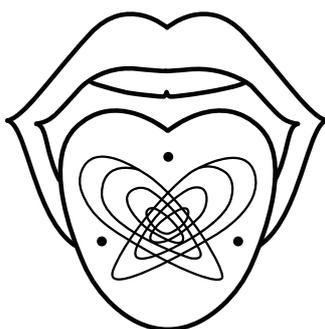


Rapport d'activité annuel

Association Papille-ON

Avril 2022 – avril 2023



PRÉSENTATION	3
Valeurs fondamentales.....	3
Missions et philosophie	3
Objectifs.....	3
Stratégie fondamentale	3
ÉVÉNEMENTS-CLÉS DE L'ANNÉE	4
Création de l'Association Papille-ON.....	4
Impression de 3000 Dictionnaires de la Survie alimentaire.....	4
Lancement public de Papille-ON et du Dictionnaire de la Survie alimentaire	4
Rédaction du Manifeste Papille-ON et création des 6 groupes de travail	4
Création et diffusion du site papille-on.com.....	6

RAPPORT DE L'ADMINISTRATION	7
Nouvelle organisation du comité	7
Rappel des catégories de membres :	7
Les logiciels/outils d'administration et de collaboration	7
Les logiciels/outils de travail et de création	8
État des comptes - rapport du trésorier	8
Budget 2023	9
Projets en cours.....	10
RAPPORT DU GROUPE PROSPECTION-REPRÉSENTATION	11
Diffusion du Dictionnaire	11
Partenariats.....	11
Rencontres dans les milieux privés.....	11
Domaine public.....	11
Projets en cours.....	12
RAPPORT DU GROUPE COMMUNICATION-MULTIMÉDIA.....	13
Canaux de communication.....	13
Site	13
Artistes.....	13
Réseaux sociaux	13
Projets en cours.....	14
OBJECTIF 1. « DIFFUSER LE DICTIONNAIRE ALIMENTAIRE ».....	16
L'épopée du Dictionnaire de la Survie alimentaire	16
Projets en cours.....	17
OBJECTIF 2. « ÉVEILLER À UNE CULTURE ALIMENTAIRE DURABLE »	19
Définition de la Culture alimentaire selon Papille-ON.....	19
L'épopée de la nouvelle Culture alimentaire	19
Projets en cours.....	21
OBJECTIF 3. « RÉSEAUTER LES (PETITS) ACTEURS DE L'ALIMENTATION ».....	23
L'épopée du réseau Papille-ON	23
Projets en cours.....	24

Présentation

Papille-ON, la plateforme d'information, de culture et de réseautage alimentaire

Valeurs fondamentales

Des membres : audacieux, créatifs, informés/éveillés

De l'association : inclusivité, efficacité, créativité

Des savoirs transmis : simples, utiles, objectifs

Missions et philosophie

Papille-ON est une association fondée en 2022, à la base pour éditer et diffuser le Dictionnaire de la Survie alimentaire.

Le Dictionnaire est un guide pratique sur l'alimentation et son impact écologique. L'ouvrage traite près de 200 sujets en rapport avec l'alimentation, de façon scientifique, holistique et orientée sur les solutions.

En se basant sur le Dictionnaire, Papille-ON veut informer les populations sur les enjeux de l'alimentation et favoriser une Culture alimentaire durable, principalement auprès des jeunes et des populations à revenus modestes.

Objectifs

Pour atteindre sa mission, Papille-ON a établi 3 objectifs majeurs :

- diffuser le Dictionnaire dans un maximum de langues et de supports,
- éveiller les jeunes à une culture alimentaire durable,
- réseauter les acteurs de l'alimentation.

Stratégie fondamentale

Force normative des faits

- Force = nombre, masse
- Fait = produire, donner vie à une idée
- Norme = règle morale acceptée par la majorité

→ le nombre crée la norme ; à nous de produire des faits qui créeront le nombre

Événements-clés de l'année

Création de l'Association Papille-ON

le 19 avril 2022, à Botterens, dans le futur QG Papille-ON

Les 5 membres fondateurs, Yulia, Sylvain, Vincent, Robin et Valentin se réunissent lors de l'assemblée constitutive et ratifient les statuts de l'association.

Impression de 3000 Dictionnaires de la Survie alimentaire

le 15 août 2022, au Cric à Marly

Après 6 mois de correction, de mise en page et de discussion, Papille-ON et l'imprimerie du Cric impriment 3000 exemplaires du Dictionnaire pour un coût avoisinant les 15'000.-. En s'occupant du financement, de l'impression et de la diffusion du livre, Papille-ON devient officiellement éditeur du Dictionnaire de la Survie alimentaire.

Sur les 3 palettes de livres obtenues, une sera immédiatement récupérée et stockée dans le garage d'un membre pour lancer la diffusion.

Lancement public de Papille-ON et du Dictionnaire de la Survie alimentaire

le 25 août 2022, au marché folklorique de Bulle.

Produits pour l'événement :

- 3000 Dictionnaires de la Survie alimentaire
- 1000 flyers marque-page
- 1200 autocollants → 300 pièces x 3 sortes x 2 tailles (9cm Ø + 5cm Ø)
- 50 t-shirts Papille-ON
- 1 Grimoire de la Survie alimentaire (livre A3, cousu, mêlant 5 artisanats)
- 2 drapeaux
- 50 formulaires d'adhésion
- 1 stand artisanale (table haute en bois flottés + structure + bâche imprimée)

Rédaction du Manifeste Papille-ON et création des 6 groupes de travail

A la suite du lancement, après un léger flottement, le Manifeste Papille-ON est rédigé pour mieux comprendre qui nous sommes, où nous allons, quelles ressources nous devons générer et sur lesquelles nous pourrions compter ou non. De là sont établis 3 objectifs majeurs et une toute nouvelle organisation interne.

3 groupes "objectif"	3 groupes "de soutien"
Diffusion du Dictionnaire	Administration
Culture alimentaire	Communication-multimédia
Réseautage (alimentaire)	Prospection-représentation

| 🦋 *Manifeste Papille-ON* 🦋 |

Enjeux du monde, prévisions et solutions, résumés en 7 points

Point 1

A la lumière des dernières études, il reste **moins de 15 ans** pour **changer radicalement** nos **modes de production** et de **consommation**, sans quoi nous dépasserons le **point de rupture** avec les cycles naturels de la Terre et ainsi le **point de non-retour** de l'humanité.

Point 2

Malgré le faible PIB qu'il génère, **l'agroalimentaire** est un secteur omniprésent qui impacte directement **toutes les populations**, que ce soit sur le plan économique, écologique ou sanitaire. En concentrant nos efforts sur ce secteur, il pourrait devenir l'un des grands **moteurs du Changement**.

Point 3

Les grandes institutions sont conçues pour protéger autant les **populations** que les **systèmes** en place. **Changer rapidement** des **systèmes** alimentaires est un processus actuellement incompatible avec le mode opératoire de ces institutions. Certaines pourraient même s'opposer au Changement.

Point 4

Changer radicalement nos modes de **production** et de **consommation** en **moins de 15 ans** en comptant **majoritairement sur les consommateurs** est impossible. Seul le développement d'une **Culture alimentaire universelle** pourrait créer un élan capable de soulever l'opinion publique, elle-même susceptible d'amener le soutien des grandes institutions.

Point 5

Pendant très longtemps, il fallait compter plusieurs siècles pour transformer une culture. Aujourd'hui, avec les **technologies**, la puissance de la **communication** et la position de plus en plus « écologique » des **États** et des consommateurs, une Culture alimentaire **durable** peut prendre corps en quelques années.

Point 6

Les jeunes générations sont les plus prédisposées à adopter une nouvelle culture.

Point 7

Un **acte de foi** (en l'avenir) extrêmement puissant, soutenu par plusieurs **générations** - Z et Alpha en tête - à travers une **Culture alimentaire universelle durable** pourrait nous permettre de survivre au Changement.

En bref

Un effet papillon provoqué par une génération Papille-ON.

Création et diffusion du site papille-on.com

du 4 novembre 2022 au 24 mars 2023

Le 4 novembre 2022, Flücke (Création), concepteur multimédia et futur consultant de Papille-ON, sponsorise et lance la création du site *papille-on.com*.

Il est épaulé par notre team dynamique qui produit autant la matière artistique du site - photos, illustrations, textes - que son contenu par le biais des différents groupes de travail. Pour faire le tour de la question alimentaire, le site comporte 17 rubriques, un Dictionnaire de la Survie alimentaire (numérique), une Goût-Gueule Carte de réseautage et 7 types de formulaires "Nous aider".

Le 15 mars, une soirée de présentation a été organisée pour les membres pour apprendre à utiliser le site et améliorer sa diffusion.

Le 24 mars, la première campagne de diffusion "synchronisée" a été lancée. Tous les membres se sont mobilisés pour communiquer massivement, d'abord vers les proches via WhatsApp puis vers un public plus large via Instagram.

La campagne, bien que de petite envergure, a porté ses fruits, accélérant les ventes de Dictionnaire (dans les cercles proches) et augmentant d'un tiers les followers sur Instagram.

Rapport de l'administration

Nouvelle organisation du comité

qui sera voté à l'AG du 29 avril 2023, mais qui est déjà « opérationnel de fait »

- Président et secrétaire : Valentin Pasquier
- Vice-président et trésorier : Sylvain Pasquier
- Responsable technique : Benjamin Oehen (BO)
- Responsable artistique : Yulia Pasquier
- Responsable de la Diffusion du Dictionnaire : Valentin Pasquier
- Responsable de la Culture alimentaire : Vincent Romanens
- (Co)Responsables du Réseautage : Bernard Genoud et Valentin Pasquier
- Responsable de la communication : Gregory Carrel

Rappel des catégories de membres :

- « Membres **tacites** » : tous ceux qui ont lu le Dictionnaire de la Survie alimentaire
- Membres **passifs** : des gens animés par les idées de Papille-ON ou du Dico mais qui n'ont pas assez de temps ou de compétences à offrir et qui s'engagent en payant une cotisation
- Membres **participatifs** : idem que membre passif sauf qu'ils s'engagent en vendant des Dictionnaires, en communiquant pour Papille-ON et/ou en rendant des services ponctuels → conduire, porter, cuisiner...
- Membres **actifs** : des membres participatifs (level 2) avec des compétences, de l'énergie et qui savent travailler de façon autonome
- Membres du **comité** : des membres actifs (level 3) avec une fonction spécifique et un engagement à moyen-long terme
- **Consultants** : des spécialistes qui mettent volontiers leur expérience au service de Papille-ON, mais qui ne sont pas intéressés d'entrer dans une dynamique d'association.

Les logiciels/outils d'administration et de collaboration

- **ClubDesk** : logiciel administratif d'où sont générés les mails, les ressources, les portefeuilles clients et la comptabilité
- **Google Drive** : espace de stockage et de partage de tous les fichiers utiles à Papille-ON. Près de 250 fichiers (+ photos) sont à la disposition des membres. L'espace de

stockage a été augmenté à 100Go. *Aussi à disposition des membres pour stocker des travaux personnels.*

- **E-mail (hotmail, gmail...)** : canal utilisé pour partager principalement les documents. Il sera remplacé peu à peu par Discord.
- **WhatsApp** : application utilisée pour communiquer entre membres et entre groupes. 7 groupes ont été créés avec des résultats de productivité très variables. Elle a montré déjà pas mal de limites et sera remplacé peu à peu par Discord.
- **Discord** : application de collaboration prévue à la base pour les *gameurs*, mais qui propose une plateforme multifonctionnelle avec d'énormes possibilités : vidéo-conférences, partage de ressources, discussions ciblées...

Les logiciels/outils de travail et de création

- **Flip PDF plus pro** : créateur de livre numérique (coûteux) avec lequel a été généré le Dictionnaire de la Survie alimentaire pour le site. La version choisie permet de créer des books et catalogues de grande qualité à l'infini (ou presque). *A disposition des membres et des partenaires, aussi pour développer des projets personnels.*
- **Adobe indesign** : application utilisée pour la mise en page du Dictionnaire. Bien qu'excellent, il est très cher et dur à prendre en main. Il sera remplacé par Affinity.
- **Affinity (designer/publisher/photo)** : application de designer autant performant qu'Adobe, mais bien meilleur marché. L'équipe apprend actuellement à l'utiliser, autant pour nourrir le site et les réseaux que pour créer notre matériel de comm'.
- **Canva** : logiciel de création de matériel de comm' (gratuit). Avec une prise en main rapide et un grand choix de modèles et d'options, il s'est révélé excellent pour créer de produits simples (newsletter...).
- **QR Code Generator** : générateur de QR code (payant), permettant de créer 50 QR d'excellente qualité. *A disposition des membres et des partenaires, aussi pour des projets personnels.*
- **Xmind** : application permettant de créer des hiérarchies, des brainstorming et map de tout genre. Notre version est gratuite mais largement suffisante à notre utilisation.
- **Ubersuggest** : logiciel de recherche de mots-clés pour le référencement SEO du site.
- **Word et autres produits microsoft** : tout le monde connaît. Nous les utilisons pour le texte, la comptabilité et les présentations PP.

État des comptes - rapport du trésorier

Papille-ON boucle l'année sur un léger bénéfice. Il faut tenir compte, cependant, que nous avons vendu beaucoup moins de livres que prévu.

Cela a été compensé par des charges qui n'ont pas eu lieu, notamment de formation et de traduction. C'est ce qui nous permet de présenter ce bilan positif.

Notons toutefois que seule une petite part de nos actifs est constituée de liquidités. Le reste est constitué de notre stock de livres, destinée à la vente, et d'infrastructures, telles que notre stand et notre site internet qui devront nous permettre de développer nos activités sur une solide assise.

Il est donc important de renforcer sans trop tarder notre situation financière par des rentrées d'argent frais. Le Dictionnaire étant désormais en vente dans la plupart des librairies romande, il nous faut maintenant nous activer dans le recrutement de membres cotisant et de donateurs.

Budget 2023

Budget 2023					
	Charges CHF		Produits CHF		
Matériel atelier CA	1 500,00	1 500,00	Vente dictionnaires	9 500,00	
Projet réseautage	500,00	500,00	Cotisations membres passifs	3 500,00	
Stockage dictionnaires	190,00	190,00	Dons	2 000,00	
Droits d'auteur	1 800,00		Contributions	3 000,00	
Formation continue / développement personnel	2 000,00	2 000,00			
Défraiements	1 100,00	1 100,00	Sous-total	18 000,00	
Charges d'administration	2 660,00	2 660,00			
Matériel de bureau	500,00	500,00	Perte	2 800,00	
Marketing	7 000,00	7 000,00			
Réajustement stock de livres	3 250,00		Total	20 800,00	
Réajustement valeur du mobilier	300,00				
Site web		4 000,00	<u>Charges d'administration (détails)</u>		
Mobilier bureau		500,00	Administration	500,00	
			Littérature spécialisée	300,00	
Sous-total	20 800,00	19 950,00	Logiciel dessin	400,00	
			Copyright	300,00	
Perte	(2 800,00)	(1 950,00)	Assurance juridique	700,00	
			TVA site	385,00	
	Charges totales	Dépenses nettes	Frais bancaire	75,00	
			Total	2 660,00	

Projets en cours

Verrouillage de l'association

- Obtenir une exonération d'impôt
- Obtenir le droit de faire des certificats de don
- Obtenir un copyright pour le logo et le nom
- Contracter une assurance juridique

Création de l'organe de contrôle

- Engager 2 membres ou externes de l'association pour contrôler les comptes Papillon-ON

Rapport du groupe Prospection-représentation

Diffusion du Dictionnaire

38 librairies et 12 commerces diffusent déjà le Dictionnaire dans tous les cantons Romands et sur Évian.

Partenariats

4 partenariats principaux conclus jusqu'ici :

- Book2cook
- Le Village de la Paix
- La Gruyère en vrac
- Atout sel

Plusieurs autres associations ont aussi été contactées en vue d'un éventuel partenariat :

- Urig Fribourg
- Graines d'Avenir
- Mahajra Bulle

De plus, nous créons un partenariat automatique avec les librairies et commerces qui diffusent le Dictionnaire. Ces partenariats ne les engagent en rien, mais leur permettent de profiter de la visibilité offerte par le site et Goût-Gueule Carte.

Rencontres dans les milieux privés

Des personnalités de l'agroalimentaires ont été rencontrées le 21 septembre 2022, chez le Dr Luchinger, à Bulle. Ils ont pris connaissance du projet et ont reçu chacun un Dictionnaire. Certains pourraient être mobilisés dans des projets concrets.

Blaise Hoffman, écrivain et « pont entre ville et campagne », a été rencontré lors d'une séance de dédicace, en mars. Il a été intéressé par les projets de Papille-ON et sera contacté pour collaborer dans le Réseautage, une fois que le groupe sera assez avancé pour profiter pleinement de son expérience.

Domaine public

La conseillère d'État Sylvie Bonvin-Sansonnens, en charge de la culture et de la formation, a été contacté, par le biais d'une connaissance Député. Elle nous a redirigé vers les services des écoles et nous sommes actuellement en discussion pour comprendre les procédures administratives et obtenir des financements.

Les organisations importantes (FRC, SSN...) seront contactées prochainement pour obtenir des ressources, une reconnaissance publique et des financements plus importants.

L'alimentarium (musée de l'alimentation) a été visité lors d'une sortie de Papille-ON. Son approche a soulevé de nombreux débats et un rapport conséquent est en train d'être rédigé.

Différentes organisations (publique et privée) du Pays-d'Enhaut seraient prêts à soutenir un grand projet de réseautage, par le biais d'Elisabeth, animatrice du SEL.

Projets en cours

Obtenir le soutien des organes publiques

- Développer une collaboration avec les services des écoles
- Trouver des financements auprès des organisations importantes

Conclure et entretenir les partenariats principaux

- Rencontrer les organisations actives
- Trouver des ressources et des projets communs
- Favoriser la collaboration

Organiser des événements de lancement chez 3 partenaires principaux

- A la sortie du site, organiser des rendez-vous chez nos partenaires

Rapport du groupe Communication-multimédia

Canaux de communication

Le groupe concentre ses efforts sur les canaux de communication suivant :

- Site → opérationnel
- Réseaux sociaux → en attente d'une stratégie de publication
- Événements/terrain → en attente d'atelier(s) pédagogique(s). Le groupe veut participer au maximum à 3 événements dans l'année
- (Mailing) → seulement pour diffuser le Dictionnaire dans les cabinets thérapeutiques et les bibliothèques

Presse et blog seront envisagés fin 2023.

Site

Le site est opérationnel depuis le 15 mars 2023. Il reste néanmoins à inscrire de nombreux projets et à corriger globalement le contenu.

Une version 2.0 du Dictionnaire devra remplacer l'actuelle, trop simple et peu interactive.

Artistes

Un groupe d'artistes (photos, illustrations, textes, design) s'est constitué. Il produit la matière artistique (du contenu) pour le site, les événements et les réseaux sociaux.

Réseaux sociaux

L'association opère sur Instagram (principal) et Facebook (par publication automatique).

Pour l'instant le groupe se tient à une publication et une story par semaine, ce qui insuffisant.

Une stratégie de publication sera mise en place dès le mois de mai avec les composantes suivantes :

- Un responsable digital qui utilise la matière artistique produite par les autres et gère les publications
- Une palette de membres qui produit du contenu multimédia avec chacun son domaine spécifique :
 - Actualité en lien avec des articles du Dictionnaire (Valentin)
 - Vie et techniques alimentaires au chalet (Ben et Sylvain)
 - Philosophie alimentaire (Yulia)
 - Technologie et outils de réseautage/collaboration (Greg)
 - ...
- Des externes (indépendants, partenaires...) qui produisent du contenu de qualité et qui seront invités à être reposté à travers la « communauté Papille-ON »

Un responsable marketing devra être engagé à l'été 2023 pour propulser les réseaux. Il faudra à ce moment assurer une rentrée d'argent régulière, ce qui devrait être possible via les ventes croissantes du Dictionnaire et une recherche plus active de donateurs et de membres passifs.

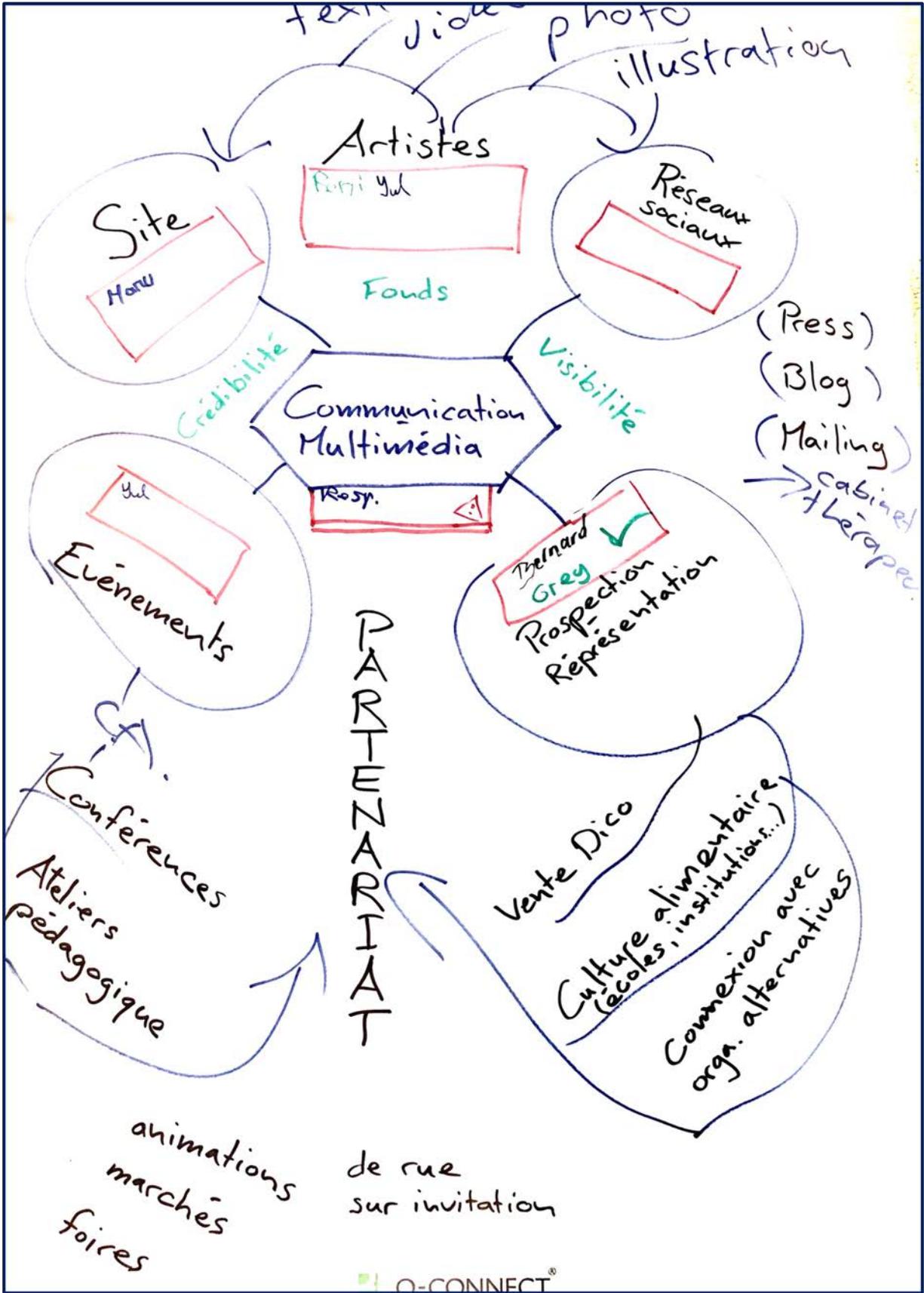
Projets en cours

Établissement du marketing opérationnel

- Engager un responsable digital (*community manager*) dès juillet
- Établir une stratégie marketing opérationnelle

Produire de la matière artistique pour nourrir les réseaux

- Mobiliser membres et partenaires pour créer/reposter du contenu en vue du *boostage* des réseaux



Présentation lors de l'AG du 26 novembre 2022

Objectif 1. « Diffuser le Dictionnaire alimentaire »

L'épopée du Dictionnaire de la Survie alimentaire

L'histoire est connue : 3 ans de rédaction, 200 termes de l'alimentation passés au peigne fin, 6 mois de mise en page, 3000 Dictionnaires imprimés, 3 palettes de livres stockés entre les garages et les réduits des membres...

Ce qui est moins connu - et prévu - c'est qu'il y a une différence fondamentale entre créer un produit incroyable et distribuer un produit incroyable. Il y a également de nombreuses divergences entre convaincre un convaincu, débattre avec un sceptique et capter un lambda sur les sujets de l'agroalimentaire.

Encore inconscient de tout cela, le groupe "Diffusion du Dico" s'en va papillonner de librairie en librairie, de ville en ville, de pays en pays, de technologie en technologie. Pour arriver à notre objectif, il reste *grosso modo* à produire un site avec ebook intégré, quelques traductions et une appli. Comme le livre est excellent, il ne demande pas de bachelor en communication pour être vendu.

Alors en se baladant, on tombe sur des librairies, des gens, des organisations, on leur parle du "Dico" et ils en achètent plein.

L'histoire est légèrement embellie, car dans les faits, le marché du livre est difficile et très capricieux. On se souvient d'une journée de démarchage affichant 200 kilomètres au compteur, 8 librairies conquises, pour seulement 16 livres déposés... qui devront être récupérés dans les 3-6 mois s'ils ne sont pas vendus.

Revenu net (dans le meilleur des mondes possibles): 90CHF, retirables sur 6 mois...

Bon, on reste tranquille. Le groupe achève sereinement la conquête de la Suisse Romande, puis se tourne vers la France. Mais c'est pire ! La marge est encore plus misérable ! Alors l'attaque est ajournée, la stratégie revue et on se demande gentiment s'il ne faudrait pas redonner le *business* à un diffuseur. Bien sûr, il mangerait le peu de bénéfice, mais on commence à comprendre que le livre ne sera, dans tous les cas, pas la mine d'or prévue initialement.

Il redevient "la source d'infos en libre accès pour le peuple" imaginée au tout début, pour favoriser une alimentation durable dans les populations et aiguïser leur sens critique. Mais il devient également un puissant objet de communication qui permet de faire connaître Papille-ON et de donner du poids à tous nos projets.

Une fois le site papille-on.com mis en ligne, le groupe lance une traduction allemande, contacte gentiment les diffuseurs français et noue les premiers liens avec la presse.

Affaire à suivre...

Projets en cours

Diffusion du Dictionnaire en Suisse Romande

- Objectif été 2023 → 40 librairies CH + débuts en France
- Contacter et intégrer toutes les bibliothèques romandes (mailing)
- Contacter tous les cabinets thérapeutiques/nutritionnistes FR/VD/NE (mailing)

Création d'une super version numérique

- Créer un site papille-on.com
- Revoir la mise en page du livre
- Introduire le Dictionnaire dans un module avec liens hypertextes et fonctionnalités

Traduction/adaptation

- Traduction allemande lancée avec Nadia
- Recherche active d'un traducteur italien
- Recherche passive de traducteurs espagnole, anglais, russe + autres langues
- Possibilité de traduction en mandarin avec Claude Heymoz...

Création d'une version couleur-illustrée

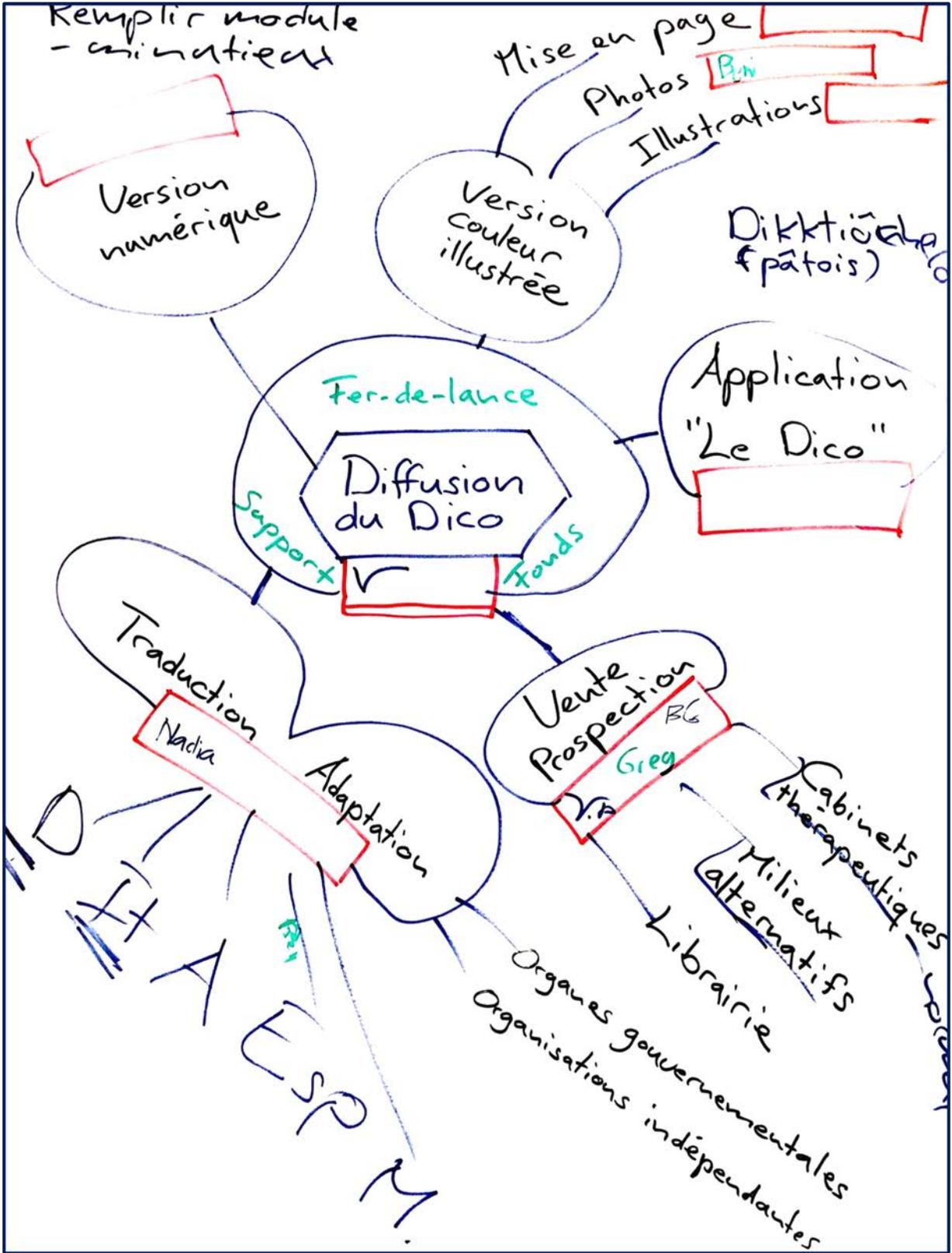
- Faire des photos/illustrations/BD de chaque sujet
- Mettre à jour le Dictionnaire
- Faire une mise en page couleur avec thèmes (additif, nutriments, maladies...)
- Obtenir financement pour l'édition

Création d'une application « Le Dico »

- Rencontrer un développeur digital
- Adapter le contenu du Dictionnaire
- Créer l'application

Conquête de la France et recherche de diffuseur

- Contacter les diffuseurs français
- Créer des noyaux de diffusion dans les grandes villes
- Penser la logistique des ventes



Présentation lors de l'AG du 26 novembre 2022

Objectif 2. « Éveiller à une Culture alimentaire durable »

Définition de la Culture alimentaire selon Papille-ON

Dans une culture alimentaire, les individus partagent des valeurs, des habitudes alimentaires, des recettes ou encore des sensations gustatives communes. Il faut savoir que chaque société "vivait" naturellement une culture alimentaire essentiellement durable, avant que la mondialisation et le marketing ne bouleversent nos habitudes alimentaires en les intégrant au consumérisme.

Le consumérisme (ou société de consommation) peut être traité comme une culture alimentaire - et commerciale - qui permet à un large public de consommer tout en tout temps. Ses principes sont basés sur l'accessibilité à la consommation, l'économie d'argent et le gain de temps.

Par ces valeurs, le consumérisme revêt une forme d'universalité qui a conquis une grande partie du monde. Une culture universelle qui veut offrir à tous la possibilité de consommer toujours davantage. Une universalité qui n'a paradoxalement rien de durable.

La seule façon de s'opposer au consumérisme est de développer une nouvelle Culture alimentaire...

Pour Papille-ON, cette nouvelle Culture alimentaire doit aller au-delà des recettes, des goûts ou des intolérances pour appliquer avant tout des valeurs de consommation durables. Une Culture alimentaire durable, c'est donc penser et acheter local, équitable, frais, transparent... C'est être "consom'acteur", "locavore", "acteur du réseau", "acteur de l'alimentation", "acteur du Changement" !

Si toutes les sociétés aspirent à cette durabilité, on parle alors de valeur (culture ?) universelle.

L'épopée de la nouvelle Culture alimentaire

Un jour d'automne 2022, Flücke est monté au chalet. Il voulait faire un reportage sur Papille-ON, mon chalet et ma philosophie de vie. On s'était rencontré seulement 2 jours auparavant ; c'est vous dire comment le scénario était improvisé.

L'hostilité de la montagne se faisait de plus en plus sentir et il ne restait au chalet que les poules, les enfants et un drapeau Papille-ON balayé par les rafales piquantes, impossible à prendre en photo. Plus de génisse, plus de chèvres, plus de touristes pour acheter nos tommes. Alors sur quoi faire un reportage...

On a fait comme d'habitude : on est sorti du chalet et on a vaqué avec nos enfants. C'était le jour d'abattage des poules, un de ces moments où l'on remercie spécialement la Vie. On a voulu cuisiner une courge farcie dans un grand feu, notre plat de fête au chalet, une fête célébrée, ici, chaque semaine.

Lev (4 ans) avec sa brouette, Luna (2 ans) sur mes épaules, ma douce à la main et la machette sur le dos, on est parti cueillir une courge dans notre jardin secret - un tas de fumier caché

des chèvres. Puis tous ensemble, on a allumé un grand feu, cuisiné, abattu, plumé et vidé les poules, manger cette courge gastronomique et trinqué à la Vie. En toute simplicité.

Nous avons produit un très beau reportage, où enfants, nourriture, vie (mort) et quotidien s'intégraient parfaitement sans la moindre aliénation. Au-delà du caractère idyllique que seule la vie de chalet permet, ce reportage dessina le visage de la future Culture alimentaire de Papille-ON.

Un mois plus tard, le groupe "Culture alimentaire" s'est formé, animés par des éducateurs et des cuisiniers, enrichis par de nombreuses compétences manuelles.

Les projets fleurissent, le groupe se passionne et les réunions de travail s'alternent avec des "Café Papille-ON" pour séparer les moments de réflexion de l'action. Après avoir lancé une première série de recherche et la construction de 2 ateliers pédagogiques, le groupe identifie les carences du système scolaire en termes de Culture alimentaire. Il rentre en contact avec une Conseillère d'État et pénètre timidement dans une des plus importantes institutions de Suisse...

A suivre dans la prochaine newsletter !

Projets en cours

Rechercher tous ce qui se fait sur la culture alimentaire

- Scolaire et extrascolaire, de la crèche à l'école secondaire, de la Suisse aux pays limitrophes
- Les pays scandinaves peuvent être intégré dans la recherche à titre de « modèle éducatif »

Créer un premier atelier pédagogique pour les jeunes

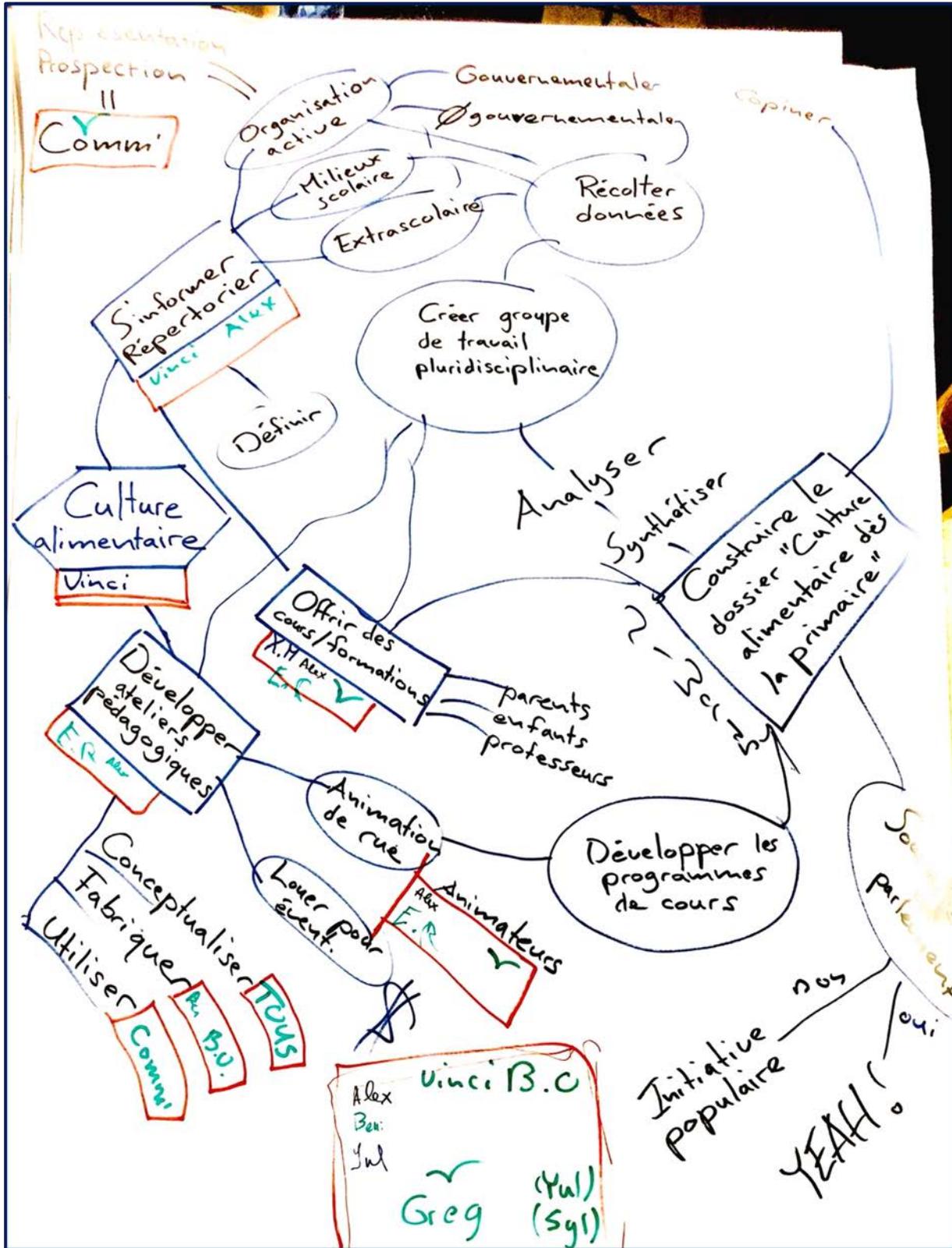
- Définir la « culture alimentaire »
- Comprendre les besoins
- Conceptualiser et fabriquer l'atelier
- Démarcher régulièrement sur les voies publiques et dans les écoles

Développer des formations de Culture alimentaire

- Pour jeunes parents
- Pour duos parents-enfants
- Pour enseignants
- Pour les classes 1H-2H
- Répertoire tous les cours qui favorisent une alimentation saine et durable, pour compléter l'offre de Papille-ON et nourrir Goût-Gueule Carte

Développer des séquences de cours multidisciplinaires

- But : intégrer davantage d'éducation nutritionnelle dans les classes de primaire sans pour autant réduire les autres matières
- Accumuler et synthétiser une base de données conséquentes sur le sujet (les écoles scandinaves sont très actives sur le sujets)
- Créer un groupe de travail multidisciplinaire : nutritionnistes, cuisiniers, pédagogues, éducateurs, professeurs...
- Maîtriser les programmes actuels de cours
- Conceptualiser et rédiger nos propres programmes de cours
- S'informer sur la démarche administrative et politique, les informer au fur à mesure
- S'entourer de personnalités actives dans le domaine



Présentation lors de l'AG du 26 novembre 2022

Objectif 3. « Réseauter les (petits) acteurs de l'alimentation »

L'épopée du réseau Papille-ON

A l'instar de sa définition vague et peu familière, le réseautage a débuté chaotiquement en décembre 2022. Nous avons tout d'abord amené nos idées géniales et novatrices avant de se rendre compte qu'elles existaient déjà. Comme notre fantastique Goût-Gueule Carte... qui s'appelle ailleurs Locishop, la Ruche qui dit oui...

Comment se distinguer alors ? D'innombrables roues avaient déjà été inventé, qu'est-ce qui nous restait ? Comment être encore plus génial que les autres ? Mauvaise question. En cherchant à entrer en compétition avec des organisations qui nous ressemblent, nous faisons encore fausse route.

Alors nous avons reformulé notre approche : Qu'est-ce qui manque le plus souvent à toutes ces roues ?

Rouler.

Ainsi le Réseautage Papille-ON ne sera pas un bureau de Recherche et Développement (R&D), mais une plateforme de promotion et d'appui de tout ce qui a déjà été recherché et développé. En appuyant et communiquant les projets aboutis tout en palliant aux carences, Papille-ON pourrait même se positionner en chef de fil. Valoriser le travail incroyable de ces nombreuses organisations (au lieu de les concurrencer) nous octroie la confiance de ces alliés, partenaires en devenir. Cette synergie se nomme au XXI^e siècle, communication croisée, référencement par *back links*, « Communauté Papille-ON » ou même lobby des réseaux durables...

Eh oui, l'union fait la force ! Et si tous ces petits acteurs apprennent à parler d'une même voix, il se peut qu'elle fasse trembler la grande distribution. Un peu comme on éduque un enfant qui fait beaucoup de bêtises : on fait la grosse voix pour qu'il apprenne le respect.

C'est dans ce rôle de "promoteur" qu'est née la rubrique "Trucs et astuces de réseautage" qui présente les outils de collaboration les plus prometteurs. Ou le projet "Réseautage total" qui tente de répertorier TOUS les acteurs de l'alimentation d'une région donnée et de mesurer l'efficacité engendrée.

C'est aussi dans cette approche que se développe le projet "Améliorer l'approvisionnement locavore des restaurants" qui a pour double objectifs d'intégrer les restaurants (grands oubliés de la transition) dans ces réseaux durables, tout en fournissant des garanties aux producteurs pour se libérer du joug des distributeurs.

Pour soutenir ces multiples et ambitieux projets, le groupe passe d'une rencontre par mois à une par semaine et s'approprie de nouveaux outils de collaboration, n'ayant peur ni des technologies ni de voir les choses en très grand.

Car le réseau, c'est notre meilleure assurance-vie, celle qui essuiera les tempêtes et les crises forçissantes.

Projets en cours

Indéfini : Rechercher tous ce qui se fait sur le réseautage

- Répertorier et analyser toutes les organisations actives : associations (CH), institutions (CH + FR), coopérative (CH + FR)
- Rencontrer producteurs, restaurateurs et consommateurs pour cibler leurs besoins
- Synthétiser au fur à mesure, enregistrer les meilleurs outils dans les "Trucs et astuces de réseautage »

Indéfini : Répondre aux questions d'autonomie alimentaire

- Définir « l'autonomie alimentaire »
- A quel pourcentage serions-nous autonomes avec une population :
 - Flexitarienne
 - Végétarienne
 - Sans gaspillage alimentaire
 - ...
- Aménagement du territoire ? → terrain agricole → terrain à construire... ? comment va-t'en nourrir une population grandissante ?

Développer une Goût-Gueule Carte, établir ses règles et tester son efficacité

- Définir « durable » et « local »
- Inscrire tous les commerces durables (FR)
- Affiner les catégories (légendes) par rapport aux nouveaux besoins

Améliorer l'approvisionnement locavore des restaurants

- S'informer sur le fonctionnement des restaurateurs et comprendre s'ils seraient ouverts à l'amélioration voire la reconversion → Sondage pour restaurateurs
- Contacter les institutions de la restauration pour agir à large échelle
- Démarcher auprès des restaurateurs
- Récolter les données
- Créer les supports les plus adaptés à leurs besoins

Projet pilote "Réseautage total" au Pays-d'Enhaut

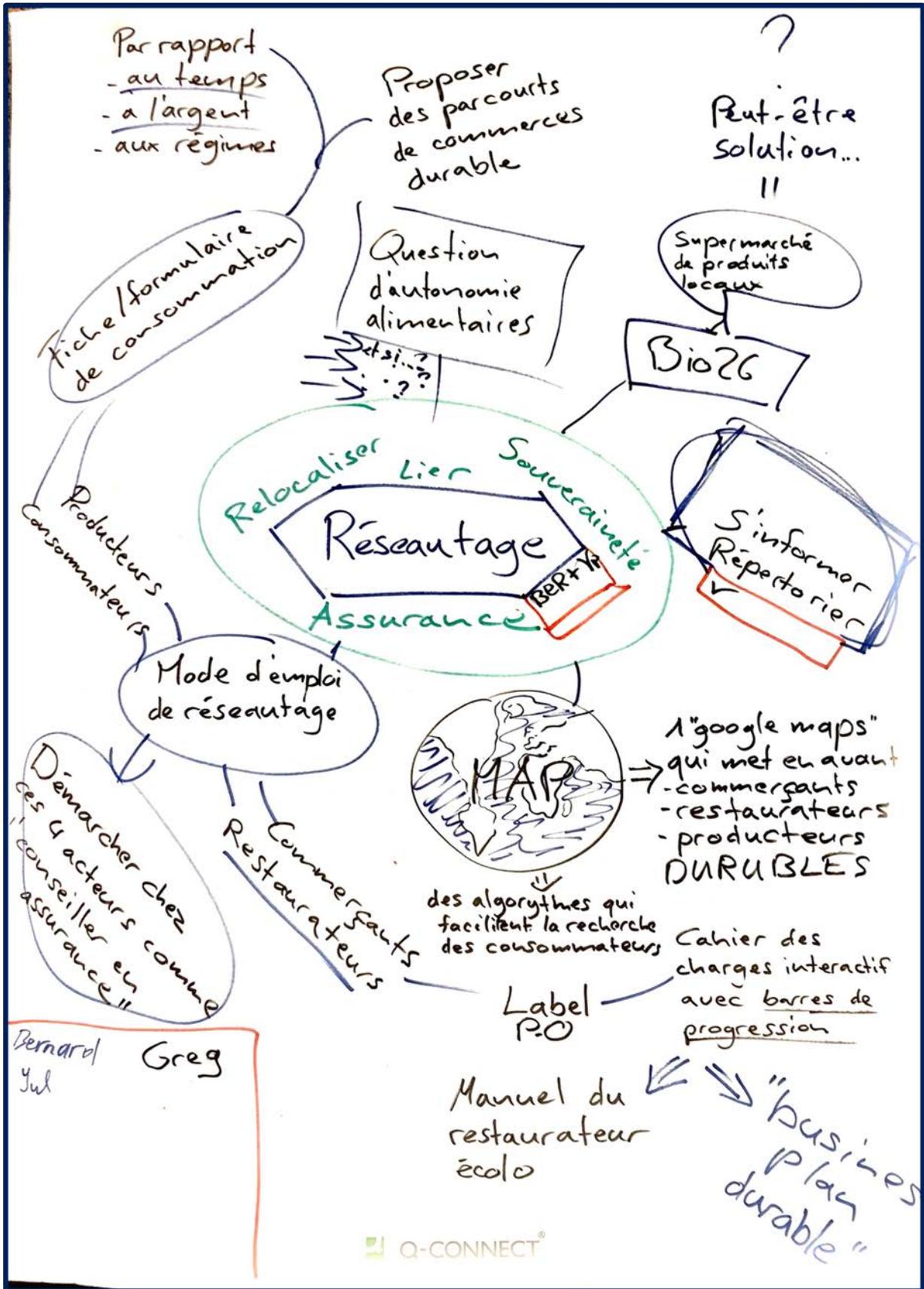
- Enregistrer tous les acteurs d'une région sur la Goût-Gueule Carte
- Soutenir avec une campagne marketing locale
- Mesurer les bénéfices économiques et sociaux sur une année à l'aide d'outils statistique
- Publier les résultats

Développer un mode d'emploi de réseautage

- Multiplier les rencontres avec des organisations actives
- Accumuler les "trucs et astuces" de réseautage
- Créer un « business plan de reconversion durable » pour les restaurateurs avec barre de progression et augmentation de la visibilité sur les réseaux
- Créer un label de réseautage

Développer une Goût-Gueule Carte 2.0 avec algorithmes de recherches

- créer une map qui intègre des outils de collaboration permettant :
 - aux consommateurs, d'insérer une liste de course et se voir proposer soit des parcours soit des regroupements de commande soit des livraisons
 - aux producteurs, de trouver des débouchés de distributions
 - aux restaurateurs et commerçants, de trouver des producteurs locaux et des outils logistiques efficaces



Présentation lors de l'AG du 26 novembre 2022