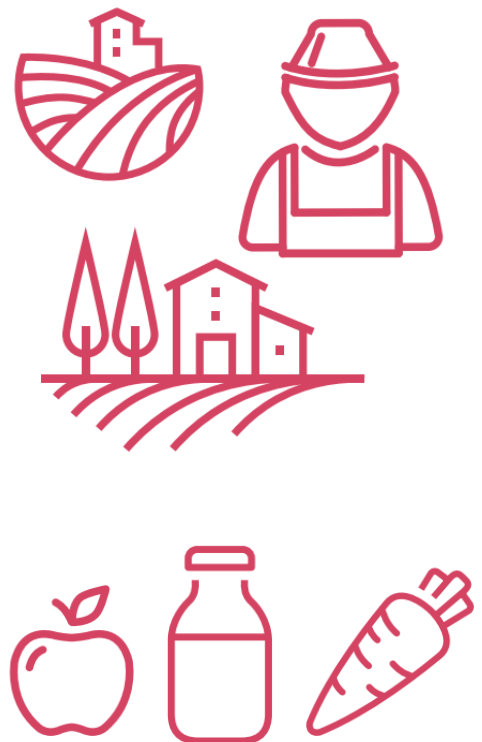




métropole
ROUENNORMANDIE

PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL

Résultats du questionnaire en ligne
relatif aux attentes citoyennes en
matière d'alimentation saine et durable.



Décembre 2018

Dans le cadre de la démarche de participation citoyenne :



La Métropole Rouen Normandie travaille à l'élaboration d'un Projet Alimentaire Territorial (PAT) qui vise à relocaliser l'alimentation sur son territoire. Soucieuse de répondre aux attentes de la population, la collectivité a lancé une première session de concertation afin d'identifier collectivement les pistes de travail pour faciliter l'accès à tous et toutes à des produits locaux, de qualité et respectueux de l'environnement tout en favorisant le maintien des exploitations agricoles, du tissu rural et de l'économie locale.

Cette première concertation s'est déroulée du **15 octobre au 22 novembre 2018** et s'est articulée autour d'un **questionnaire en ligne et de 7 ateliers participatifs**. Le présent document présente les principaux enseignements du questionnaire.

LE QUESTIONNAIRE EN LIGNE

I. Objectifs

Un questionnaire en ligne a été mis à disposition des habitants et des habitantes afin d'évaluer de manière relativement large, leurs modes de consommation des produits alimentaires sur le territoire et d'exprimer leurs attentes sur les deux objectifs du PAT :

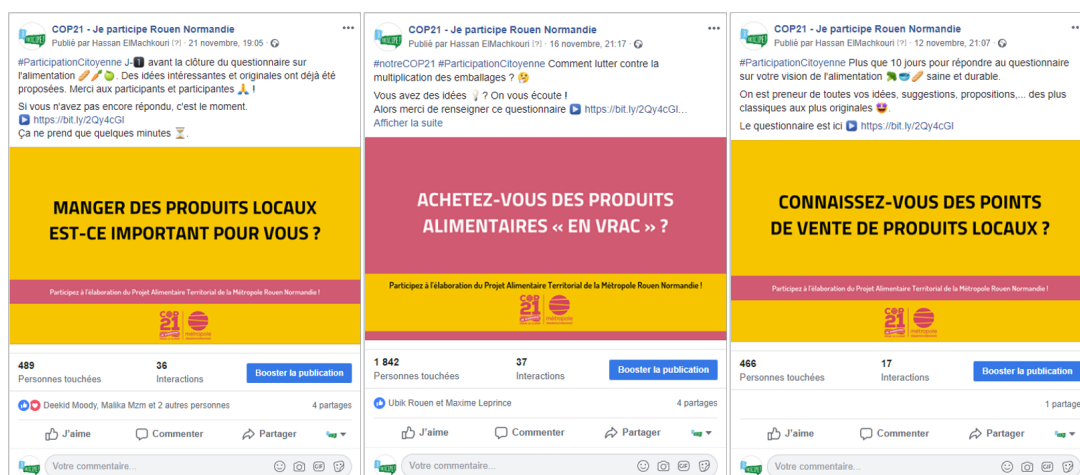
- Favoriser la consommation de produits locaux et respectueux de l'environnement
- Lutter contre le gaspillage alimentaire et mieux gérer les déchets

II. Diffusion

Compte-tenu du temps relativement court dont disposait la collectivité pour préparer ce premier questionnaire citoyen, il a été décidé de le diffuser exclusivement via la page Facebook dédiée à la participation citoyenne de la Métropole Rouen Normandie (1 000 abonnés en novembre 2018).



Ainsi, sur toute la période de concertation, la cellule "participation et citoyenneté" a posté **13 messages sur Facebook** pour inciter les utilisateurs du réseau social à renseigner le questionnaire.



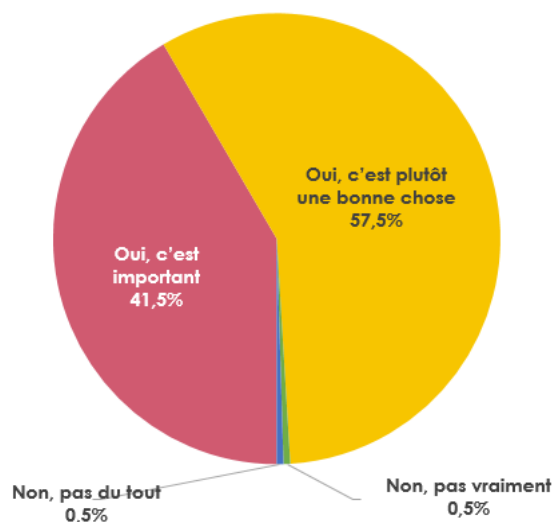
III. Résultats

Au total **227 questionnaires ont été renseignés** par les habitants et les habitantes de la Métropole. Les principaux éléments qui en ressortent sont présentés ci-dessous.

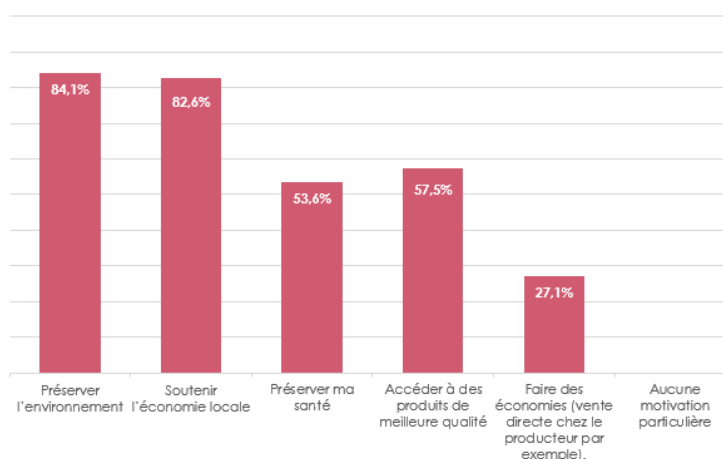
FAVORISER LA CONSOMMATION DE PRODUITS LOCAUX ET RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

CONSOMMER LOCAL, UNE VOLONTÉ TRÈS LARGEMENT PARTAGÉE PAR LA POPULATION

Manger des produits locaux est-ce important pour vous ?



Qu'est-ce qui vous motive le plus lorsque vous privilégiez des produits locaux ?

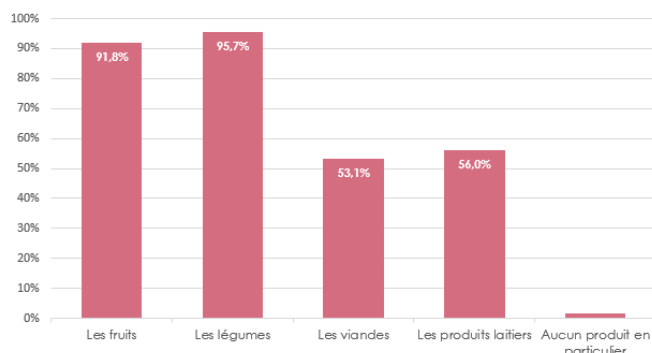


Favoriser la consommation de produits locaux est plébiscité par les participants et les participantes (**99 % de réponses favorables**), ce qui conforte l'orientation générale du PAT de la Métropole.

La préservation de l'environnement et le soutien à l'économie locale sont les principales motivations des consommateurs et consommatrices de produits locaux.

Il est à noter que la qualité des produits locaux et les questions relatives à la santé publique semblent moins prégnantes. **Le "local" n'est pas nécessairement associé à une meilleure qualité du produit.** En ce sens, plusieurs remarques ont été formulées sur les modes de productions des produits locaux (*ex : usage de pesticides, agriculture intensive,...*).

A quels types de produits locaux accorderiez-vous le plus d'importance ?



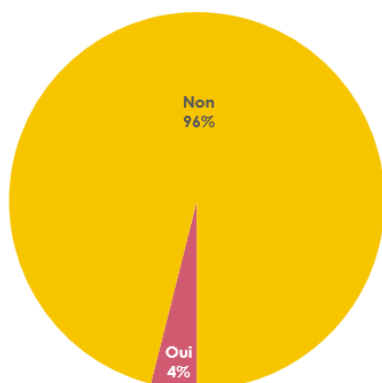
Les fruits et les légumes sont les produits sur lesquels les attentes de la population en matière de production locale s'expriment le plus (**plus de 90 %**).

Les viandes et les produits laitiers arrivent bien après.

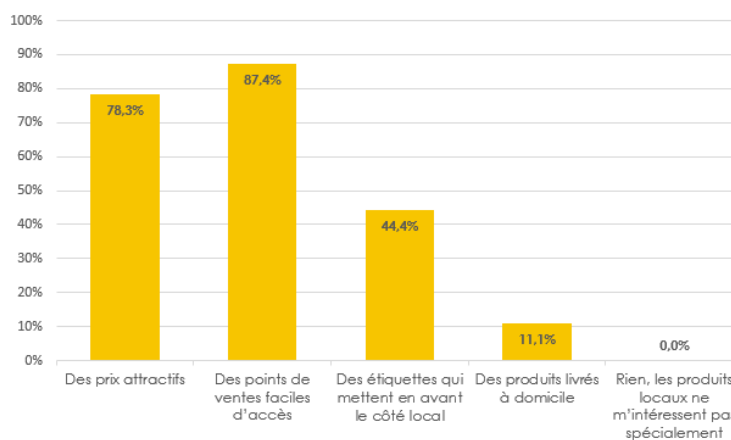
UN MEILLEUR ACCÈS AUX PRODUITS LOCAUX : UNE PRIORITÉ CLAIREMENT EXPRIMÉE

Les réponses apportées à 4 questions différentes convergent très nettement vers une attente de la population à **augmenter le nombre de points de vente de produits locaux sur le territoire**, notamment les petits commerces, les marchés communaux et les artisans...

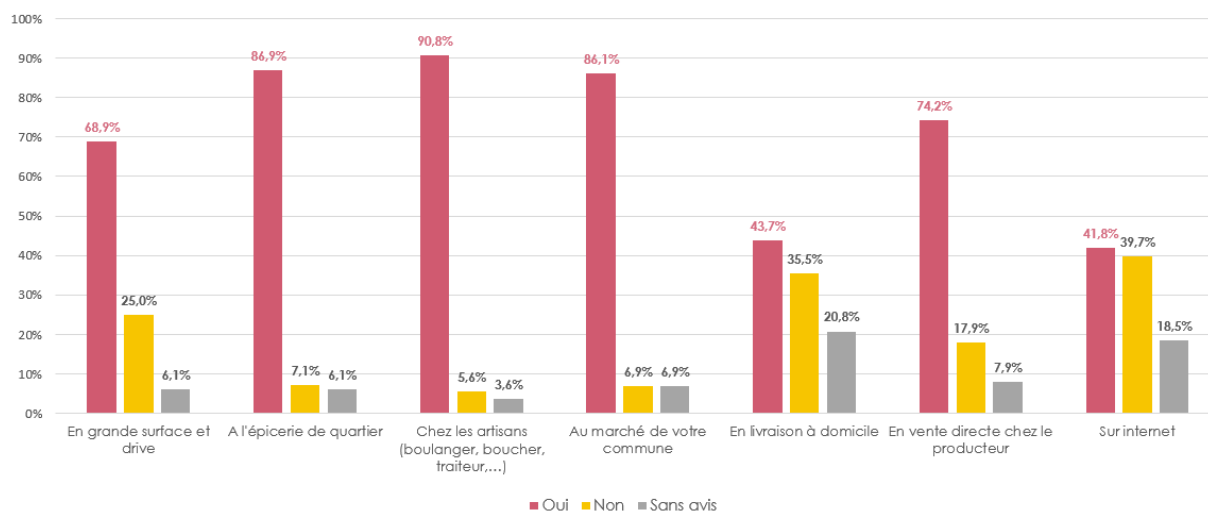
Pensez-vous qu'il existe suffisamment de points de vente de produits locaux ?



Qu'est-ce qui vous inciterait à consommer davantage de produits locaux ?



Achèteriez-vous plus de produits locaux si vous les trouviez plus facilement ?



A la question '*Quelles actions voudriez-vous mettre en place pour favoriser la consommation de produits locaux ?*', les 3 principales réponses apportées par les participants et participantes sont :

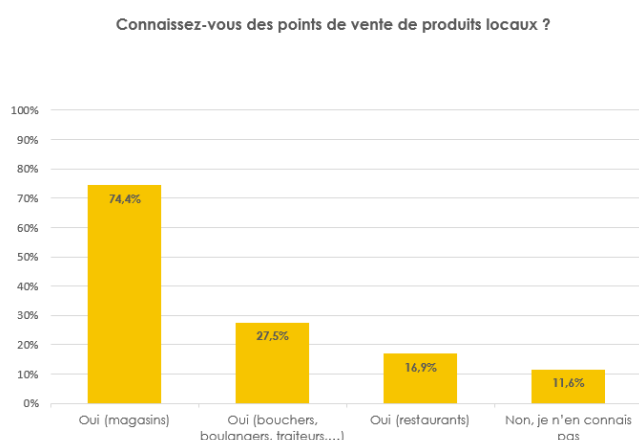
1. Informer, communiquer et sensibiliser la population.

Il est notamment fait référence à davantage d'informations sur les points de ventes existants.

2. Augmenter les points de vente de proximité.

3. Favoriser la vente de produits locaux dans les grandes surfaces.

Il a plusieurs fois été exprimé le souhait de pouvoir trouver un maximum de produits locaux au même endroit pour ne pas avoir à faire plusieurs magasins sur le territoire lorsque l'on fait ses courses.



Il est à noter qu'une majorité des personnes ayant répondu au questionnaire affirme connaître au moins un point de vente de produits locaux sur le territoire de la Métropole (ou à proximité). A l'inverse, très peu connaissent des artisans ou des restaurants travaillant avec des produits locaux.

Les différents marchés communaux recueillent également de très nombreux suffrages et sont identifiés comme des lieux importants pour la vente directe des producteurs.

Lorsqu'il est demandé de citer ces points de vente, les participants et participantes ont identifié :

- **18** magasins ou commerces (*Biocoop, Alternoo et le Local à Bois-Guillaume sont de loin les plus cités*),
- **13** restaurants,
- **11** marchés communaux,
- **10** artisans,
- **9** AMAP et autres ventes directes.

UNE NÉCESSAIRE MAÎTRISE DES PRIX

Bien que le prix des produits locaux ne soit jamais cité en premier par les personnes ayant répondu au questionnaire, il revient régulièrement en bonne position dans les éléments qui concourent à favoriser leur consommation.

Ainsi, à la question "*Quelles actions voudriez-vous mettre en place pour favoriser la consommation de produits locaux ?*", **la tarification attractive arrive en 4^{ème} position des solutions préconisées**. De même, à la question "*Qu'est-ce qui vous inciterait à consommer davantage de produits locaux ?*", la réponse "*une tarification attractive*" arrive juste derrière "*les points de ventes plus accessibles*" avec **78,3 % de vote** (Cf. graphique page 4).

DES PROPOSITIONS CITOYENNES VARIÉES

Pour favoriser la consommation de produits locaux, les participants et participantes au questionnaire en ligne ont proposé les pistes suivantes :

TYPLOGIE DES ACTIONS PROPOSEES	NOMBRE DE FOIS OU L'ACTION A ETE PROPOSEE
Informer / Communiquer / Sensibiliser la population	25
Augmenter le nombre de points de ventes de proximité	20
D'avantage de produits et/ou point de ventes dans les grandes surfaces	15
Rendre les prix des produits locaux attractifs	12
Favoriser une meilleure identification des produits locaux (ex : étiquettes, labels,...)	9
Favoriser la consommation de produits locaux dans les cantines scolaires	7
Développer les stands de produits locaux sur les marchés communaux	7
Soutenir et/ou développer les AMAP (Associations Pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne)	4
Soutenir et valoriser les producteurs de produits « bio »	4
Favoriser la consommation de produits locaux dans les cantines d'entreprises	3
Créer des marchés communaux dédiés aux produits « bio » et/ou « locaux »	3
Protéger les fermes de l'urbanisation croissante	2
Développer des systèmes d'échanges de biens ou de services (artistique, graines, composts,...) chez les producteurs	1
Mettre en relation les producteurs locaux et les épicerie du territoire	1
Augmenter la production locale pour répondre à la demande	1
Accorder des subventions aux producteurs locaux	1
Ouvrir les magasins de produits locaux sur des horaires plus flexibles	1
Développer les possibilités d'achats groupés de produits locaux (ex : entre voisins)	1
Créer des distributeurs automatiques de produits locaux	1
Créer des sites de ventes en ligne de produits locaux	1
Favoriser l'usage d'une monnaie locale pour payer les produits locaux	1
Développer la vente itinérante de produits locaux (ex : camion itinérant de vente directe)	1

On note **une réelle attente en matière de communication et de sensibilisation des consommateurs** pour qu'ils se tournent davantage vers les produits locaux. De multiples outils ont été proposés comme :

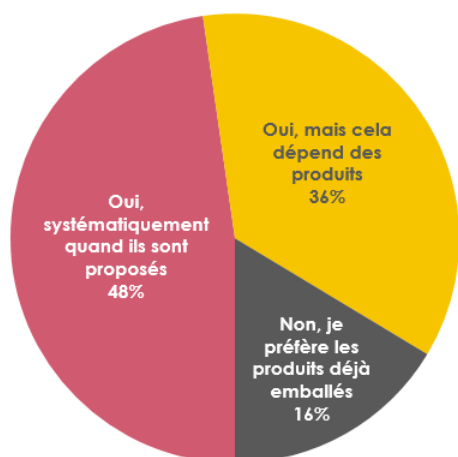
- des outils permettant le recensement complet des points de vente existants (*site internet, application mobile, annuaire...*),
- une éducation du jeune public (*notamment au travers de la restauration collective scolaire*),
- des événements dédiés aux produits locaux avec dégustations gratuites, distribution d'échantillons, rencontre des producteurs, visites de fermes...

Par ailleurs, les autres propositions qui émergent du questionnaire confirment les attentes identifiées précédemment à savoir un développement du réseau de vente de produits locaux (*magasins de proximité, marchés communaux, supermarchés...*) et des prix attractifs.

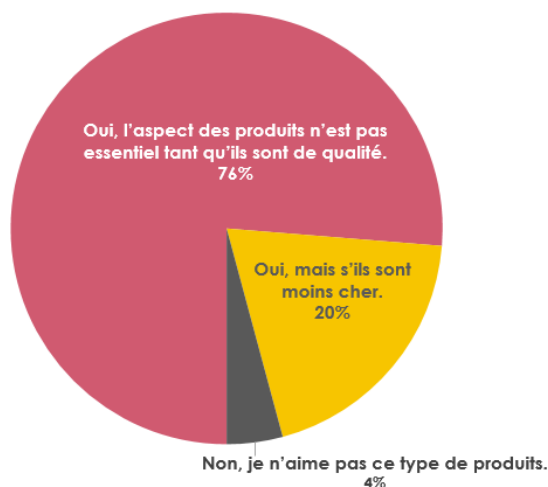
LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET MIEUX GÉRER LES DÉCHETS

Les réponses relatives aux habitudes de consommation montrent que les participants et participantes sont majoritairement sensibilisés aux questions de lutte contre le gaspillage alimentaire et la réduction des déchets. Chacune des questions posées ci-dessous recueille **plus de 80 % de réponses favorables aux pratiques alimentaires "durables"**.

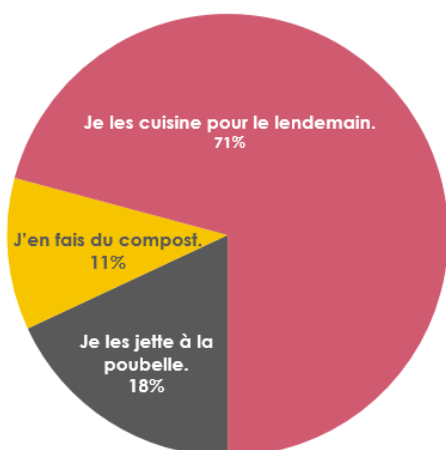
Achetez-vous des produits alimentaires « en vrac » ?



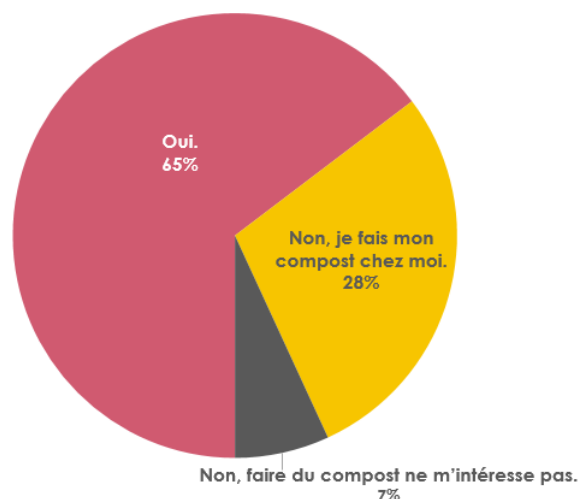
Achetez-vous des produits alimentaires qui ont un « défaut » (forme biscornue, tâches,...) ?



Que faites-vous des restes de vos repas ?



Utiliserez-vous des composteurs collectifs s'ils étaient mis en place dans votre quartier d'habitation ?



UNE ATTENTE FORTE EN MATIÈRE DE RÉDUCTION DES EMBALLAGES

En parallèle de la question "Achetes-vous des produits alimentaires en vrac ?", il a été demandé aux participants et participantes de citer les produits qu'ils aimeraient "pouvoir acheter en vrac plutôt qu'emballés".

Le tableau ci-dessous recense l'ensemble des produits cités.

TYPOLOGIE DES PRODUITS PROPOSES	NOMBRE DE FOIS OU LE PRODUIT A ETE PROPOSE
Tous les produits sans distinction	31
Pâtes - Riz	25
Fruits	16
Produits laitiers (lait / yaourts / crèmes...)	16
Légumes	14
Céréales	13
Biscuits ou gâteaux apéritifs / biscuits sucrés	11
Farine	11
Fruits secs ou déshydraté / Graines	9
Féculents	6
Sucre	6
Chocolat	4
Vinaigre	4
Fromages	3
Infusions – Tisanes – Thé	3
Huiles	3
Œufs	3
Beurre	2
Confiseries	2
Pain	2
Bouillons de légumes	1
Compotes	1
Pâtisseries	1
Oléagineux	1
Café	1
Vins - alcools	1
Epices	1
Viandes	1

Ce tableau met en évidence, une attente marquée d'avoir **le plus de produits possibles proposés en "vrac"** dans les différents points de ventes, et donc de réduire au maximum le recours aux emballages. La diversité des produits cités confirme par ailleurs cette attente.

La question 'Quelles actions voudriez-vous mettre en place pour réduire la quantité de déchets produits par les produits alimentaires ?' vient également appuyer cette **volonté de réduire les emballages pour les produits alimentaires**. Cette action est de très loin la plus citée (*plus du double de l'action suivante*) par celles et ceux qui ont répondu au questionnaire.

L'ensemble des réponses apportées est présenté dans le tableau ci-dessous :

TYPLOGIE DES ACTIONS PROPOSEES	NOMBRE DE FOIS OU L'ACTION A ETE PROPOSEE
Travailler à la réduction/suppression des emballages (<i>ou du suremballage</i>) des produits alimentaires	48
Favoriser l'implantation de composteurs collectifs (<i>notamment en zone urbaine dense</i>)	21
Communiquer – Informer – Sensibiliser la population	18
Augmenter les points de ventes de produits « en vrac »	15
Relancer le système des consignes pour les contenants	8
Faire des dons aux associations caritatives	6
Augmenter les points d'accès au tri sélectif	5
Utiliser des sacs réutilisables, des contenants en verre	5
Donner aux poules ou créer des poulaillers collectifs	5
Réduire les quantités achetées en magasins ou servies en restauration	4
Recourir aux applications numériques telles que « Too good to go »	2
Revoir les DLC, DLUO	1
Favoriser le développement de méthaniseurs individuels	1
Interdire pour les collectivités, les cantines, les hôpitaux...de jeter de la nourriture en barquettes non entamées.	1
Installer des bacs à emballages devant les caisses de grandes surfaces	1
Rendre l'achat de produits en « vrac » plus économique que l'achat de produits emballés	1
Limiter le nombre de levées des déchets (comme à la campagne) et/ou peser les ordures ménagères	1

Dans le détail des réponses apportées, il est à noter que le système des "consignes pour les contenants" est plusieurs fois cités comme outil de réduction des déchets et de lutte contre le gaspillage qu'il conviendrait de relancer. On recense également plusieurs propositions pour réduire les emballages comme :

- taxer les emballages ou bonifier financièrement les commerces en "vrac",
- réglementer pour réduire voire interdire les emballages pour certains produits (ex : *fruits/légumes*),
- offrir des contenants (ex : *bocaux*) aux particuliers.

LES IDÉES CITOYENNES POUR LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Il a été demandé dans le questionnaire de proposer des actions concrètes pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Les réponses apportées sont recensées dans le tableau ci-dessous :

TYPLOGIE DES ACTIONS PROPOSEES	NOMBRE DE FOIS OU L'ACTION A ETE PROPOSEE
Communiquer – Informer – Sensibiliser la population	38
Favoriser les dons d'invendus alimentaires aux associations caritatives	32
Installer des composteurs collectifs	22
Questionner les Dates Limites de Consommation (DLC) et Date Limite d'Utilisation Optimale (DLUO)	11
Développer des applications et sites internet de revente de produits alimentaires (ex : Too Good To Go)	10
Favoriser les outils qui incitent à n'acheter que les quantités / les produits nécessaires	9
Travailler avec la restauration scolaire pour réduire le gaspillage	9
Vendre à prix réduit les produits en fin de date	8
Faire du compost	5
Développer les ventes en vrac dans les magasins	5
Réduire les portions alimentaires	4
Donner aux poules / Mettre des poulaillers collectif dans les villes	4
Ne pas jeter / Vendre à prix réduit les produits avec des défauts	3
Systématiser l'usage de « Doggy Bag » dans les restaurants	3
Taxer au poids les poubelles des habitants	2
Interdire de jeter les invendus (tous commerces alimentaires confondus)	1
Travailler avec les restaurateurs pour des offres plus qualitatives et moins quantitatives	1

Comme pour les actions destinées à favoriser la consommation de produits locaux, les participants et participantes semblent insister sur la **nécessaire sensibilisation du public à la lutte contre le gaspillage alimentaire**. Dans le détail, il est proposé les actions de sensibilisation suivantes :

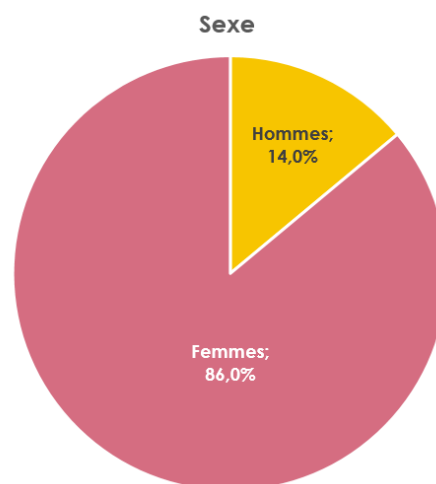
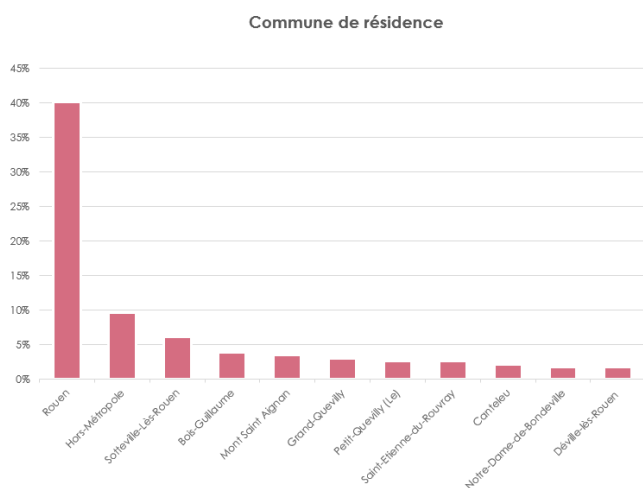
- ateliers participatifs ou cours collectifs pour "cuisiner les restes",
- campagnes de communication autour des produits ayant des défauts (ex : opération gueules cassées),
- diffusion régulière de recettes pour cuisiner sans jeter (site web, réseaux sociaux, Mag de la Métropole...),

Les actions solidaires sont également régulièrement citées, avec le souhait de **multiplier et de faciliter (administrativement) les dons aux associations** et les opérations de **revente à bas prix de produits dont la DLC est proche**. Il est à noter que l'implantation de " FRIGOS SOLIDAIRES " sur le territoire revient régulièrement dans les propositions citoyennes, certainement en écho à l'installation du tout premier Frigo Solidaire à Rouen durant la période d'ouverture du questionnaire.

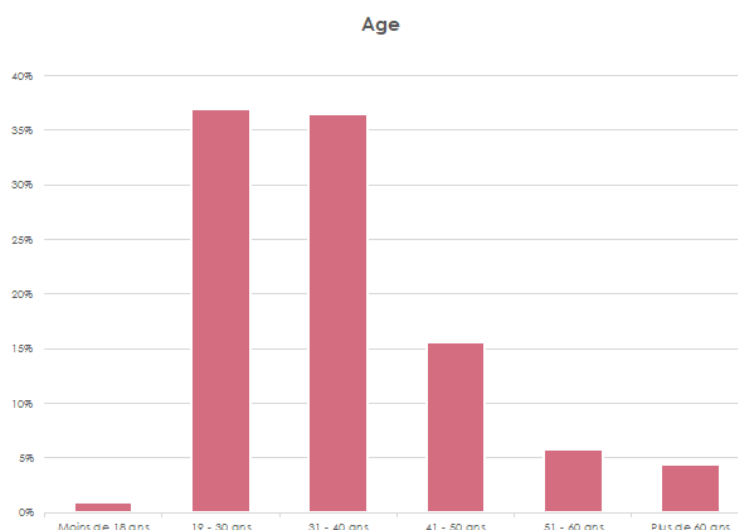
Enfin, l'installation de "composteurs collectifs" arrive en 3^{ème} position des idées proposées. Cette action confirme l'attente des personnes sondées sur le développement du compostage qui s'est exprimée au travers de la question 'Utiliserez-vous des composteurs collectifs s'ils étaient mis en place dans votre quartier d'habitation ?' (Cf. graphique page 7).

IV. Éléments statistiques relatifs à la participation en ligne

Le panel de citoyens et citoyennes ayant répondu au questionnaire se caractérise par les éléments suivants :



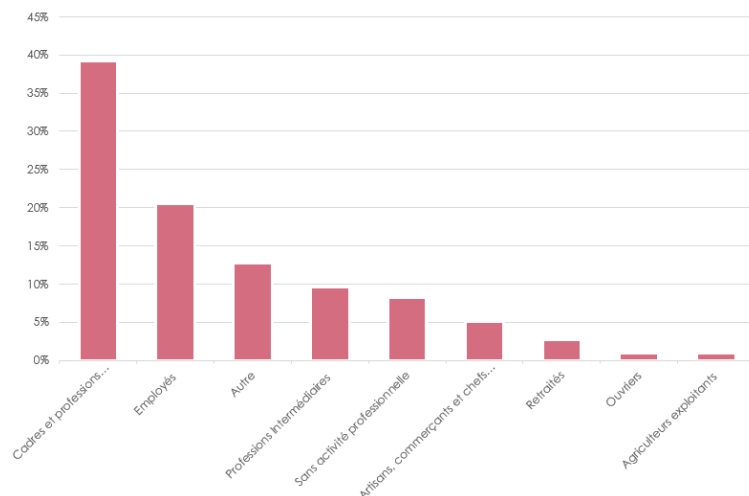
On constate une **très large majorité de femmes** dans le panel, ainsi qu'une domination assez nette des habitants/habitantes de Rouen (40 % des personnes).



Les classes d'âge les plus représentées sont 19-30 ans et 31-40 ans avec chacune 36 % des réponses. Elles dominent très nettement les autres classes d'âges, dont la représentation décroît avec l'âge.

Sans occulter les raisons spécifiques à la nature du questionnaire sur l'alimentation saine et durable, il convient de préciser que cette répartition des classes d'âge est certainement influencée par le fait que le questionnaire n'ait été diffusé que via le réseau social Facebook.

Catégories socio-professionnelles



NOTA :

La catégorie 'Autre' (12,8 %) correspond très largement à la classe d'âge 19-30 ans, ce qui laisse à penser qu'il s'agit majoritairement d'étudiants.

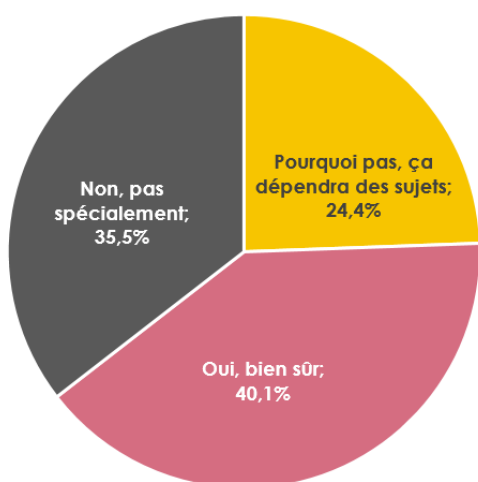
On note une très large proportion de 'Cadres et professions intellectuelles supérieures' dans le panel citoyen avec 39 % de réponse. **Cette forte représentation doit être prise en compte dans l'interprétation des résultats du questionnaire.** Il convient par ailleurs de souligner que toutes les catégories socio-professionnelles sont représentées.

De même les éléments de réponses ci-dessous montrent que **le panel est majoritairement déjà sensible à la question de l'alimentation saine et durable**, ce dont il faudra tenir compte pour l'interprétation des résultats :

- 82 % des participants et participantes affirment manger bio "régulièrement".
- 85 % des participants et participantes affirment ne pas (ou peu) acheter de plats préparés.
- 19 % sont végétariens (et 7,5 % sont 'vegan')

UN PANEL CITOYEN MOBILISABLE !

Disponibilité pour travailler sur le PAT



64,5 % des personnes qui ont répondu au questionnaire en ligne indiquent être disponibles pour participer à de nouvelles concertations au sujet du Projet Alimentaire Territorial.

A ce titre, **143 personnes ont accepté de communiquer leur adresse mail** afin de pouvoir être sollicitées sur cette thématique, et suivre les résultats des concertations.