

Assemblée Citoyenne Avenir Alimentaire : Input CI commerce de détail

La plus grande nécessité pour la transformation vers un système alimentaire CH durable :

- **Consommation excessive d'aliments d'origine animale** : la production et la surconsommation d'aliments d'origine animale ont un impact négatif sur l'environnement et la santé.
- **Trop de gaspillage alimentaire à tous les niveaux** : Un tiers de tous les aliments finissent à la poubelle. Les ressources nécessaires à leur production (énergie, engrais, pesticides, etc.) ont été utilisées en vain.
- **Des structures existantes et figées** : le secteur agroalimentaire en Suisse et les modèles de consommation qui y sont liés se sont développés au fil des siècles. De nombreux emplois dépendent de ces structures ; l'élevage d'animaux de rente a une forte tradition.

Les plus grands leviers pour la transformation vers un système alimentaire CH durable :

- **Manger moins d'aliments d'origine animale**
- **Moins de nourriture jetée**
- **Être ouvert à l'innovation, à l'éducation, au changement**

Rôle du commerce de détail dans le processus de transformation :

- Faire **le lien** entre la production/transformation (offre) et les consommateurs (demande)
- Développer les **alternatives aux protéines** végétales ("burgers aux petits pois", pâtes aux lentilles, etc.)
- Développer **de nouveaux produits** (viande industrielle à base de cellules ; aliments à base d'algues, etc.), évaluer le potentiel de nouvelles méthodes biotechnologiques
- Informer les consommateurs de manière transparente : **Informier et déclarer** le bien-être des animaux, l'impact sur l'environnement, etc.
- Continuer à **travailler en étroite collaboration** avec les partenaires de l'agriculture et de la transformation afin d'explorer ensemble de nouvelles voies.

Questions ouvertes que se pose le commerce de détail :

1. devons-nous laisser à nos clients une totale liberté de choix ? Ou devons-nous déterminer nous-mêmes ce qui peut encore être mangé ?
2. comment enthousiasmer les clients, les agriculteurs, les transformateurs et nous-mêmes pour de nouvelles méthodes, de nouvelles offres et de grands changements ?
3. les souhaits des consommateurs sont contradictoires : viande vs. végétalien ; prix avantageux vs. bons prix des fournisseurs ; grand choix vs. offre limitée en fonction des saisons. Qui devons-nous écouter et comment orienter notre offre ? Perdons-nous ou gagnons-nous des clients ?