



CROC'LOCAL

Resserrons les liens entre
les consommateurs et les
agriculteurs suisses !

Marie Devantay
Carole Allisson
Lucile Leresche

Croc'Local

Equipe de projet : Marie Devantay, Lucile Leresche, Carole Allisson

Métier : Apprenties médiamaticiennes

Année d'apprentissage : 2ème année d'apprentissage

Nom de l'école ou de l'entreprise : CPNV

Nom de l'enseignant ou du maître d'apprentissage : Monsieur Julien Vallon

Résumé du projet :

Notre but dans ce projet est de resserrer les liens entre les consommateurs et les agriculteurs et de promouvoir le métier d'agriculteur, souvent mal interprété, pour encourager les Suisses à consommer locale. On se servira d'une escape game pour la communication de notre projet de sensibilisation dans l'enceinte du CPNV.

Catégories du concours : Prix Sensibilisation

Introduction.....	4
Situation de départ.....	4
Motivations.....	4
Recherche d'idées / définition du projet.....	5
Définition du projet et objectifs	5
Faisabilité	5
Planification du projet	6
Les étapes les plus importantes	7
Plan détaillé des tâches.....	Error! Bookmark not defined.
Mise en œuvre concrète	7
Calculs.....	Error! Bookmark not defined.
Rapport du projet.....	17
Rétrospective.....	17
Prises de conscience	17
Perspectives.....	17
Le changement climatique et moi	Error! Bookmark not defined.
Resserrer les liens, A quoi ca sert ?.....	8
Le sentiment de proximité engendre l'engagement	8
Rétablir la vérité sur les produits Bio.....	8
L'escape game.....	9
Sondage « Consommer local »	9
Quelques resultats	9
Quels sont les Stéréotypes des Suisses vis-à-vis agriculteurs ?	12
Interview d'un agriculteur suisse	12
Le BIO c'est quoi :	13
Avantages et inconvénients :.....	Error! Bookmark not defined.
Est-ce que certains élevages et productions considérés comme non bio en Suisse le serait dans d'autres pays ?.....	13
Ce qu'il faut retenir.....	14
Que faudrait-il changer pour encourager les gens à consommer local ?	14
Revenons sur les dernières votations	15
Scénario escape game	16
Sources	17

INTRODUCTION

SITUATION DE DÉPART

En Suisse nous pouvons constater qu'il y a très peu de gens pleinement conscient de leur impact écologique, ce que nous cherchons à changer. L'une des transitions énergétiques les plus facile à adopter consiste à consommer local. Beaucoup de suisses peuvent améliorer leur façon de consommer de la nourriture et nous pensons que la meilleure approche pour un changement durable est d'informer les consommateurs sur l'origine des produits et les rapprocher des producteurs locaux.

Nous espérons que grâce à ce projet, consommer intelligemment sera encré dans l'esprit des citoyens suisses.

MOTIVATIONS

Ce projet nous tient à cœur car nous habitons toutes en campagne et nous constatons que la plupart des citadins sont mal informés sur le sujet de l'agriculture suisse et nous voulons rétablir la vérité pour que les gens prennent conscience de son importance et soient motivé à consommer local au maximum.

Dans le cas où nous venions à gagner, nous serions très reconnaissantes et très honorées que ce projet soit mis en œuvre et qu'il ait attiré l'intérêt du jury.



Figure 1 / vache de Maxime Delamadeleine

RECHERCHE D'IDÉES / DÉFINITION DU PROJET

Lors de la rencontre avec MyClimate le 20 janvier 2023, nous avons pu faire un brainstorming pour trouver un projet intéressant et voici les trois meilleures idées qui sont ressorties :

1. En premier lieu, nous avons pensé à concevoir un projet sur des frigos qui utiliseraient de l'énergie hydraulique dans des grands supermarchés.
2. Ensuite, nous avons réfléchi à un endroit où l'on pourrait stocker des aliments ou des objets ménagers qui seraient mis à disposition pour les gens dans le besoin.
3. Pour terminer, Le projet que nous avons choisi, a pour but de resserrer le lien entre les consommateurs et les agriculteurs suisses par le biais d'une vidéo de sensibilisation, l'idée de l'escape game est venue plus tard dans le processus du projet.

DÉFINITION DU PROJET ET OBJECTIFS

Le but de notre projet est de resserrer les liens entre tous les consommateurs et les agriculteurs suisses. La catégorie de notre projet est la sensibilisation car notre projet consiste à créer une escape game autour de l'agriculture soutenue par l'interview d'un agriculteur local qui nous offre des explications sur son métier. L'objectif que nous voudrions atteindre serait de mettre en lumière ce travail qui est malheureusement mal représenté ou peu connu pour motiver les Suisses à consommer local en soutenant nos producteurs et en réduisant notre impact écologique du au transport de marchandise.

Projet Sensibilisation : Notre projet à pour but de créer une escape game sur le thème de l'agriculture suisse ainsi qu'une vidéo interview explicative sur le métier d'agriculteur.

FAISABILITÉ

Nous avons pu tester la faisabilité et l'intérêt de notre projet en effectuant un sondage internet pour savoir si les gens trouveraient intéressant de concrétiser cette idée.

Vous pouvez retrouver les résultats de ce sondage à la page 8.

PLANIFICATION DU PROJET

Quel est le but réel de notre projet ?

Notre but est de resserrer les liens avec les consommateurs et les agriculteurs, nous avons donc créé un sondage que nous avons envoyé à notre carnet d'adresses personnel en étant attentif à diversifier les individus. Nous avons pu remarquer que sur 37 réponses la plupart des gens consommaient des produits locaux environ quatre fois par semaine.



Figure 2 / Photo prise durant notre tournage



Figure 3 / Photo prise durant le tournage

LES ÉTAPES IMPORTANTES DU COMMENCEMENT

Étapes	Délai
Définir des questions précises	6 février
Publier le sondage	20 février
Préparer l'interview	6 mars
Tournage	12 mars
Conception d'une idée d'escape game	20 mars
Finaliser le dossier à rendre	27 mars
Créer une présentation pour l'argumentation orale	24 avril

MISE EN PALCE DU PROJET

Étapes
Acceptation du financement du projet
Demande d'autorisation pour organiser notre projet au sein du CPNV d'Yverdon
Création de notre salle d'escape game démontable
Répartition des affiches dans l'enceinte du CPNV pour promouvoir l'escape game
Demande de participation des classes aux enseignants référents et au doyen
Montage de la structure dans le hall principal
Démontage à la fin de la durée fixée au préalable
Faire un rapport sur la prestation

MISE EN ŒUVRE CONCRÈTE

Nous avons débuté en organisant les tâches et en planifiant une date pour le tournage de notre vidéo. Nous avons ensuite répondu à quelques questions relatives au sujet, préparé des questions pour l'interview et conçu des énigmes pour notre escape game. Nous avons commencé à remplir le rapport, tourné notre vidéo, transféré l'ensemble du contenu sur un cloud partagé, réalisé le montage vidéo et finalisé le rapport. Vous pourrez trouver plusieurs images que nous avons prises dans ce document.

DOSSIER DE VENTE

RESSERRER LES LIENS, A QUOI CA SERT ?

Notre projet pour « Resserrer les liens entre agriculteur et consommateur » a pour but d'encourager les suisses à consommer local en se sentant concernés par la situation d'un agriculteur de nos régions. Ce projet est basé sur plusieurs points tels que :

LE SENTIMENT DE PROXIMITÉ ENGENDRE L'ENGAGEMENT

Une étude publiée dans la revue scientifique PLOS ONE en 2015 a examiné les effets de l'identification sociale sur l'engagement dans la conservation de l'environnement. Les chercheurs ont constaté que les personnes qui se sentaient fortement liées à des groupes environnementaux étaient plus susceptibles de s'engager activement dans des comportements de conservation, tels que le recyclage et la réduction de la consommation d'énergie.

Article : Subra Mukherjee, Katherine N. Irvine, Yvonne A. Braunstein, and Heather E. Canary. "Environmental Identity and Pro-Environmental Behaviors: Is There a Link?" PLOS ONE 10, no. 2 (2015): e0117347. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0117347>

Si on se fie à cette étude il est nécessaire de créer un lien entre l'agriculteur local et le consommateur suisse pour que ces derniers se sentent dans l'obligation de conserver nos productions régionales en diminuant drastiquement leurs achats de produits étrangers. D'une part, ils auront donc un sentiment d'avoir contribué à la société et d'autre part, de faire vivre une activité dont ils se sentent proches.

AMÉLIORER L'IMAGE

L'un des problèmes majeurs de ce métier est que la plupart des gens qui ne sont pas familiarisés avec le monde de l'agriculture ont une image souvent péjorative de l'agriculteur voir même dégradante. De ce fait il est difficile de s'identifier en tant que tel. Cela ne facilite pas la mise en place d'une proximité entre les deux partis. Il faut donc effacer cette image qui se perpétue et en instaurer une à laquelle n'importe qui pourrait s'identifier.

RÉTABLIR LA VÉRITÉ SUR LES PRODUITS BIO

De nos jours le terme « BIO » est utilisé à tort et à travers dans le cadre de notre alimentation. La promotion « mangez BIO ! » fait sens pour des raisons écologique qui sont au centre de nos problématiques actuelles. Mais le BIO est-il vraiment irréprochable ? Est-ce vraiment une bonne chose ?

Il est important que les Suisses soient au courant de ce qui se cache sous le label BIO et qu'ils achètent leurs produits en connaissances de causes.

L'ESCAPE GAME

Pour promouvoir notre projet et sensibiliser les Suisses, nous avons décidé de passer par le biais d'une escape game. C'est un jeu très populaire de nos jours qui plait aux petits comme aux grands. Elle portera notre message sous la forme d'un jeu pour que les Suisses en apprennent plus sur nos agriculteurs. Les jeux créent des souvenirs nettement plus marquants que de simple lecture ou écoutes et c'est une approche innovante pour enseigner aux gens des notions qu'ils n'iront pas nécessairement chercher eux-mêmes.

C'est un bon moyen de montrer une image nouvelle des agriculteurs tout en appuyant sur un sujet écologique qui est la consommation locale. Des énigmes, des jeux et des questions qui porteront sur la vie d'un véritable agriculteur qui vous suivra tout au long de votre aventure dans la quête de la consommation parfaite pour l'environnement et atteignable par tout le monde.

SONDAGE « CONSOMMER LOCAL »

Dans le but de savoir si notre projet pourrait être utile aux citoyens suisses, nous avons créé un sondage sur le thème de la consommation locale avec pour objectif de resserrer les liens entre le consommateur et l'agriculteur. Par manque de moyens et de temps, nous avons pu envoyer le questionnaire à nos adresses personnelles uniquement. Les réponses ne sont donc pas assez nombreuses pour s'y fier entièrement mais suffisantes pour se donner une idée.

Voici le lien du questionnaire :

<https://docs.google.com/forms/d/15GOAhxooZSmEZhDgXDg411UWqAHjbbnVz-OXJeEx0I/edit#responses>

QUELQUES RESULTATS

QUESTION 1

A quelle fréquence consommez vous local ?

36 réponses

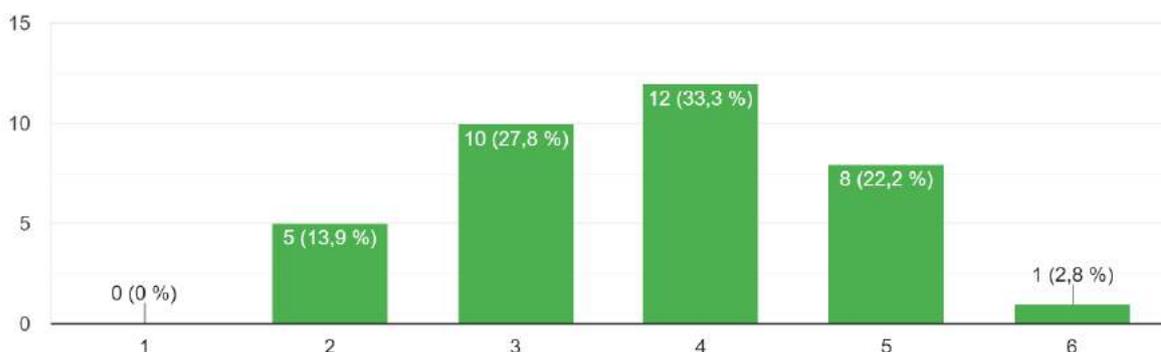


Figure 4 / Réponses au sondage 1

Avec cette question nous voulions connaître le niveau d'engagement des Suisses dans leur consommation locale. Nous constatons que les chiffres ne sont pas catastrophiques et même plutôt encourageants pour la majorité. Une grande partie de nos sondés se nourrissent localement trois à quatre fois par semaine. C'est un chiffre raisonnable mais encore insuffisant. Cela nous montre qu'il est important de consacrer un projet pour promouvoir l'alimentation suisse.

QUESTION 2

Consommer BIO est important pour vous ?

37 réponses

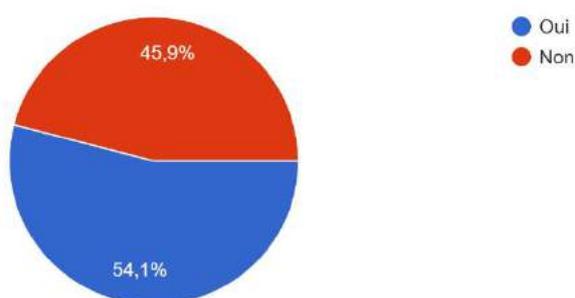


Figure 5 / réponse au sondage 2

Nous observons que les pourcentages de oui et de non sur la question du bio se valent plus ou moins. Il n'y a pas de grande majorité même si le « oui » domine.

QUESTION 3

Nous avons également posé une question pour savoir à quel niveau les sondés connaissent le métier d'agriculteur tout en sachant qu'ils habitent pour la plupart en campagne et voici ce que nous avons obtenu :

Etes-vous bien renseigné sur le métier d'agriculteur ?

37 réponses

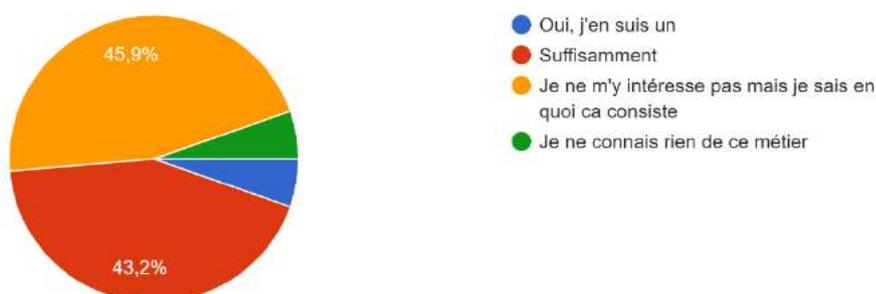


Figure 6 / Réponses au sondage 3

Après la mise en ligne du sondage nous nous sommes aperçues que les choix de cette question étaient trop précis et ne laissaient pas la possibilité aux gens de choisir une option qui leur correspondait vraiment. Néanmoins nous pouvons nous rendre un peu mieux compte de l'étendue des connaissances de nos sondés sur l'agriculture suisse.

QUESTION 4

Pensez-vous qu'une campagne visant à resserrer les liens entre l'agriculteur et le consommateur Suisse serait une bonne idée pour encourager les gens à consommer local ?

37 réponses



Figure 7 / Réponse au sondage 4

Ce sondage nous a permis de constater que notre idée pourrait être soutenue et appréciée.

QUELS SONT LES STÉRÉOTYPES DES SUISSES VIS-À-VIS DES AGRICULTEURS ?

STÉRÉOTYPE 1

« Agriculteurs, c'est le même métier chaque jour. »

Pas réellement, car les choses évoluent. Des machines agricoles qui commencent à devenir de plus en plus technologiques, comme des robots de traite, des capteurs de santé, ... Ces personnes qui utilisent ces technologies peuvent aussi être des gestionnaires, qui ont comme mission de faire des produits de bonne qualité, dans le respect de la nature, en recyclant leurs déchets, ...

STÉRÉOTYPE 2

« On doit forcément être fils ou fille d'un agriculteur »

Effectivement, si l'on dispose déjà du terrain avec des terres familiales, c'est plus facile, mais il faut savoir qu'en Suisse, on peut également demander à des aides financières, travailler avec des coopératives ou encore certains agriculteurs louent leurs parcelles.

STÉRÉOTYPE 3

« Agriculteur, ce n'est que pour les hommes »

FAUX. Même si on ne voit pas beaucoup de femmes cela ne veut pas dire qu'il y en a pas du tout, la plupart du temps ce sont elles qui s'occupent de tous types de métiers salariés, ou même à la tête des exploitations dont certaines partagent la responsabilité avec leur conjoint ou encore qui les dirigent seules.

INTERVIEW D'UN AGRICULTEUR SUISSE

Pour mieux comprendre notre agriculture locale et ceux qui y contribuent nous avons décidé d'interviewer un jeune agriculteur du nom de Maxime Delamadeleine qui a tout de suite accepté notre requête. Son enthousiasme par rapport à notre projet nous a encore montré qu'il a du potentiel et qu'il peut servir la cause des agriculteurs suisses.

Pour la réalisation de cette interview nous avons voulu confronter les propos que nous expliquons dans ce dossier avec l'expérience de notre interlocuteur.

Voici le lien YouTube de notre interview : <https://youtu.be/MFWPCiC3iqA>

Nous voulons utiliser cette vidéo pour deux objectifs principaux :

- Tout d'abord pour contribuer à l'information du grand public suisse de la réalité de ce métier décrit par un véritable agriculteur de nos régions. Nous voulions montrer un visage nouveau aux gens, qui diffère de l'image populaire que la plupart des citadins et des ignorants représentent d'une manière souvent dégradante. Offrir la possibilité aux gens de s'identifier à quelqu'un pour mieux comprendre l'importance de consommer local pour faire vivre les producteurs suisses ainsi que diminuer son impact écologique. Maxime est un

exemple parmi tant d'autre dans ce pays qui mérite de se faire entendre. Ce ne sont pas des ennemis de l'écologie mais au contraire des nécessaires d'une terre propre pour de meilleures productions. C'est ce que nous voulons transmettre aux suisses pour qu'ils prennent conscience que le vrai problème ne provient pas des agriculteurs **réglementaires** mais de leurs choix en tant que consommateurs.

- La deuxième raison de la réalisation de cette vidéo concerne l'échappatoire. Nous voulons montrer un exemple de vidéo informative qui pourrait être projetée lors de notre échappatoire. Elle aurait pour but d'aider les joueurs dans leur aventure tout en leur apprenant davantage d'informations sur le métier concerné. Lors de l'activité, les données dites par l'agriculteur à l'écran devront être obligatoirement enregistrées par les joueurs pour la suite des énigmes. Les informations seront donc encrées dans leur esprit plus efficacement et pour une plus longue durée qu'un simple texte écrit sur un flyer de publicité.

LE BIO C'EST QUOI :

Tout d'abord, une alimentation bio est une alimentation composée d'aliments qui ont été produits en respectant des normes strictes d'agriculture biologique. Ces normes interdisent l'utilisation de pesticides, d'engrais artificiels, d'organismes génétiquement modifiés (OGM), d'antibiotiques et d'hormones de croissance dans la production des aliments.

Les aliments bio sont souvent cultivés dans des sols sains et riches en nutriments, et sont produits en utilisant des méthodes de production respectueuses de l'environnement et du bien-être animal. Les animaux élevés pour produire de la viande, des produits laitiers et des œufs sont nourris avec des aliments biologiques et ont accès à des espaces en plein air pour se déplacer et se comporter de manière naturelle.

Les aliments bio sont également soumis à des réglementations strictes pour s'assurer que les ingrédients utilisés dans les aliments transformés (tels que les conservateurs, les colorants et les arômes artificiels) respectent les normes de l'agriculture biologique.

EST-CE QUE CERTAINS ÉLEVAGES ET PRODUCTIONS CONSIDÉRÉS COMME NON BIO EN SUISSE LE SERAIENT DANS D'AUTRES PAYS ?

Il est possible que certains élevages et productions considérés comme non bio en Suisse seraient considérés comme bio dans d'autres pays, car les normes et les réglementations peuvent varier d'un pays à l'autre. Il est important de noter que les normes suisses en matière d'agriculture biologique sont considérées comme parmi les plus strictes au monde. Les éleveurs et les producteurs doivent respecter des normes élevées en matière de bien-être animal, de pratiques agricoles durables et d'utilisation de pesticides et d'engrais chimiques.

En Suisse, la certification bio est attribuée par des organismes indépendants accrédités, tels que Bio Suisse. Ces organismes s'assurent que les normes de l'agriculture biologique sont respectées de la ferme à la table. Les éleveurs et les producteurs doivent suivre des processus de certification rigoureux pour obtenir la certification bio.

CE QU'IL FAUT RETENIR

En conclusion, avant d'acheter un produit sur lequel on peut voir le symbole « BIO » il est important de se renseigner sur les critères qui permettent d'apposer cette étiquette et qui varient d'un pays à l'autre.

Beaucoup de Suisses pensent qu'il suffit de consommer bio pour faire un geste envers la planète. Or il ne faut pas perdre de vue que les produits bio **importés** ont dû être transportés par un moyen qui pourrait s'avérer moins écologique qu'une agriculture conventionnelle suisse. Pour illustrer, les bananes Fairtrade Max Havelaar en vente dans les magasins les plus importants de notre pays sont cultivées en Colombie, en République dominicaine et au Pérou. On peut donc se poser la question de leur transport. Une question sur laquelle les grandes surfaces ne s'étaient pas.

QUE FAUDRAIT-IL CHANGER POUR ENCOURAGER LES GENS À CONSOMMER LOCAL ?

Devant les grandes chaînes, les marchés locaux perdent de l'importance malgré une partie de gens qui consomme local. Pendant le COVID, les consommateurs ont été fortement sensibles à la production locale mais les vieilles habitudes ont vite repris.

PREMIÈREMENT

Il faut sensibiliser et accompagner les gens dans leur transition. Pour ce faire, il faut réussir à faire prendre conscience aux gens des bienfaits de consommer local. Peu importe leur tranche d'âge et leur classe sociale. Nous pouvons donc commencer à sensibiliser les jeunes dès leur plus jeune âge à l'école pour que les générations futures puissent vivre de façon plus écologique et responsable.

Premier bienfait : quand nous achetons un produit venant d'une production locale, il y a moins de transport ce qui réduit la pollution et l'empreinte carbone. Pour réduire encore les émissions de Co2 liées au transport, de plus en plus de solutions émergent notamment en faisant les trajets en vélo-cargo ou en voiture électrique.

Il faut également sensibiliser à l'achat de produits de saison, « réapprendre » aux consommateurs la saisonnalité, eux qui sont habitués à trouver des fraises toute l'année en grande surface.

DEUXIÈMEMENT

Deuxième bienfait : le fait de consommer local favorise l'économie de la région, permet de renforcer les emplois et également (pour ce qui concerne les achats directs au producteur) permet d'améliorer les marges auprès du producteur.

Il faudrait favoriser les rencontres entre les commerçants, les producteurs et les associations de défense des produits du terroir. En se regroupant, les producteurs ou commerçants locaux peuvent améliorer leur action commerciale, effectuer du lobbying au niveau politique, faire des actions auprès des consommateurs, organiser des manifestations ou fêtes de quartier, etc. Ensemble, on est plus forts.

TROISIÈMEMENT

Pour favoriser ce lien, c'est important que l'humain soit au centre de la communication. Il est bien de personnaliser la fonction. Montrer le travail de l'agriculteur, faire des opérations de visites au cœur de la ferme. Au lieu de dire le boucher, appelons Thomas Artisan-boucher, ayant fait sa carrière dans la région et connaissant parfaitement la provenance de la viande qu'il conseille à ses clients... Ou Anaïs, Artisane-chocolatière, amoureuse du bon chocolat fait-main depuis 10 ans.

REVENONS SUR LES DERNIÈRES VOTATIONS

Le 25 septembre 2022 les citoyennes et les citoyens suisses se sont exprimés sur l'initiative populaire « Non à l'élevage intensif en Suisse (initiative sur l'élevage intensif) ».

Nous trouvons intéressant de comparer les résultats de cette votation avec les propos que nous appuyons sur ce projet. Pour ce faire nous avons pris deux villes et trois villages éparpillés dans la Suisse dont les habitants ont participé aux votations. A savoir que l'Assemblée fédérale recommandait au peuple et aux cantons de rejeter l'initiative.

Pourcentage de « oui » par ville / village :

ville / village	Pourcentage de « oui »
Lausanne	53%
Zürich	62,7%
Poliez-Pittet	14,1%
Neunforn	27,2%
Vex	19,4%

En premier lieu il faut noter que les nouvelles lois qui auraient été mises en vigueur si l'initiative avait été acceptée auraient véritablement restreint et mis en difficulté les agriculteurs de notre pays. Etant des humains avant tout il est normal que cette décision les auraient découragés dans leur travail ce qui aurait été une mauvaise chose pour notre agriculture. Car sans agriculteurs il n'y a pas de production.

En observant ce tableau on constate avec évidence que les citoyens de la ville ont eus un pourcentage de « oui » bien plus élevé que les habitants de la campagne. Le sujet de cette votation qui pour rappel, désavantageait les agriculteurs injustement, montre bien que les citadins sont nettement moins renseignés sur le travail de nos agriculteurs que les campagnards. Ils n'ont qu'une brève idée de leurs tâches et donc une idée bien arrêtée de l'impacte qu'ils ont sur l'environnement.

Il n'est pas convenable qu'une partie de la population soit moins bien renseignée sur des sujets qui sont la base même de notre alimentation et inversement. Cette différence de connaissances entre habitants de la campagne et habitants de la ville doit diminuer par le biais d'une meilleure communication. La question n'est pas de savoir qui a tort ou raison mais que chacun puisse bénéficier de toutes les données pour ce faire un avis construit sur des faits avérés.

Si la communication sur l'agriculture de nos régions s'améliorait, les gens seraient sûrement plus enclins à s'intéresser à l'agriculture locale et donc y contribuer en consommant principalement local. Plus les gens se sentent proche de quelque chose, plus ils voudront s'investir pour la conserver.

SCÉNARIO ESCAPE GAME

Les participants se retrouvent dans la pièce et la découvre.

RÉALISTE

Ils doivent aider l'agriculteur à faire vivre la ferme sur une journée

LOUFOQUE

L'agriculture suisse est en danger et les participants doivent tout faire pour sauver la planète

IDÉES D'ÉNIGME

Bibliothèque avec des livres sur l'agriculture

- Des chiffres écrit sur les murs
- Regarder à travers un petit trou au mur pour pouvoir observer l'arrière de la bibliothèque pour l'ouvrir
- Petit bac de terre avec des infos dedans
- Trouver des pièces de puzzle

Croquis de la salle :



Figure 8 / Plan de l'escape Game

CONCLUSION DU PROJET

RÉTROSPECTIVE

Nous sommes toutes très fière de ce que nous avons pu produire en un laps de temps assez courts pour ce que nous avons prévu, effectivement nous avons au départ prévu assez gros et à l'heure actuelle nous n'avons pas de regrets ou de déception.

PRISES DE CONSCIENCE

Au début du projet nous n'avions pas pleinement connaissance de tout ce qui entourait le métier d'agriculteur, par la suite nous avons effectué des recherches qui nous ont appris à quel point ce métier était important en Suisse.

PERSPECTIVES

Nous espérons que ce projet va pouvoir réellement resserrer les liens entre les consommateurs et les agriculteurs, car nous ressentons qu'ils sont en train de se dégrader. Il est important que les Suisses prennent consciences de leur impact écologique lorsque qu'ils consomment de la nourriture et cela doit passer par une meilleure communication sur le circuit qui mène nos aliments dans les rayons des centres commerciaux.

Nous pensons qu'après cette prise de conscience les Suisses réfléchirons différemment lors de leurs achats alimentaires en faisant attention au label ainsi qu'à la provenance des produits. Ils se dirons qu'acheter local n'est pas une transition contraignante et surtout que c'est important pour faire vivre les producteurs de nos régions. Ce resserrement de liens aura pour résultat de faire appel aux émotions des citoyens et non à leur envie irrésistible de trouver le produit le moins couteux possible lorsqu'ils choisiront leurs aliments.

SOURCES

Toutes les photos ou illustrations qui se trouvent dans ce document ont été produites par nous.

Sources internet :

<https://www.keetiz.fr/blog/encourager-lachat-local-en-8-%C3%A9tapes>

<https://www.agroscope.admin.ch/agroscope/fr/home.html>

<https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home.html>

<https://www.sbv-usp.ch/fr/>

<https://www.bio-suisse.ch/fr/home.html>

TABLES DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 / vache de Maxime Delamadeleine.....	4
Figure 2 / Photo prise durant notre tournage.....	6
Figure 3 / Photo prise durant le tournage.....	6
Figure 4 / Réponses au sondage 1.....	10
Figure 5 / réponse au sondage 2.....	10
Figure 6 / Réponses au sondage 3.....	10
Figure 7 / Réponse au sondage 4.....	11
Figure 8 / Plan de l'escape Game.....	16
Figure 9 / poulet de Maxime Delamadeleine.....	18



Figure 9 / poulet de Maxime Delamadeleine