiques pourront être prises pour limiter le suremballage : – possibilité de déballage en sortie de caisse (LG2), – modulation de la contribution amont.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEEDDM Partenaires : ADEME, membres de la Commission consultative d'agrément, MAAP.
Dans quel calendrier ?	Le nouvel agrément doit être adopté au 1er janvier 2011. Définition de nouvelles mesures en 2011, mise en œuvre progressive.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Mise en place dans les délais du nouvel indicateur. Nouvelles mesures adoptées.

II.5.6 Développer les critères environnementaux dans les signes officiels de qualité et d'origine

Comment ?	Conformément aux orientations de la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement (article 31.b), la LMAP autorise désormais les organismes de défense et de gestion (ODG) des produits sous signe d'identification de la qualité et de l'origine à élaborer des chartes de bonnes pratiques contenant des prescriptions environnementales ou relatives au bien-être animal. Les ODG seront sensibilisés à cette nouvelle possibilité qui leur est offerte.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP. Partenaires : MEEDDM, INAO et organismes de gestion des SIQO.
Dans quel calendrier ?	2011 - 2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de SIQO impactés.

II.6 RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

II.6.1 Mettre en œuvre des études et programmes de recherche permettant de combler le manque de connaissances sur le gaspillage de nourriture

Comment ?	En réalisant deux études permettant de : <ul style="list-style-type: none">• mieux comprendre où se situent le gaspillage alimentaire dans la chaîne agro-alimentaire ;• d'évaluer, par type de denrée et sur le plan géographique, où se trouvent les denrées potentiellement récupérables. Ces études permettraient de compléter le dispositif à venir de la bourse aux dons en permettant de visualiser les zones où des efforts particuliers peuvent être fournis pour réduire le gaspillage alimentaire..
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, SG, DRAAF) Partenaires : MEEDDM, ADEME, collectivités locales, professionnels de l'agro-alimentaire, associations caritatives, CNA.
Dans quel calendrier ?	Études sur 2011 et 2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sans objet

II.6.2 Limiter le gaspillage alimentaire

Comment ?	Les aliments emballés non consommés par les ménages représentent 7kg par an et par habitant. Le gaspillage alimentaire est beaucoup plus important (restes des ménages, de restaurations collective et commerciale, distribution, IAA) et représente 20kg par an et par habitant, uniquement sur la consommation des ménages. L'objectif est de le réduire dans chacun des cas en identifiant les marges de progrès pour limiter le gaspillage alimentaire et en signant des accords volontaires pour le limiter dans tous les secteurs. Le groupe de travail « prévention » du Conseil national des déchets doit engager ce travail. Cette mesure entrera dans le plan de prévention français prévu par la directive cadre 2008/98.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEEDDM Partenaires : MAAP, MSS, fédérations ou associations d'industriels, de consommateurs, environnementales (ANIA, FNE, restauration, ...).
Dans quel calendrier ?	Lancement automne 2010 ; calendrier s'étalant sur deux ans au moins.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'accords volontaires signés.

II.6.3 Sensibiliser les consommateurs aux effets néfastes du gaspillage

Comment ?	En élaborant des supports pédagogiques et d'information expliquant au consommateur comment, au quotidien, il peut réduire son gaspillage alimentaire et en mettant en avant le fait que la lutte contre le gaspillage permet aux ménages de faire des économies. Ces supports pourront être diffusés grâce au site internet de l'alimentation du MAAP mais aussi sous format papier aux associations caritatives et aux collectivités locales (mairies notamment). Campagne de communication télévisée de L'ADEME à l'automne 2010.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEEDDM Partenaires : MAAP (DGAL, SG, DICOM, DRAAF), ADEME, collectivités locales, professionnels de l'agro-alimentaire, associations caritatives.
Dans quel calendrier ?	Création : d'ici fin du premier trimestre 2011 Diffusion : 2 ^e et 3 ^e trimestres 2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de visites et de téléchargement des supports sur le portail l'alimentation (alimentation.gouv.fr) Nombre de supports papier diffusés

Pourquoi ?

En France, l'alimentation est culturellement liée aux notions de plaisir, de partage et de convivialité. Cependant, la distension des liens d'une population de plus en plus urbaine avec ses racines rurales, le basculement de la société dans un univers de communication de plus en plus rapide, la multiplication des messages contradictoires, anxiogènes, culpabilisants sur l'alimentation, font que les consommateurs perdent leurs repères alimentaires et leur confiance dans leur alimentation.

Pour permettre des choix éclairés, il importe de restaurer la confiance des consommateurs vis-à-vis de leur alimentation, de recréer un lien avec les producteurs, de retrouver une véritable approche alimentaire et pas uniquement nutritionnelle. Bref, il faut déculpabiliser le consommateur vis-à-vis de son alimentation, et « lui redonner de l'envie et du plaisir ».

L'expertise scientifique collective conduite par l'INRA sur les déterminants des comportements alimentaires a montré que les campagnes d'information nutritionnelle et de prévention ont peu d'impact sur les comportements : les campagnes d'information qui s'adressent à l'ensemble de la population atteignent surtout les catégories déjà sensibilisées et qui en ont donc le moins besoin.



©Pascal Xicluna/Min.Agr.Fr

CHIFFRES-CLÉS

(sources : CREDOC, DGER)

- ▶ L'apprentissage de la cuisine doit consister à apprendre à manger équilibré pour près de 89% des personnes interrogées, apprendre les règles d'hygiène pour 75%, initier au goût et à la diversité des produits pour 55%, apprendre à cuisiner pour 52%.
- ▶ 46% des français entre 15 et 75 ans trouvent les informations nutritionnelles difficiles à lire.
- ▶ Plus de 300 000 jeunes et adultes formés dans l'enseignement agricole dans près d'un millier d'établissements

Comment ?

Actions-phares :

- ▶ **Développer un portail internet dédié, véritable porte d'entrée sur l'ensemble des questions liées à l'alimentation et en faire un site de référence ;**
- ▶ **Labelliser des pôles régionaux / maisons de l'alimentation ;**
- ▶ **Cœuvrer pour l'étiquetage de l'origine des produits ;**
- ▶ **Informers le consommateur sur les produits bruts et transformés de façon simple, pratique et attrayante ;**
- ▶ **Élaborer des guides d'accueil des scolaires chez les professionnels des filières agricoles et de la pêche ;**
- ▶ **Encourager la mise en place de classes du goût à l'école ;**
- ▶ **Renforcer le lien entre les lycées hôteliers et les lycées agricoles.**

III.1 FORMER LES JEUNES, CONSOMMATEURS DE DEMAIN

III.1.1 Acquérir, durant le temps scolaire, des connaissances et sensibiliser les plus jeunes au patrimoine alimentaire et culinaire (comme on apprend à compter, on apprend à manger !)

III.1.1.1 EN RÉAFFIRMANT LA PLACE DE L'ENSEIGNEMENT DE L'ALIMENTATION DANS LES FILIÈRES PROFESSIONNELLES ET TECHNOLOGIQUES DE L'ENSEIGNEMENT AGRICOLE

Comment ?	Réaffirmer, dans le cadre de la réforme du Lycée, la place de l'enseignement du « fait alimentaire » en série technologique par le baccalauréat Sciences et Technologies de l'Agronomie et du Vivant (STAV) afin de faire appréhender par les élèves de 1 ^{ère} et terminale la chaîne de l'alimentation. Construire, par un travail pluridisciplinaire, les éléments d'une culture commune du « fait alimentaire », permettant de comprendre et d'éclairer les enjeux sanitaires, sociaux et économiques de notre alimentation. Construire et proposer, à un maximum d'apprenants, en lien avec la réforme de la voie professionnelle, un cours visant à faire de l'alimentation un objet intégrateur des savoirs parcellisés, par l'appréhension globale de la chaîne alimentaire, par la comparaison des systèmes alimentaires au niveau international, et par la clarification des exigences contradictoires et des représentations qui entourent l'aliment (qualité, sécurité sanitaire, plaisir, santé, coût).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL). Partenaires : inspection de l'EA, établissements de l'EA, professionnels des filières.
Dans quel calendrier ?	Le fait alimentaire sera mise en œuvre dans le courant de l'année scolaire 2010-2011 Le cours de la chaîne alimentaire sera disponible à la rentrée 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'élèves baccalauréat STAV formés. Nombre d'élèves de l'EA ayant suivi le cours de la chaîne alimentaire.

III.1.1.2 EN FAISANT DE L'ENSEIGNEMENT AGRICOLE UN LABORATOIRE D'EXPÉRIMENTATION D' ACTIONS À ÉTENDRE ENSUITE À L'ENSEMBLE DE LA JEUNESSE

Comment ?	Faire émerger des projets innovants en restauration collective en matière d'alimentation en milieu scolaire au regard des missions de l'enseignement agricole. A cet effet, renforcer les liens entre entreprises et lycées agricoles.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER) Partenaires : MEN, MAAP (DGAL, DRAAF), directeurs d'exploitation et d'ateliers technologiques des lycées, collectivités territoriales de rattachement, élèves, étudiants et apprentis, réseaux thématique de l'enseignement agricole, professionnels des filières.
Dans quel calendrier ?	Appel à projet des MAAP au premier semestre 2011. Accompagnement par les réseaux thématiques de l'EA en 2011-2012.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de projets financés. Nombres d'entreprises partenaires.

III.1.1.3 EN RENFORÇANT LE PARTENARIAT ENTRE LES LYCÉES HÔTELIERS ET LES LYCÉES AGRICOLES

Comment ?	Favoriser le rapprochement des lycées hôteliers et des lycées agricoles dans le cadre d'un appel à projets soutenu par les rectorats et les DRAAF. Pour former les élèves aux différents aspects de la production et de la valorisation des produits et des terroirs. Il s'agit de sensibiliser les producteurs de demain, à leur rôle fondamental dans la gastronomie en tant que fournisseurs de matières premières et les cuisiniers de demain, à leur mission capitale d'éducation alimentaire vis-à-vis du consommateur et à leur responsabilité de « passeurs » de « bons » produits.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER et DRAAF), MEN (DGESCO et rectorats) Partenaires : professionnels de l'agriculture, de la restauration et des métiers de bouche, collectivités territoriales, chambres d'agriculture, chambres de commerce et d'industrie.
Dans quel calendrier ?	À partir de septembre 2010
Avec quels indicateurs de suivi ?	Suivi du nombre de projets, et du nombre de professionnels engagés. Suivi des actions de promotion pour chacun des projets.

III.1.1.4 EN DÉVELOPPANT LES **CLASSES DU GOÛT** ET EN FAISANT INTERVENIR LES AGRICULTEURS, LES PÊCHEURS, AQUACULTEURS, LES INDUSTRIELS ET LES ARTISANS DES MÉTIERS DE BOUCHE DANS LES CLASSES POUR FAVORISER LA DÉCOUVERTE DE CES MÉTIERS ET DES PRODUITS DE TERROIRS

Comment ?	Rentrée 2010 : formation de 15 enseignants dans 6 régions pilotes entre septembre et décembre 2010 (Nord, Ile de France, Bourgogne, Centre, Alsace, la Réunion) par des formateurs en éveil sensoriel et par l'INAO. Cette formation dure 4 jours et correspond aux 8 séances des classes du goût. L'enseignant sera également épaulé lors de ses premières classes par les formateurs. Début 2011 : démarrage des classes du goût par les enseignants. Mai 2011 : inscription de la formation au PAF (Plan Académique de Formation) de l'EN Rentrée 2011 : formation de 15 enseignants dans les 20 régions pour une extension nationale des classes du goût en janvier 2012. Le protocole d'évaluation des classes du goût sera élaboré en concertation avec la région Pays de la Loire à travers le programme de recherche EducAlim (sur 3 ans qui débute en septembre 2010) et avec les équipes de recherche de l'INRA en éducation sensorielle.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DRAAF), MEN (DGESCO, rectorats). Partenaires : associations d'éducation au goût, INAO, INRA.
Dans quel calendrier ?	À partir de septembre 2010
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de séances de classes du goût. Nombre d'enfants ayant suivis ces séances.

III.1.1.5 EN ÉTABLISSANT UN PARTENARIAT À L'ANNÉE ENTRE UNE CLASSE ET UNE EXPLOITATION AGRICOLE (« UNE CLASSE, UNE FERME »)

Comment ?	<ul style="list-style-type: none"> – un contact entre l'agriculteur et la classe pendant le temps périscolaire, – la coordination entre les enseignants doit permettre d'intégrer le projet dans différentes disciplines : biologie, physique, mathématiques, histoire-géo, français... – le travail à l'année permettra de suivre le cycle de production (du champ à l'assiette), – compte rendu des visites et valorisation des acquis sur un site Internet dédié à l'opération où toutes les classes et les fermes participantes peuvent échanger et apporter du contenu, – les dernières visites sur l'exploitation doivent prévoir une participation effective des élèves au travail de la ferme, – on peut éventuellement envisager de faire participer les élèves des BTS des lycées agricoles comme intermédiaires entre l'agriculteur et les enfants.
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGER, DGAL, DICOM, DRAAF), MEN</p> <p>Partenaires : FNSEA, APCA.</p>
Dans quel calendrier ?	<ul style="list-style-type: none"> – entrée 2011 : lancement du projet pilote ; – d'ici janvier 2012 : lancement du site Internet interactif, mobilisation des réseaux agricoles ; – rentrée 2012 : élargissement de l'opération.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de classes participant à l'opération.

III.1.1.6 EN ÉLABORANT DES GUIDES D'ACCUEIL DES SCOLAIRES CHEZ LES PROFESSIONNELS DES FILIÈRES AGRICOLES ET DE LA PÊCHE

Comment ?	<p>Retisser le lien entre producteurs et consommateurs en permettant aux enfants de découvrir les métiers et les produits des filières agricoles et de la pêche grâce à la réalisation de guides d'accueil des scolaires chez les professionnels du frais et du transformé.</p> <p>Le guide sera constitué de deux parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Une partie qui livre les différents documents et informations administratifs permettant aux instituteurs comme aux professionnels d'organiser une visite en toute sécurité (réglementation, assurances,...) mais aussi en facilitant l'organisation générale de la visite (contacts, dates de récolte, ...). – Une partie présentant, pour chaque métier de la filière, différentes animations qui tiennent compte de l'âge des enfants. Cette partie permet aussi bien aux professionnels d'animer leur visite qu'aux enseignants de la préparer ou de l'exploiter à posteriori.
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM, DGER), MEN.</p> <p>Partenaires : professionnels de chaque filière (le guide existe déjà pour la filière fruits et légumes, il a été créé dans le cadre du programme « un fruit pour la récré »), prestataire privé pour expertise et mise en forme.</p>
Dans quel calendrier ?	<p>2010 : guide d'accueil des scolaires / filière pêche et aquaculture</p> <p>2011 : guide d'accueil des scolaires / filière céréales et filière laitière</p> <p>2012 : guide d'accueil des scolaires / filières viandes.</p> <p>Les guides seraient au fur et à mesure mis en ligne sur le portail internet du MAAP.</p>
Avec quels indicateurs de suivi ?	Évaluation des comportements alimentaires, données de consommation relatives aux produits bruts et peu élaborés : baromètre de l'alimentation, INCA, baromètre santé nutrition.

III.1.2 Acquérir, hors temps scolaire, un socle de connaissances et sensibiliser les plus jeunes au patrimoine alimentaire et culinaire

Comment ?	En améliorant la formation du personnel avec des modules spécifiques dans la préparation au BAFA et au BAFD . Préparer des modules de formation (prendre conscience des différentes représentations de l'alimentation, connaissance de la saisonnalité des produits bruts, origine et mode de productions, les dimensions nutritionnelle, environnementale, gustative, culturelle de l'alimentation).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL), MSS Partenaires : confédération de la jeunesse en plein air, associations d'éveil sensoriel et d'éducation à l'alimentation.
Dans quel calendrier ?	2011-2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Intégration d'un module de formation.

III.2 ÉDUCER LES CONSOMMATEURS

III.2.1 Créer un nouvel espace d'information sur l'alimentation

Comment ?	Développement du portail alimentation.gouv.fr pour en faire un site de référence sur l'alimentation offrant un accès direct sur une information renouvelée des domaines de compétence directs du MAAP, et re-routant vers des sites plus spécialisés (institutionnels – notamment site du réseau rural français, site MSS/INPES « manger bouger.fr », site DGCCRF -, professionnels, ...).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DICOM, SG/SDSI, DGAL). Partenaires : MERAT (DATAR), MSS (DGS), INPES, secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF).
Dans quel calendrier ?	Début 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de connections.

III.2.2 Labelliser, au sein de pôles régionaux, des maisons de l'alimentation

Comment ?	Les pôles régionaux de l'alimentation fédérant des maisons de l'alimentation informeront sur l'agriculture (mode de production, liste des produits régionaux...) et l'alimentation (brochures, jeux éducatifs, ...), l'économie ménagère, l'hygiène, le marketing et la publicité afin de permettre des choix éclairés (prix, qualité des produits). Elles organiseront des ateliers de découverte du goût et des ateliers de cuisine avec les conseils de bénévoles, fourniront un appui logistique au personnel éducatif scolaire et périscolaire, réaliseront des actions ciblées envers les populations les plus fragiles en organisant des ateliers mobiles, mèneront des débats autour des grands enjeux de l'alimentation. Dans une logique « bottom up », où l'initiative sera laissée aux partenaires locaux, le MAAP définira un cadre national (charte / cahier des charges) sur la base duquel il labellisera les initiatives locales qui le souhaiteront.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM, DRAAF) Partenaires : collectivités territoriales, Pays, chambres d'agriculture, lycées agricoles, lycées hôteliers, MCC, MEIE (DGCIS), associations de consommateurs, associations caritatives, confédération de la jeunesse en plein air, associations d'éveil sensoriel et d'éducation à l'alimentation, musées, sites remarquables du goût...
Dans quel calendrier ?	2011 - 2013
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de pôles régionaux de l'alimentation ayant labellisé une maison de l'alimentation.

III.2.3 Réaliser un centre de ressource des jeux éducatifs

Comment ?	En réalisant un centre de ressources des jeux de sociétés basés sur l'apprentissage ludique du fait alimentaire. Les expériences les plus réussies pourraient faire l'objet d'une diffusion commerciale nationale via différents supports (jeux traditionnels, jeux sur internet et sur téléphones mobiles, ...). Les expériences les plus réussies pourraient faire l'objet d'une diffusion commerciale nationale via différents supports (jeux traditionnels, jeux sur internet et sur téléphones mobiles, ...). Le cas échéant, afin de compléter les jeux existant pour des publics ou des thématiques non encore explorées, de nouveaux jeux pourront être développés.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM, DRAAF). Partenaires : MCC, interprofessions et associations.
Dans quel calendrier ?	Jeu de rôles fait par la DRIAAF Ile de France où le challenge consiste à préparer un repas avec des contraintes (saisonnalité, besoins physiologiques, matériel culinaire...) fin 2010 Jeu de trivial poursuite en Bretagne pour 2011. Jeu préparé en Alsace avec cofinancement DRAAF fin 2010, situé entre le jeu de l'Oie et le Trivial Poursuite, ce jeu a comme objectif essentiel l'amélioration des connaissances sur les fruits et légumes, et susciter la curiosité pour avoir envie d'y goûter et d'en consommer davantage. . Jeu préparé par l'association «les sens du goût» situé dans le Nord de la France début 2011 amenant à discuter sur les fonctions de l'alimentation (se nourrir, se réunir, se faire plaisir).
Avec quels indicateurs de suivi ?	Mise en place du centre de ressources (site alimentation du MAAP). Nombre de consultations du centre de ressources.

III.2.4 Développer des programmes éducatifs

Comment ?	En établissant un guide évolutif des programmes éducatifs sur la base des différents programmes en cours ou qui vont débiter en 2010 : Pays de Loire : EDUCALIM avec un apport des sciences humaines (programme expérimental ANR sur 3 ans). Languedoc-Roussillon : « Du caddie à l'assiette » : favoriser l'accès des jeunes en insertion (une trentaine de jeunes entre 16 et 25 ans) et d'adultes en situation précaire au décodage d'infos nutritionnelles avec mise en évidence des besoins nutritionnels, à l'apprentissage de la consommation : passage de l'achat au menu quotidien, au développement de l'esprit critique par rapport à la pub etc...Il s'agit d'amener chaque participant à prendre la décision de modifier ses comportements alimentaires en fonction de ses besoins. Limousin : En s'appuyant sur 4 ateliers du lycée agricole (les vaseix), construire un programme d'éducation à l'alimentation : élevage des animaux, culture des végétaux (agri raisonnée et AB), produits alimentaires (travail des 5 sens, découverte des fruits et légumes de saison, menus équilibrés etc..., mise en œuvre, dégustation.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL, DRAAF). Partenaires : MEN, MESR.
Dans quel calendrier ?	2010 à 2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Mise à disposition des outils

III.3 INFORMER LES CONSOMMATEURS

III.3.1 Améliorer l'étiquetage et l'information sur les produits

III.3.1.1 EN ŒUVRANT POUR L'ÉTIQUETAGE DE L'ORIGINE DES PRODUITS

Comment ?	Faire évoluer la réglementation communautaire relative à l'information du consommateur sur les denrées alimentaires vers un renforcement des règles d'étiquetage de l'origine, notamment pour les denrées alimentaires non transformées. Sans attendre, informer les opérateurs, et notamment les interprofessions, qu'ils peuvent prendre l'initiative d'une information du consommateur sur l'origine des produits.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), MAAP (DGAL, DGPAAT). Partenaires : CNC, CNA, ANIA, réseau diplomatique.
Dans quel calendrier ?	2 ^{ème} semestre 2010 – 1 ^{er} semestre 2011.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de secteurs, puis de produits, bénéficiant de l'étiquetage de l'origine.

III.3.1.2 EN INFORMANT LE CONSOMMATEUR SUR LES PRODUITS BRUTS ET PEU ÉLABORÉS DE FAÇON SIMPLE, PRATIQUE ET ATTRAYANTE

Comment ?	<ol style="list-style-type: none">1. Constituer une base de données très complète (dénomination du produits, caractéristiques, mode de production, signes de qualité existants, caractéristiques technologiques, valorisation culinaire, etc.).2. Extraire les informations utiles au sein de cette base exhaustive, afin de créer des supports de communication officiels, de divers formats et destinés à des cibles variées (« fiches produits »).3. Les divulguer via les nouvelles technologies de l'information (site internet du MAAP, applications de téléphonie mobile relatives aux produits agricoles accessibles depuis le portail de services aux citoyens « proximamobile.fr »).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DGER, DICOM) Partenaires : – Secrétariat d'Etat à la prospective et au développement de l'économie numérique, MESR. – Partenaires extérieurs : les phases de validation et d'évaluation feraient intervenir professionnels des filières agricoles et agroalimentaire, sociologiques de l'alimentation, institutionnels et bien sûr consommateurs.
Dans quel calendrier ?	<ol style="list-style-type: none">1) Dès 2010 : Démarrage des travaux : implication de toutes les directions du MAAP, création des groupes de travail, état des lieux de l'existant, conception de la base de données.2) Dès 2011 : Fin de la conception de la base de données, alimentation du contenu et premiers tests de supports.3) 2012 : Relecture et validation - Conception et diffusion des supports de communication.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Évaluation des comportements alimentaires, données de consommation relatives aux produits bruts et peu élaborés : baromètre de l'alimentation, INCA, baromètre nutrition santé...

III.3.1.3 EN TRAVAILLANT À **MODERNISER LES INFORMATIONS RELATIVES AUX ALIMENTS** DANS UNE APPROCHE INTÉGRÉE, RATIONNELLE ET PRAGMATIQUE

Comment ?	Les attentes des consommateurs se multiplient, le nombre d'informations qui doivent être disponibles sur un produit alimentaire augmentent. Le lancement d'un programme national « conso'acteur » permettra de développer un système (codes à barres et consultable sur des bornes en magasin ou via le téléphone portable ...) donnant au consommateur des informations sur les modes de production, leur impact environnemental, leur composition...
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL), secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF). Partenaires : observatoire de l'alimentation (voir axe 2 point 1), acteurs de la base de données sur les produits peu élaborés (cf tableau précédent), fournisseurs de gene codes, fournisseurs de moyens en technologie de l'information, grande distribution, industriels, interprofessions.
Dans quel calendrier ?	2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de connexions.

III.3.2 Afficher les **impacts environnementaux** sur les produits agricoles

Comment ?	<p>En application de la loi de programmation Grenelle 1 et du projet de loi portant engagement national pour l'environnement (LENE ou Grenelle 2), mettre en place une phase d'expérimentation qui débuterait le 1er juillet 2011 :</p> <ul style="list-style-type: none"> – identifier les produits agricoles et alimentaires dans les catégories de produits qui feraient le cas échéant l'objet d'une expérimentation ; – travailler sur l'articulation entre l'affichage environnemental et la certification HVE. <p>Au niveau pratique :</p> <ul style="list-style-type: none"> – avant la phase éventuelle d'expérimentation : encourager, identifier et organiser le retour d'expérience concernant les engagements volontaires des acteurs privés. – en préalable à une phase d'expérimentation, expertise et débats sur les contours possibles d'une telle expérimentation en matière de produits agricoles et alimentaires. – Pendant la phase éventuelle d'expérimentation qui durerait au moins 1 an à compter du 1er juillet 2011 : <ul style="list-style-type: none"> • Informer le consommateur sur la phase d'expérimentation, les indicateurs retenus, leur signification et leurs limites à ce stade des travaux. • Pratiquer l'affichage environnemental multi-critères sur les produits sélectionnés pour la phase d'expérimentation. L'affichage ne se limitera pas au carbone, mais traitera également des autres impacts du produit, en faisant le lien avec l'exploitation (pratiques culturales) lorsque cela apparaît pertinent. • Tester différents modes d'affichage et organiser des enquêtes auprès des consommateurs afin d'identifier le(s) mode(s) d'affichage le(s) plus pertinent(s). – A l'issue de la phase d'expérimentation, sur la base du retour d'expérience, l'affichage environnemental serait mis en œuvre selon les modalités apparues comme les plus pertinentes (critères, unité de consommation, mode, ...).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEEDDM Partenaires : MAAP, secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), IAA, distributeurs, associations de consommateurs, instituts techniques, AFNOR, ADEME, secteur de la recherche.
Dans quel calendrier ?	Textes d'application de la loi LENE d'ici fin 2010, expérimentation en 2011, éventuelle obligation à partir de 2012.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Textes d'application de la loi LENE. Nombre d'initiatives expérimentales volontaires.

III.3.3 Renforcer l'information des consommateurs sur la composition nutritionnelle des denrées préemballées

Comment ?	<p>Sur le territoire national, près de 90% des denrées préemballées comportent un étiquetage nutritionnel qui permet d'informer les consommateurs, notamment sur les teneurs de ces denrées en énergie, glucides, protéines et lipides. Il s'agit d'une information de premier plan pour les consommateurs puisqu'elle leur permet de comparer les denrées entre elles et d'exercer ainsi son libre arbitre dans ses choix lors de l'achat.</p> <p>L'objectif de cette mesure est de renforcer la connaissance des consommateurs, en fonction des publics concernés, sur le contenu et la signification des dispositions en vigueur de l'étiquetage nutritionnel.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : Secrétariat d'Etat à la consommation (DGCCRF).</p> <p>Partenaires : MAAP, MSS, Associations de consommateurs, Associations d'obèses, INC.</p>
Dans quel calendrier ?	<p>Publications des documents et aménagement du site internet : 2010 et 2011.</p> <p>Etudes et travaux sur les besoins des différentes catégories de consommateurs : 2011 et 2012.</p>
Avec quels indicateurs de suivi ?	<p>Nombre de documents publiés et d'études réalisées.</p>

Pourquoi ?

Le patrimoine alimentaire et culinaire français est fait d'éléments matériels et immatériels : la diversité des produits agricoles qui sont le reflet des terroirs, la vitalité des entreprises agroalimentaires qui sont à l'origine de la variété et de la qualité de l'offre alimentaire de notre pays, l'excellence de nos cuisiniers et leur maîtrise des techniques culinaires, en sont les éléments matériels. Mais l'histoire et la notoriété de notre alimentation, notre attachement collectif au repas, les pratiques sociales et représentations symboliques relatives à l'alimentation, sont autant de valeurs immatérielles qui s'attachent aussi à ce patrimoine.

Ce patrimoine doit être non seulement préservé, mais également développé dans une logique intégrée de développement des territoires.



©Pascal Xicluna / Min.Agr.Fr

CHIFFRES-CLÉS

[sources : TNS SOFRES, CREDOC, AGRESTE]

- ▶ 84 % des français conçoivent le repas gastronomique en premier lieu comme une culture dont tous les français sont porteurs.
- ▶ 20 % des exploitations agricoles sont engagées dans une production sous signe d'identification de la qualité et de l'origine.
- ▶ Le label « restaurateurs de France » et la certification de la restauration faisant appel aux produits du terroir ne comptent respectivement que 327 et 50 adhérents pour environ 100 000 entreprises relevant du secteur de la restauration commerciale.

Comment ?

Actions-phares :

- ▶ Extension des **journées européennes du patrimoine** au patrimoine alimentaire et gastronomique ;
- ▶ Consolidation d'un **inventaire national** des produits et recettes régionales (« registre national du patrimoine alimentaire ») ;
- ▶ **Certification / labellisation des restaurateurs** privilégiant les produits frais et les recettes du patrimoine culinaire, les produits sous signes officiels de qualité, les produits de saison, les approvisionnements de proximité ;
- ▶ Renforcement de la connaissance et de la reconnaissance des **SIOO** auprès des consommateurs et des professionnels.

IV.1 VALORISER LES PRODUITS ET SAVOIRS FAIRE CULINAIRES

IV.1.1 Consolider un inventaire national des produits et recettes régionales (« registre national du patrimoine alimentaire »)

Comment ?	En complétant le volet « alimentation » des inventaires du patrimoine culturel immatériel (l'inventaire des inventaires, l'inventaire des pratiques du vivant) du ministère de la culture et de la communication, et en créant un inventaire national des produits et des savoir-faire régionaux traditionnels. Ces inventaires feront l'objet d'une promotion via le site internet du MAAP en assurant leur cohérence avec l'ensemble des autres actions du PNA.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MCC. Partenaires : MAAP (DGAL, DICOM, DRAAF), INAO, professionnels du monde agricole, chambres d'agriculture.
Dans quel calendrier ?	2011 : démarrage de l'enquête par le biais des chambres d'agriculture.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de produits et de recettes identifiés.

IV.1.2 Promouvoir les métiers de l'artisanat alimentaire

Comment ?	En menant des actions de promotion de ces métiers dans les salons pour l'emploi et en GMS au niveau du consommateur.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DGER, DRAAF). Partenaires : MEN, interprofessions, GMS, associations de consommateurs.
Dans quel calendrier ?	2011 : identification des actions de communication pour le salon pour l'emploi et des GMS souhaitant participer à l'opération.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'actions de promotion réalisé.

IV.1.3 Etendre les journées européennes du patrimoine au patrimoine alimentaire et gastronomique

Comment ?	En associant l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire à des actions liées au thème annuel des JEP choisi par le ministère de la Culture et de la communication.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MCC. Partenaires : MAAP (DGER, DICOM, DGAL, DRAAF), INAO, professionnels du monde agricole, IAA.
Dans quel calendrier ?	Été 2010 : recensement des opérations et lieux ouverts pour les JEP 2010 en lien avec le patrimoine alimentaire et gastronomique. Septembre 2010 : première étape de l'ouverture des JEP au patrimoine alimentaire et gastronomique. Début 2011 : appel à candidature pour identifier les acteurs.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de partenaires participant à l'opération.

IV.1.4 Développer la part de production sous signe de qualité et renforcer la communication sur les signes d'identification de la qualité et de l'origine

Comment ?	<ul style="list-style-type: none">– En renforçant la connaissance des signes de qualité auprès des professionnels (les différents SIQO, leurs spécificités, leurs « plus-values »), notamment en faisant connaître des éléments en matière de retombées économiques par la mise en place d'un observatoire économique sur les SIQO auprès de l'INAO (hors agriculture bio qui relève de l'Agence bio).– Poursuite de l'opération « mois de l'origine et de la qualité » organisée par le MAAP et l'INAO en partenariat avec la FCD, les bouchers, fromagers pour mener des actions d'une part dans les grandes surfaces de distribution et, d'autre part, auprès de l'artisanat alimentaire.– Campagne de communication « transversale », par exemple télévisuelle + internet...– Valoriser les produits bio dans la restauration commerciale : élaboration d'un cahier des charges pour l'utilisation du logo « agriculture biologique » dans la restauration commerciale.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP. Partenaires : INAO, organisations professionnelles (de la production à la distribution + secteur de la restauration).
Dans quel calendrier ?	Mois de l'origine et de la qualité en Octobre de chaque année. Campagne télévisuelle à l'été sur les produits bio. Observatoire économique sur les SIQO mis en place par l'INAO : cf contrat d'objectifs INAO Élaboration d'un cahier des charges pour l'utilisation du logo « agriculture biologique » dans la restauration commerciale : fin 2010.
Avec quels indicateurs de suivi ?	<ul style="list-style-type: none">– suivi du nombre de SIQO enregistrés, et du nombre de professionnels engagés dans les différentes démarches,– part de marché intérieur et à l'export des produits sous SIQO,– évaluation de la notoriété des SIQO,– nombre de participants à l'observatoire économique.

IV.1.5 Distinguer et valoriser les meilleurs professionnels de la restauration traditionnelle (« les maîtres restaurateurs »)

Comment ?	Création d'un Titre décerné par le Préfet de département visant à reconnaître l'excellence des meilleurs professionnels de la restauration traditionnelle et des métiers de bouche en général, en valorisant leur compétence ainsi que leur engagement en faveur de la qualité. Ce titre est décerné sur la base d'un cahier des charge défini par arrêté ministériel.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEIE (DGCIS) Partenaires : MAAP (DGAL, DRAAF), MCC, organisations professionnelles, organismes certificateurs..
Dans quel calendrier ?	Dispositif effectivement en application depuis avril 2008. Près de 1 000 titres délivrés à ce jour. Le contrat d'avenir du 28 avril 2009 prévoit de porter à 3 000 le nombre de maîtres restaurateurs d'ici avril 2012. Recensement trimestriel effectué auprès des préfetures.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de maîtres restaurateurs auxquels ce titre est décerné.

IV.1.6 Promouvoir la restauration faisant appel aux produits du terroir

Comment ?	Développer des réseaux de restaurateurs engagés dans des démarches qualité en favorisant le développement des démarches mises en place par un label et une certification de services garantissant aux consommateurs la qualité, la fraîcheur et la traçabilité des produits utilisés et la préparation sur place des plats.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MEIE (DGCIS). Partenaires : MAAP (DGAL, DRAAF), MCC, restaurateurs de France.
Dans quel calendrier ?	2010 - 2013
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de restaurateurs engagés dans la démarche.

IV.1.7 Développer les Spécialités Traditionnelles Garanties (STG)

Comment ?	Susciter des demandes de reconnaissance en STG en renforçant la connaissance de ce signe officiel auprès d producteurs grâce aux moyens mis en place pour l'ensemble des signes d'identification de l'origine et de la qualité.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP. Partenaires : INAO, secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), OP.
Dans quel calendrier ?	2010 - 2013
Avec quels indicateurs de suivi ?	Suivi du nombres de STG enregistrées, et du nombre de professionnels engagés dans les différentes démarches. Pour les actions de promotion : voir actions et indicateurs concernant les SIQO.

IV.2 FAIRE DE L'ALIMENTATION UN AXE FORT DU TOURISME SUR NOS TERRITOIRES

IV.2.1 Développer l'œnotourisme

Comment ?	<p>Le concept tourisme vitivinicole, ou œnotourisme, renvoie à la notion de découverte, par des gens en situation de tourisme ou de loisirs, du vin dans sa région de production. Il regroupe l'ensemble des activités de tourisme et de loisirs liées à la découverte du vin "in situ" (visites de caves, routes des vins, stages d'œnologie, musées et écomusées du vin...), ainsi que la "mise en tourisme" des sites et patrimoines liés au vin et à sa production. Dans ce cadre, les actions suivantes seront menées :</p> <ul style="list-style-type: none">– création d'un label sur les destinations du vin : améliorer la lisibilité de l'offre qui reste difficile d'accès compte tenu de la multiplicité des appellations, développer la fréquentation et la consommation touristique grâce à ce facteur d'attractivité, développer le débouché tourisme pour la filière viticole ;– prix national de l'œnotourisme : distinguer des démarches individuelles ou collectives exemplaires contribuant à la promotion de l'œnotourisme. Le Prix ne s'applique qu'aux démarches abouties et opérationnelles et pas aux initiatives encore au stade de l'élaboration ou de la mise en œuvre. Ces démarches doivent être simples, et rapidement transférables, susceptibles d'être reproduites techniquement et économiquement par d'autres vigneron.
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MEIE (DGCIS). Partenaires : MAAP (DGAL, DGPAAT, DICOM), MCC, MERAT (DATAR), Conseil supérieur de l'œnotourisme, Atout de France, INAO.</p>
Dans quel calendrier ?	2010 - 2013
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de labels œnotourismes et de prix de l'œnotourisme décernés.

IV.2.2 Renforcer la reconnaissance des sites remarquables du goût

Comment ?	<p>Les sites remarquables du goût sont des lieux de production reconnus comme remarquables parce qu'offrant un produit de qualité emblématique d'un territoire, bénéficiant d'une notoriété et d'une histoire. Ils doivent répondre à 4 critères :</p> <ol style="list-style-type: none">1/ l'existence d'un produit alimentaire de qualité, emblématique du territoire et bénéficiant d'une notoriété et d'une histoire ;2/ la présence d'un patrimoine exceptionnel sur le plan architectural et/ou environnemental, lié au produit ;3/ un accueil du public permettant de faire connaître les liens entre le produit, le patrimoine culturel, les paysages et les hommes ;4/ l'organisation des acteurs autour des 4 facettes du concept (agriculture / tourisme / culture / environnement). <p>Les projets s'inscrivent dans une approche de type développement durable et dans des stratégies territoriales permettant d'accélérer la dynamique de développement des territoires concernés autour d'une valorisation patrimoniale et de mettre en place, dans les sites agréés, des programmes d'éducation au goût et à l'art culinaire dans ses différentes composantes culturelles et artistiques notamment en milieu scolaire. L'éducation aux arts du goût est une formidable entrée pour une éducation artistique : réalisation d'affiches, vidéo, photographie présentant la richesse gastronomique d'une région selon les saisons, découverte de l'œuvre d'un artiste à travers l'inspiration procurée par la présence matérielle de fruits et d'aliments (Cézanne, Soutine, Archimboldo). La découverte de pratiques multiculturelles autour d'aliments de base comme le pain ou interculturelles comme la belle l'histoire des épices et des routes qu'elles empruntèrent jadis pour venir colorer tous nos plats est une voie d'accès à l'imaginaire, à la poésie, à la tolérance. Afin d'accroître leur reconnaissance, un lien avec le site lesitesremarquablesdugout.com sera créé sur le portail internet du MAAP.</p>
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MCC Partenaires : MAAP (DGAL, DGPAAT, DICOM, DPMA, DRAAF), MEIE (DGCIS), MEEDDEM, Association nationale des Sites Remarquables du Goût.</p>
Dans quel calendrier ?	2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de connections, via le site du MAAP. Nombre de nouveaux sites reconnus.

IV.2.3 Mettre en valeur le patrimoine culinaire français au travers de la restauration et de l'hôtellerie

Comment ?	En mettant en valeur les restaurateurs privilégiant les produits frais et les recettes du patrimoine culinaire, les produits de saison, les approvisionnements de proximité. Certifier ces restaurateurs, sur la base d'une démarche volontaire, permettant de valoriser les produits régionaux auprès des consommateurs et de préserver les recettes traditionnelles.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM, DRAAF). Partenaires : syndicat de l'hôtellerie et de la restauration.
Dans quel calendrier ?	L'objectif est d'avoir les premiers restaurants certifiés en 2012.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de restaurants certifiés.

IV.3 PROMOUVOIR LE PATRIMOINE ALIMENTAIRE FRANÇAIS À L'INTERNATIONAL

IV.3.1 Aider les entreprises à adapter l'offre française à la demande internationale selon les études de marchés et de panels

Comment ?	Adapter le programme annuel des actions Ubifrance dans la convention avec le MAAP. Faire précéder cette adaptation par des consultations des interprofessions afin de répondre au mieux à leurs besoins.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DPMA, DICOM). Partenaires : UbiFrance, interprofessions.
Dans quel calendrier ?	Chaque année au deuxième semestre lors de la négociation de la convention avec UbiFrance.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre d'études réalisées.

IV.3.2 Mettre en valeur, dans les messages de promotion des produits français, leurs qualités, leur accessibilité et leur convivialité, en complément de l'image haut de gamme qui leur est souvent reconnue

Comment ?	Développer un argumentaire précis à l'attention des pays étrangers sur les qualités des produits français. Ces messages seront portés et développés par SOPEXA dans le cadre de sa délégation de service public (DSP) au cours des actions qu'elle réalise annuellement pour le compte du MAAP. L'argumentaire devra en premier lieu être établi en concertation entre les partenaires concernés.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DICOM). Partenaires : Sopexa, interprofessions, , INAO, Franceagrimer.
Dans quel calendrier ?	Une première consultation dès 2010 des partenaires pourrait permettre d'élaborer les messages puis on procéderait à leur évaluation et leur renouvellement sur une base annuelle.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Restent à définir grâce à l'étude externe sur l'évaluation des actions de la DSP dont les conclusions seront rendues en octobre 2010.

IV.3.3 Favoriser la mise en relation des opérateurs français et étrangers lors des événements de promotion internationaux des marchés stratégiques

Comment ?	Rendre plus lisible et plus efficace le dispositif public d'appui à l'export. Les concertations entre les acteurs de ce dispositif sont en cours et doivent se poursuivre afin de redéfinir les attributions d'Ubifrance et de Sopexa et de permettre une meilleure synergie de ces opérateurs majeurs.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGPAAT, DGAL, DICOM). Partenaires : MEIE (DGTPE), Sopexa, Ubifrance, Franceagrimer.
Dans quel calendrier ?	Deuxième semestre 2010
Avec quels indicateurs de suivi ?	La DSP comporte déjà ses propres indicateurs. Cependant, ils peuvent encore être affinés grâce à l'étude externe sur l'évaluation des actions de la DSP dont les conclusions seront rendues en octobre 2010.

Pourquoi ?

La recherche dans le domaine de l'alimentation doit relever les défis de la croissance démographique, de la mondialisation des échanges (de biens et de personnes) et des changements environnementaux globaux. Pour y parvenir, elle doit également intégrer les évolutions dans le domaine des technologies et les avancées sur la compréhension du comportement des consommateurs. Ces défis doivent être relevés tout en maintenant une forte compétitivité des entreprises agro-alimentaires françaises.

La multiplicité des acteurs et outils de la recherche et de l'innovation en alimentation peut constituer un facteur de dispersion de l'effort national de recherche, et en limiter la lisibilité.



©Pascal Xicluna/Min.Aagri.Fr

CHIFFRES-CLÉS

[source : DGER]

Acteurs de la recherche et de l'innovation :

- ▶ 9 principaux organismes de recherche et agences d'évaluation des risques français (ANSÈS, CEA, CEMAGREF, CIRAD, CNRS, IFREMER, INRA, INSERM, IRD), 7 pôles de compétences et 17 établissements de l'enseignement supérieur agronomique et vétérinaire, les universités, associés au sein de 5 consortium et d'alliances (Agreenium, Alliance des Sciences de la Vie et de la Santé, Alliance pour les sciences de la Mer, Alliance pour les Sciences de l'Environnement) ;
- ▶ plus de 20 pôles de compétitivité qui œuvrent dans les domaines agricole et agroalimentaire ;
- ▶ 21 instituts techniques agricoles et structures adossées du réseau ACTA et 18 instituts techniques agro-industriels du réseau ACTIA ;
- ▶ le secteur agro-alimentaire, qui consacre 1% de son chiffre d'affaires à la recherche et au développement (soit environ 1,5 milliard d'Euros par an) et environ 7% à l'innovation ;
- ▶ les plate-formes technologiques européennes, éventuellement déclinées au niveau national, favorisant les synergies entre recherche publique et privée dans le domaine de l'alimentation (Food For Life, Plants For the Future, Global Animal Health, etc).

Guichets de financements publics nationaux et européens :

- ▶ le 13^e Contrat de Projet Etat-Région avec une action « recherche appliquée, innovation dans l'industrie agro-alimentaire » (7 millions d'Euros sur 7 ans financés par le MAAP) ;
- ▶ l'Agence Nationale de la Recherche, avec un programme dédié à l'alimentation (ALIA : 13 projets retenus en 2009 pour un montant global d'environ 8 millions d'Euros) ;
- ▶ le Fonds Unique Interministériel pour le financement des projets de recherche et développement et des plate-formes d'innovation collaboratifs labellisés par les pôles de compétitivité (environ 10 millions d'Euros en 2009 pour le secteur agro-industriel) ;
- ▶ Oséo, qui finance à hauteur de 36 millions d'Euros par an (2008) des programmes de recherche industrielle et de développement expérimental (agriculture – pêche – agroalimentaire) ;
- ▶ le 7^e programme cadre de recherche et développement de l'Union européenne, avec un volume financier annuel consacré à l'alimentation d'environ 60 millions d'Euros ;
- ▶ Les investissements d'avenir offrent par ailleurs de nouvelles possibilités de financement des projets de recherche, en particulier dans les domaines de l'agronomie, de l'alimentation, des biotechnologies et de la santé.

Comment ?

Actions-phares :

- ▶ Suivre de grandes cohortes de population afin de vérifier les bénéfices des régimes alimentaires et de certains aliments ;
- ▶ Créer des plate-formes mutualisées d'innovation, interface entre la recherche et les entreprises, notamment les PME, afin de renforcer l'innovation et faciliter le transfert dans le secteur agro-alimentaire ;
- ▶ Compléter l'expertise scientifique par une évaluation socio-économique.

Afin d'accroître les synergies entre acteurs et accentuer la cohérence globale du dispositif national de recherche en alimentation, quatre axes programmatiques fédérateurs et structurants peuvent être définis :

V.1 PROMOUVOIR LA RECHERCHE SUR L'ALIMENT

V.1.1 Accroître la qualité nutritionnelle, en évaluant les bénéfices santé des aliments

Comment ?	Les aliments à bénéfice santé constituent un marché en plein essor. C'est le cas par exemple des aliments riches en acides gras oméga-3. Etudier les bénéfices pour la santé d'un aliment donné, ce qui implique d'identifier au préalable les biomarqueurs adaptés, permet de développer de nouveaux produits et ainsi d'accroître la compétitivité des industries agro-alimentaires.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL, DGPAAT, DPMA) Partenaires : MSS, DGCCRF, Anses, organismes de recherche, instituts techniques, pôles de compétitivité et industriels.
Dans quel calendrier ?	Un projet sera déposé dans le cadre des appels à projets investissements d'avenir.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection d'un projet de recherche collaborative sur les biomarqueurs en nutrition-santé.

V.1.2 Accroître la qualité organoleptique, notamment gustative, en menant des recherches sur la sélection de végétaux et d'animaux

Comment ?	En développant les outils des « omiques » (génomique, transcriptomique, métabolomique) permettant d'identifier les déterminants de la qualité organoleptique des végétaux et aliments d'origine animale (identifier les gènes responsables du goût d'un fruit pour ensuite sélectionner les arbres fruitiers porteurs de ce gène)..
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL). Partenaires : organismes de recherche, instituts techniques, pôles de compétitivité et industriels.
Dans quel calendrier ?	Un projet sera déposé dans le cadre des appels à projets investissements d'avenir.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection d'un projet de plate-forme mutualisée d'innovation dédiée.

V.1.3 Accroître la qualité sanitaire, en développant la recherche partenariale public - privé

Comment ?	En créant des plate-formes mutualisées d'innovation associant les industriels pour le développement de nouveaux procédés de préservation des aliments (haute-pression, lumière pulsée), répondant aux exigences sanitaires réglementaires et adaptés aux nouvelles pratiques de consommation.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL). Partenaires : Anses, Organismes de recherche, instituts techniques, pôles de compétitivité et industriels.
Dans quel calendrier ?	Un projet sera déposé dans le cadre des appels à projets investissements d'avenir.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection d'un projet de plate-forme mutualisée d'innovation dédiée.

V.1.4 Accroître la qualité environnementale, en développant la chimie du végétal pour produire des molécules d'intérêt alimentaire issues de procédés de fabrication respectueux de l'environnement

Comment ?	En créant des plate-formes technologiques pour l'extraction, par des procédés respectueux de l'environnement, de vitamines, d'édulcorants, de principes actifs afin de les substituer aux molécules produites à partir du carbone fossile (chimie du pétrole).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL, DGPAAT). Partenaires : MEEDDM, organismes de recherche, instituts techniques, pôles de compétitivité et industriels.
Dans quel calendrier ?	Un projet sera déposé dans le cadre des appels à projets investissements d'avenir.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection d'un projet de plate-forme mutualisée d'innovation dédiée.

V.2 PROMOUVOIR LA RECHERCHE POUR MIEUX CONNAITRE ET DÉVELOPPER DES MODÈLES ALIMENTAIRES AMÉLIORANT LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS, PRÉSERVANT LES RESSOURCES ET VALORISANT L'ENVIRONNEMENT

V.2.1 Suivre une grande cohorte de population afin de vérifier les bénéfices des régimes alimentaires et de certains aliments chez l'homme sain et d'identifier les facteurs de prédisposition aux maladies nutritionnelles

Comment ?	Ce dispositif de recherche permet de suivre pendant une longue durée (5 à 10 ans) un échantillon de population de grande taille (200 000 à 500 000 sujets). Il contribue à mesurer, en situation réelle, l'impact de l'alimentation sur l'état de santé, en identifiant notamment les aliments ou pratiques alimentaires constituant un facteur de protection pour le consommateur à l'égard d'une maladie donnée. Associé à la constitution et à l'analyse d'une biobanque d'échantillons biologiques, il peut contribuer à identifier et valider des biomarqueurs, outils indispensables à l'objectivation des relations de causalité entre certains nutriments, aliments ou comportements alimentaires et l'émergence de pathologies.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : Anses, organismes de recherche, instituts techniques, pôles de compétitivité et industriels Partenaires : MAAP (DGER, DGAL), MESR, MSS.
Dans quel calendrier ?	Un projet sera déposé dans le cadre des appels à projets investissements d'avenir.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection d'un projet de grande cohorte dédiée à l'alimentation, la nutrition et la santé et contribuant à la constitution d'une banque de biomarqueurs.

V.2.2 Développer les instruments de quantification de l'empreinte environnementale de modèles alimentaires complexes

Comment ?	En développant des outils d'analyse de cycles de vie adaptés aux régimes alimentaires complexes (c'est-à-dire incluant différentes rations alimentaires, variables en fonction des individus), intégrant l'impact des systèmes alimentaires sur la biodiversité ainsi que l'impact d'un régime sur la santé du consommateur.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL). Partenaires : MEEDDM, Anses, organismes de recherche.
Dans quel calendrier ?	Lancement dès 2011, dans le cadre des nouveaux appels à projets de l'ANR et du projet d'ERAN et Sustainable Food.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection de 2 à 3 projets par an sur ce thème.

V.3 CRÉER DE NOUVEAUX OUTILS EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES POUR MIEUX COMPRENDRE L'ACTE ALIMENTAIRE ET LES MODÈLES ALIMENTAIRES

V.3.1 Développer l'étude des déterminants des comportements alimentaires et du statut nutritionnel des personnes vulnérables (personnes âgées...)

Comment ?	En étudiant les habitudes alimentaires des personnes âgées en période de canicule afin de renforcer l'appétence de rations riches en eau (fruits frais, gelées, etc...).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL). Partenaires : Anses, organismes de recherche.
Dans quel calendrier ?	Lancement dès 2011, dans le cadre des nouveaux appels à projets de l'ANR et des appels à projets de la Fondation Française pour la Nutrition.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection d'un projet de recherche.

V.3.2 Étudier et développer les instruments des politiques publiques permettant de faire évoluer les pratiques alimentaires

Comment ?	En menant des travaux sur l'évaluation socio-économique de l'application du Paquet Hygiène sur les filières alimentaires (impact de la mise en place de plans de maîtrise des dangers pour les consommateurs dans les élevages).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGER, DGAL). Partenaires : organismes de recherche.
Dans quel calendrier ?	Financement dès 2010.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sélection de 3 projets sur l'évaluation socio-économique des politiques publiques dans les domaines de la sécurité sanitaire des aliments, de la protection des végétaux et de la santé animale.

V.4 ELARGIR LE CHAMP DU DISPOSITIF D'ÉVALUATION EX ANTE DES POLITIQUES PUBLIQUES

V.4.1 Compléter l'expertise scientifique par une évaluation socio-économique

Comment ?	<p>Le dispositif d'analyse des risques actuellement mis en place ne permet pas toujours d'évaluer de façon solide les impacts socio-économiques des interventions publiques. Cette action vise à rendre plus systématique l'usage de l'évaluation socio-économique comme une étape essentielle dans l'élaboration de nouvelles mesures.</p> <p>L'évaluation socio-économique doit permettre d'améliorer le processus décisionnel du gestionnaire de risque et de mieux gérer l'allocation des ressources privées et publiques dans la maîtrise des risques sanitaires. Elle favorise une meilleure compréhension des politiques publiques en renforçant la transparence et l'objectivité du processus de décision. Fondée sur des méthodes d'analyses scientifiques reconnues, elle permet d'évaluer de façon quantitative les coûts et les bénéfices économiques et sociaux engendrés par une action ou une décision sur tous les acteurs de la société (producteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs, citoyens).</p> <p>Pour mettre en œuvre de façon durable et efficace des évaluations socio-économiques en appui de la décision de gestion du risque sanitaire, l'Etat développera un cadre cohérent :</p> <p>en contribuant à développer les méthodes, les données et les compétences par la recherche et l'enseignement supérieur, ce qui implique de structurer un réseau de chercheurs et d'experts sur cette thématique</p> <ul style="list-style-type: none">– en engageant des analyses socio-économiques pilotes de type coût-bénéfice ou coût-efficacité ou d'études d'impact économique et sociologiques ;– en définissant les priorités de travail pour la génération et le recueil des données ;– en organisant la consultation sociétale dans le processus d'évaluation socio-économique ;– en promouvant le dispositif d'évaluation socio-économique auprès des parties prenantes et des instances internationales (Commission européenne, OEPP).
Quels partenaires mobiliser ?	<p>Chef de file : MAAP (DGAI-pilote, DGER, SG, DGPAAT, DPMA).</p> <p>Partenaires : France Agrimer, organisations professionnelles secteurs agricoles, de la pêche et agro-alimentaires, distributeurs, associations de consommateurs, CNA, organismes de recherche, établissement d'enseignement supérieur, Anses, Commission européenne.</p>
Dans quel calendrier ?	2010-2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Sans objet à ce stade.

Pourquoi ?

En matière d'information et de communication sur l'alimentation, le constat qui s'impose est la surabondance d'émetteurs et de messages, parfois contradictoires entre eux. Il importe donc qu'en accompagnement de la mise en œuvre de la nouvelle politique publique de l'alimentation, une nouvelle forme de communication générique et qui redonne du sens, soit développée et en particulier par les acteurs publics concernés. Cette communication doit mettre en valeur l'alimentation dans ses différentes dimensions et accompagner la mise en œuvre des mesures du PNA au fur et à mesure de leur concrétisation.

L'objectif que la communication doit poursuivre n'est pas de rajouter un niveau supplémentaire d'information, mais bien d'apporter de la cohérence, de redonner du sens et de rappeler quelques fondamentaux sans culpabiliser ni être prescriptif. Elle permettra de traiter de l'alimentation dans toutes ses dimensions : son lien à l'agriculture et à la pêche, la saisonnalité des produits, la diversité et la qualité, la sécurité sanitaire des aliments, la consommation régulière de produits frais, le plaisir de faire soi-même, les produits et recettes de nos régions, la convivialité, le temps du repas, ...



©Pascal Xicluna/Min.Agri.Fr

CHIFFRES-CLÉS

(sources : ESCO comportements alimentaires de l'INRA, enquête CCAF 2007 du CREDOC et baromètre des perceptions de l'alimentation du MAAP)

- ▶ une évolution de la représentation du « bien manger » depuis 15 ans : l'équilibre et la santé (37% des réponses en 2007 contre 12% en 1995) est désormais passé devant le plaisir (20%) ;
- ▶ une perte de confiance et un sentiment de culpabilité sur la notion de « bonne alimentation » : 69% des adultes et 78% des enfants considèrent avoir une bonne alimentation (chiffre 2007) (contre 81% des adultes et 89% des enfants en 2003) ;
- ▶ un tiers des adultes et la moitié des 9-14 ne savent pas concrètement ce que sont les lipides, glucides et protéines ;
- ▶ savoir comment sont fabriqués les aliments motivent 71% des enfants (contre 64% en 2003).

Comment ?

Évoquer l'alimentation dans toutes ses dimensions : son lien à l'agriculture et à la pêche, la saisonnalité des produits, la diversité et la qualité, la sécurité sanitaire des aliments, la consommation régulière de produits frais, le plaisir de faire soi-même, les produits et recettes de nos régions, la convivialité, le temps du repas, ... Illustrer le principe « l'agriculture, notre alimentation ».

Actions-phares :

- ▶ Assurer la notoriété du plan et de ses quatre axes en labellisant un certain nombre d'initiatives existantes ou à venir qui répondent à la philosophie et aux objectifs du PNA ;
- ▶ Réaliser une campagne nationale de communication en fédérant les acteurs sectoriels et institutionnels de l'alimentation.

VI.1 MIEUX COORDONNER L'ENSEMBLE LES ACTIONS DE COMMUNICATION EXISTANTES DES ACTEURS PUBLICS

VI.1.1 Lancer un appel à projets portant sur des initiatives de communication (outils et vecteurs) répondant aux objectifs de la politique de l'alimentation : labellisation par le MAAP de ces propositions voire contribution financière pour les plus emblématiques d'entre elles

Comment ?	Par la rédaction d'une charte claire et précise présentant notre philosophie, les objectifs attendus de ces initiatives et les publics ciblés. Cet appel à projets permettra en outre de recenser les initiatives de les coordonner de les rationaliser pour une meilleure valorisation et visibilité générale. Toutes les opérations du MAAP telles que « un fruit pour la récré » « la corbeille de fruit à l'hôpital »..., et tout ce qui a trait à l'une des quatre priorités sera labellisée. Stratégiquement, il s'agit ainsi de fédérer toutes les nouvelles initiatives émanant d'associations, collectivités, acteurs privés ... et de susciter les candidatures de tous ceux qui veulent s'inscrire dans ce plan. Leur apposer le logo « PNA ».
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DICOM). Partenaires : acteurs publics sous tutelle du MAAP (FAM, Agence Bio, Odeadom, INAO), INPES, voire certains acteurs privés (interprofessions).
Dans quel calendrier ?	Immédiat : dès septembre 2010, recenser l'existant de toutes les opérations que l'on connaît (fraich'attitude, semaine du goût, MOQ etc) et les labelliser. Dans un second temps : début 2011 : générer de nouvelles labellisations.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de projets soutenus chaque année.

VI.1.1 Institutionnaliser une communication collective sur l'alimentation

Comment ?	En rassemblant les acteurs institutionnels porteurs de messages sectoriels sur l'alimentation pour conduire une campagne à visibilité nationale de communication collective une fois par an et donner de la cohérence générale au message du MAAP et de ses partenaires sur l'alimentation avec un ciblage particulier sur les jeunes publics (enfants et adolescents).
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DICOM). Partenaires : INPES, FAM, Agence Bio, Odeadom, INAO et interprofessions.
Dans quel calendrier ?	2010 à 2012
Avec quels indicateurs de suivi ?	Nombre de partenaires impliqués.

VI.2 DÉVELOPPER DE NOUVEAUX PARTENARIATS AVEC DES ENTREPRISES OU INSTITUTIONS AYANT UNE FORTE NOTORIÉTÉ ET UNE FORTE CAPACITÉ À TOUCHER LE GRAND PUBLIC

VI.2.1 Répondre favorablement aux projets soumis au MAAP et en initiant de nouveaux modes de communication

Comment ?	En mettant en place un projet multisupport (télévision, internet, papier, application téléphone portable) : 50 programmes courts et des outils de communication autour de l'alimentation et des produits.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DICOM). Partenaires : publics et privés.
Dans quel calendrier ?	2011
Avec quels indicateurs de suivi ?	Audience et nombre d'utilisateurs des applications.

VI.3 SAVOIR MIEUX COMMUNIQUER AVEC LES CONSOMMATEURS

VI.3.1 Prévenir les messages discordants et anxiogènes dans le domaine alimentaire en communiquant régulièrement sur la nature, le nombre, la diversité et les résultats des autocontrôles et des contrôles officiels

Comment ?	L'exploitation des données collectées dans l'observatoire de la qualité national de l'alimentation permettra de communiquer sur la réalité de la qualité hygiénique des produits et d'envisager des moyens de communication positive vis-à-vis de la sécurité des produits. Des objectifs à atteindre en termes de diminution du risque pour les consommateurs pourront être fixés.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DICOM). Partenaires : MSS (DGS), secrétariat d'Etat chargé de la consommation (DGCCRF), Anses, INVS, professionnels.
Dans quel calendrier ?	2011 - 2013
Avec quels indicateurs de suivi ?	Etablissement d'un lien entre l'impact de la qualité sanitaire des aliments et de son évolution sur les maladies humaines d'origine alimentaire.

VI.3.1 Mieux définir les attentes des consommateurs

Comment ?	1/ Approche qualitative des attentes et des représentations en matière d'alimentation aussi bien des consommateurs que des autres acteurs : dégager des écarts éventuels entre "profanes" et "experts" ; 2/ approche quantitative sur les besoins d'infos, le degré de confiance dans les émetteurs les sources d'inquiétude ; 3/ proposition de mise en place d'un dispositif de veille et d'écoute permanent des consommateurs, de communication et de gestion de crise.
Quels partenaires mobiliser ?	Chef de file : MAAP (DGAL, DRAAF Midi Pyrénées). Partenaires : CERTOP (université sociologie Toulouse), Conseil régional.
Dans quel calendrier ?	Démarrage de l'étude : printemps 2010, sur 3 ans.
Avec quels indicateurs de suivi ?	Système de veille opérationnel.

