

Guide pratique Alimentation & climat / Praktischer Leitfaden Ernährung & Klima

WORK IN PROGRESS

élaboré par l'équipe de projet "L'alimentation : une clé pour la transition" à l'intention des GPclimat.

-
A savoir que ce document est par nature évolutif. Il sera complété à mesure des développements de la thématique au sein de l'association. En cas de doute ou si quelque chose semble manquer, merci de le communiquer à David Martin à son adresse courriel david.martin@gpclimat.ch

das vom Projektteam „Ernährung: Ein Schlüssel zur Transition“ für die Klimagrosseltern ausgearbeitet wurde.

-
Zu beachten ist, dass dieses Dokument von Natur aus entwicklungsfähig ist. Es wird im Zuge der Weiterentwicklung des Themas innerhalb des Vereins ergänzt. Im Zweifelsfall oder wenn etwas zu fehlen scheint, teilen Sie es bitte David Martin unter seiner E-Mail-Adresse david.martin@gpclimat.ch mit.

Table des matières / Inhaltsverzeichnis

[Gouvernance & coordination / Governance & Koordination](#)

[Formations - journées d'échange](#)

[Coaching](#)

[Communication - réseautage - partenariats](#)

[Fundraising](#)

[Bibliographie et autres références Alimentation et climat](#)

Gouvernance & coordination

Il s'agit d'un point important qui nous a occupé pendant le projet de manière continue, autant que les aspects programmatiques (ou de contenu). La gouvernance du projet était constituée de 2 à 3 personnes rémunérées (équipe opérationnelle) responsables de la mise en œuvre et de 2 à 5 membres de l'association qui, ensemble, formaient le groupe de coordination qui se réunissait tous les mois.

Même si les membres de l'association avaient un rôle de représentation du comité national (CN), régulièrement ce sujet préoccupait l'ensemble du groupe de coordination qui aurait souhaité une implication plus marquée (notamment au niveau des orientations stratégiques) du CN.

Dans le cadre du mentoring de l'équipe opérationnelle réalisé par Béatrice Métraux, ancienne Conseillère d'Etat (VD) et rodée à l'exercice de mise en oeuvre de projets complexes, le sujet de la gouvernance fût régulièrement abordé, notamment dans le sens d'exiger des prises de position plus engagées du CN en tant que **mandant** dans le cadre du projet Alimentation.

Cette problématique est à considérer dans le contexte suivant:

- ❖ la transition réalisée par le CN vers une gouvernance distribuée, impliquant une volonté consciente de flexibiliser les lignes de commande d'une structure hiérarchique traditionnelle.

Governance & Koordination

Dies ist ein wichtiger Punkt, der uns während des Projekts kontinuierlich beschäftigt hat, ebenso wie die programmatischen (oder inhaltlichen) Aspekte. Die Governance des Projekts bestand aus zwei bis drei bezahlten Personen (operatives Team), die für die Umsetzung verantwortlich waren, und zwei bis fünf Vereinsmitgliedern, die zusammen die Koordinierungsgruppe bildeten, die sich monatlich traf.

Auch wenn die Vereinsmitglieder eine Vertretungsfunktion für das Nationalkomitee (NK) hatten, beschäftigte dieses Thema regelmäßig die gesamte Koordinierungsgruppe, die sich eine stärkere Einbindung (insbesondere auf der Ebene der strategischen Ausrichtung) des NK gewünscht hätte.

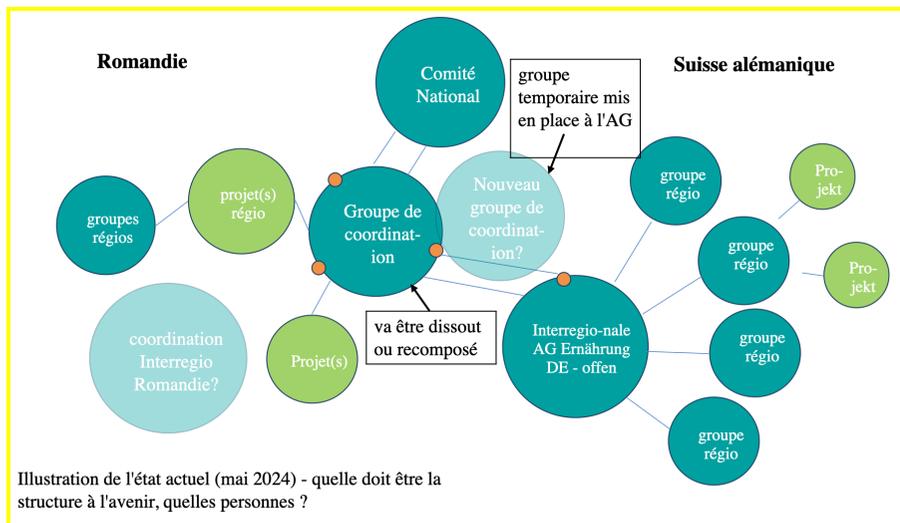
Im Rahmen des Mentorings des operationellen Teams durch Béatrice Métraux, einer ehemaligen Staatsrätin (VD), die mit der Umsetzung komplexer Projekte vertraut ist, wurde das Thema Governance regelmäßig angesprochen.

Diese Problematik ist vor dem folgenden Hintergrund zu sehen:

- ❖ Der Übergang des NK zu einer verteilten Führung, was den bewussten Wunsch nach einer Flexibilisierung der Befehlszeilen einer traditionellen hierarchischen Struktur impliziert.

- ❖ la diversité des initiatives portant sur la thématique alimentation au sein de l'association : de multiples projets régionaux dédiés, un projet national proposé en AG encore à confirmer, des événements OSD portant sur le sujet.

Ci-dessous une présentation schématisée de la gouvernance actuelle :

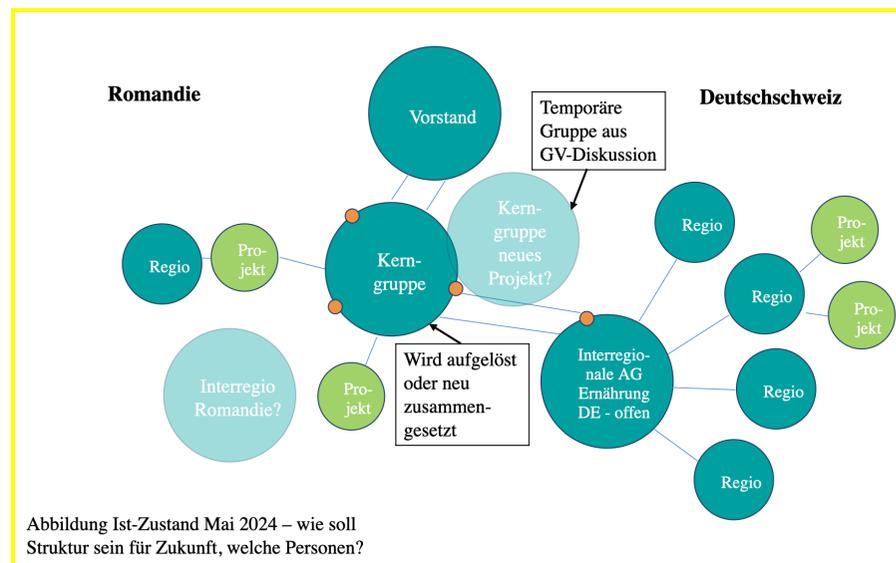


En conséquence, et au moment de la rédaction de ces lignes, la thématique alimentation a une gouvernance distribuée relativement claire de la manière suivante :

Ces différents groupes régionaux ont une autorité directe sur les activités / projets qu'il chapeaute. Cependant, lorsqu'un élément, collaboration ou décision à prendre peut concerner un cercle plus large de parties prenantes, les groupes se réfèrent au CN ou aux autres groupes régionaux en question.

- ❖ die Vielfalt der Initiativen zum Thema Ernährung innerhalb des Verbandes: zahlreiche regionale Projekte, ein nationales Projekt, das der Generalversammlung vorgeschlagen wurde und noch bestätigt werden muss, sowie OSD-Veranstaltungen zu diesem Thema.

Nachfolgend eine schematische Darstellung der aktuellen Führungsstruktur:



Infolgedessen und zum Zeitpunkt der Abfassung dieser Zeilen hat das Thema Ernährung eine relativ klare verteilte Governance, die sich wie folgt darstellt: Diese verschiedenen Regionalgruppen haben direkte Autorität über die Aktivitäten/Projekte, die sie als Dachorganisation betreuen. Wenn

Les différences culturelles entre la Suisse romande et la Suisse alémanique, qui se reflètent également dans les différentes caractéristiques de la structure organisationnelle, ont également été abordées (voir illustration). Nous avons appris qu'il faut des solutions adaptées en fonction de la culture. En se basant sur le thème de l'alimentation, les grands-parents pour le climat ont eu l'occasion de visualiser sous forme d'image la structure tout de même complexe des différents niveaux d'organisation et de l'adapter aux besoins et souhaits actuels.

jedoch ein Element, eine Zusammenarbeit oder eine zu treffende Entscheidung einen größeren Kreis von Interessengruppen betreffen kann, beziehen sich die Gruppen auf den NR oder die anderen Regionalgruppen, um die es geht.

Auch ein Thema waren die kulturellen Unterschiede der Romandie und der Deutschschweiz, die sich auch in unterschiedlichen Ausprägungen der Organisationsstruktur widerspiegeln (siehe Abbildung). Wir haben gelernt, dass es je nach Kultur passende Lösungen braucht. Anhand des Themas Ernährung haben die Klimagrosseltern die Gelegenheit, die doch komplexe Struktur der verschiedenen organisatorischen Ebenen als Bild sichtbar zu machen und diese den aktuellen Bedürfnissen und Wünschen anzupassen.

Formations - journées d'échange

Anna & Jeannine

Journées de formation-action, journées d'échange, journée alimentation-climat? Durant 3 ans, nous avons tenté de trouver un nom adéquat pour cette activité phare du projet. Un nom qui reflète le contenu de ces journées, les buts, tout cela sans effrayer les potentiels participants.

Le nom qui figure maintenant sur le site internet est [Journée d'échange "Alimentation et climat"](#). En effet, après 15 journées organisées dans différents cantons, nous pensons tenir au moins un

format qui fonctionne et qui a l'avantage de pouvoir être adapté à différents contextes et publics.

Journée: une journée semble être une bonne longueur pour ce type d'évènement dont le but est d'offrir un éclairage théorique ET un espace pour (se préparer) à agir. C'est toujours un peu la course, mais c'est tout à fait faisable :-). Pour ne rien oublier, nous avons établi [une check-list organisationnelle que nous partageons ici](#).

d'échange: l'échange entre les participants et avec les intervenants s'est avéré être central durant ces journées. En effet, les participant.es avaient souvent de bonnes connaissances du sujet et souhaitaient échanger leurs idées à cet endroit. Malgré tout, la présence d'une personne experte du sujet nous semble utile pour présenter l'état des connaissances sur l'impact du système alimentaire sur le climat et la santé et pour mettre en évidence les principaux leviers d'action. De plus, une visite pour échanger avec un agriculteur, un artisan ou un commerçant est une expérience toujours très enrichissante et permet de mieux comprendre les réalités du terrain. Finalement, pour faciliter les échanges durant la partie créative et favoriser l'émergence d'idées pour des actions locales, la participation d'un.e facilitatrice.eur (professionnel.le) est recommandée.

[La liste des experts thématiques, des acteurs de terrain \(visites\) et des facilitateurs auxquels nous avons fait appel se trouve à ce lien](#) (<https://kdrive.infomaniak.com/app/share/964411/8fc5c5ca-0b20-43dd-86f3-c52ea17e6354>).

Alimentation et climat: au début du projet, nous avons eu l'idée de diviser ce large thème en quatre parties: agriculture, gaspillage alimentaire, nutrition (santé) et lien à la nature. Les journées d'échanges étaient centrées sur l'un des ces sujets afin d'avoir le temps de l'approfondir et d'en saisir les subtilités. Au vu du but recherché (encourager les participants à agir) et des liens entre les sous-thèmes, nous avons évolué vers un programme permettant aux participants d'obtenir une vision globale du système alimentaire et des leviers d'action pour réduire rapidement les émissions de gaz à effet de serre.

Ein weiteres Vorgehen, welches sich bewährt hat: Die Themenschwerpunkte der Erlebnistage mit den Interessen und sonstigen Aktivitäten der Regionalgruppe zu erarbeiten und abzugleichen. So können Synergien geschaffen werden, und es entsteht durch den Tag neue Verbindungen und Impulse, die direkt den Regionalgruppen und ihrer Entwicklung zugutekommen. Die Besichtigungen von landwirtschaftlichen Projekten wurde zum Teil ersetzt durch gemeinsame Koch-Aktivitäten als Teil des Workshop-Programms.

Une autre procédure qui a fait ses preuves : Elaborer et harmoniser les thèmes principaux de la journée découverte avec les intérêts et autres activités du groupe régional. Cela permet de créer des synergies et d'établir, grâce à la journée, de nouveaux liens et de nouvelles impulsions qui profitent directement aux groupes régionaux et à leur développement. Les visites de projets agricoles ont été en partie remplacées par des activités culinaires communes dans le cadre du programme des ateliers.

Les présentations Powerpoint, projetées lors de ces journées, sont accessibles [à ce lien](#)

(<https://kdrive.infomaniak.com/app/share/964411/7927adbd-8543-4a23-8c92-5dbfd5d5122e>). Elles peuvent être re-utilisées, adaptées ou servir comme source d'inspiration.

Ainsi, le format “testé et approuvé” durant le projet se résume ainsi:

- Une matinée pour apprendre: une présentation-discussion avec un expert et une visite de terrain
- Une pause de midi pour partager: dans un restaurant qui sert des produits locaux ou un pique-nique convivial
- Un après-midi pour agir: un temps créatif pour développer des projets locaux avec l'aide d'un facilitateur. Des projets locaux qui seront soutenus par la suite pour accélérer la mise en œuvre (coaching).

Pour terminer, il faut dire qu'une alternative au format présenté ci-dessus a déjà été testée avec succès dans plusieurs cantons (Winterthur, Solothurn, Fribourg). A Fribourg, le programme conservait les trois éléments *apprendre, partager, agir* mais remplaçait la création de projets locaux par la préparation en commun d'un repas bas-carbone. Ce repas est ensuite partagé par les participants et donne lieu à des débats (guidés). A Fribourg, l'idée est que ces “Repas & Climat” puissent être reproduits par les participants à l'aide d'un guide (en cours d'élaboration) et ainsi donner lieu à l'effet “boule de neige” recherché par le projet.

In Winterthur und Solothurn: Am Vormittag zum Thema “Lernen” wurde jeweils auf die Besichtigung eines landwirtschaftlichen Projekts verzichtet und stattdessen die Zeit für das Lernen über die Zubereitung von klimafreundlichen Gerichten genutzt. Am

Nachmittag fand die Projektwerkstatt zum Thema "Handeln" wie im getesteten Format statt.

A Winterthur et à Soleure : le matin sur le thème « Apprendre », on a à chaque fois renoncé à la visite d'un projet agricole et utilisé le temps à la place pour apprendre à préparer des plats respectueux du climat. L'après-midi, l'atelier de projet sur le thème « Agir » s'est déroulé comme dans le format testé.

Coaching

Le coaching offert par l'équipe de projet aux projets collectifs locaux fût déterminant pour permettre à certains d'entre eux de "passer l'épaule". Même si pour d'autres, il n'est pas nécessaire car les personnes impliquées sont autonomes.

Une première étape de ce coaching a été incluse directement dans le format des journées "Alimentation et climat" vers la fin du projet, sous la forme d'une partie "Projektwerkstatt" (l'après-midi pour agir selon programme présenté ci-dessus) pendant laquelle des idées étaient échangées, développées et formalisées pour constituer une première ébauche de concept pouvant servir à la mise en route d'un projet.

Suite à cela, un suivi est été offert/réalisé en vue de

- motiver les personnes impliquées
 - Prendre le PV lors des 1ères séances, envoyer à tout le monde, ceci pour documenter les velléités d'action et engagement pris.
 - Fixer des rdv à intervals réguliers (zoom ou en présentiel)
- leur donner des outils pour développer leur projet sur les éléments suivants :
 - Thématique alimentation à proprement parler
 - Coordination/gestion de projet - [via notamment le formulaire de montage de projet à ce lien](#).
 - Communication (réalisation de flyers et autres formats / diffusion sur les supports com. de l'association / diffusion dans la presse - v. section suivante de ce guide).
 - Récolte de fonds - v. section dédiée de ce guide ci-après.

- promouvoir les collaborations (entre membres GPclimat, avec d'autres organisations) et la mise en réseau pour permettre des synergies et diffuser les informations du projet
 - Il est très important d'y penser dès le début du projet pour assurer sa pérennisation!
- récolter les infos des projets collectifs locaux quant aux
 - développements notables à refléter dans la présentation sur le site
 - événements à lister sur le site
 - éléments utiles au *monitoring* des effets du projet : développement de projets et compte-rendus des événements (par ex. nombre de participants, changements notables des comportements, éléments tangibles en faveur de la transition e.g motions dans les communes etc., collaborations, etc..)

Communication - réseautage - partenariats

David + Jeannine (review)

Indications pour le site web

Les informations concernant la thématique alimentation des GPclimat sont affichées sur le site internet dédié à l'adresse <https://alimentation.gpclimat.ch/> . Ce site est hébergé sur un "sous-domaine" de celui du site associatif francophone (gpclimat.ch) et ce dernier renvoie au site dédié Alimentation depuis sa section "Nos projets".

<https://alimentation.gpclimat.ch/> a été construit sur une base wordpress, une technologie des plus éthiques et durables à notre connaissance. A ce stade, l'Admin du site est David Martin. Pour obtenir un accès au portail wordpress permettant les ajouts et ajustements du contenu, merci de vous adresser à lui via son adresse david.martin@gpclimat.ch

Pour vous familiariser à la gestion du contenu, des tutoriels vidéo sont à disposition sur le serveur dropbox de l'association [à ce lien](#). Ceci sera utile notamment pour la mise à jour des projets collectifs locaux et autres événements relatifs à la thématique de l'alimentation, à la publication de nouveaux projets collectifs locaux et événements ainsi que pour des mises à jour ou création de nouvelles pages / nouveaux contenus relatifs à la thématique (recettes, infos relatives à l'offres aux Communes, etc..)

Indications pour la promotion des événements

Voici quels sont les supports à disposition pour diffuser l'information quant à un événement ou tout autre initiative d'intérêt (relatif à la thématique de l'alimentation).

- Site internet dédié <https://alimentation.gpclimat.ch/> . Voir section précédente.
- Site internet gpclimat.ch ou klimagrosseltern.ch. Toute demande relative à la Suisse romande (section 'A découvrir' de la page d'accueil du site www.gpclimat.ch) est à adresser à Martin Bettler via l' adresse email secretariat@gpclimat-info.ch , pour la Suisse alémanique (Blog du site klimagrosseltern.ch) à Peter Maly: peter@maly.ch
- Lettres d'information digitales de l'association ('Quoi de Neuf' ou 'Flash-info'). Toute demande relative à une mention dans un 'QdN' ou à l'envoi d'un flash-info dédié est à adresser à Martin Bettler via l'adresse email secretariat@gpclimat-info.ch, ceci dans les deux langues.
- Réseaux sociaux de l'association (facebook ou instagram). Toute demande de publication relative à la Suisse romande doit être faite à Dorota Retelska via son adresse email dorotaretelska@yahoo.com , pour la Suisse alémanique à Manfred Knausz : mknausz@klimagrosseltern.ch.
- Presse écrite ou en ligne, voire radio ou télévision.
 - La personne de référence pour l'envoi d'un communiqué de presse relatif à l'association est Gérard Blanc à l'adresse geficc@bluewin.ch, ceci dans les deux langues.
 - Le même Gérard Blanc est également responsable de la coordination de l'envoi de courriers de lecteurs en Suisse romande.
 - Attention néanmoins que, dans l'expérience de David durant le projet, l'attention des médias n'est possible que grâce à un suivi répétitif et personnalisé. Par exemple, l'envoi d'un communiqué de presse n'a jamais donné de résultat immédiat. Il a fallu au moins deux messages de suivi à chaque destinataire pour provoquer des réactions d'intérêts, qui ont ensuite mené à des articles ou sujets de presse dans environ 40% des cas. Cela implique d'être très ciblé et aussi de choisir ses « prospects » (idéalement des journalistes avec qui il est possible de référer d'un lien d'amitié direct ou indirect, via des connaissances en commun par exemple).

Dans le cadre de son travail de réseautage, David avait établi une liste de partenaires avec qui des contacts avaient été pris ou du moins envisagés. Celle-ci est accessible [à ce lien](#). Vous y trouverez un premier onglet général et d'autres spécifiques à des régions romandes dans lesquelles s'étaient déroulées des journées de formation. Il y a également des indications quant à l'état de la relation (colonne I ou J selon les onglets).

Jeannine, as-tu des conseils et/ou ressources à partager ici ?

Zwei Kommunikations-Ateliers mit der Schauspielerin Atina Tabé brachten einige Erkenntnisse zur Art und Weise der Kommunikation über Klima-Themen und Ernährung, damit sie beim Gegenüber ankommen:

- Beim Einstieg viele Anknüpfungspunkte bieten, sodass sich möglichst viele Menschen direkt angesprochen fühlen und ein Wir-Gefühl entstehen kann: ein Bild erschaffen, auch Naturbilder miteinbeziehen.
- «Wir müssen, wir sollten» aus dem Wortschatz streichen.
- Ein Bezug zu den eigenen Kindern oder Enkeln herstellen.
- Die Einzigartigkeit jedes Menschen ansprechen: Du bist gemeint, die Welt braucht dich.
- Die eigene, mit dem Thema verknüpfte Geschichte berücksichtigen.
- Wohlwollend eine Botschaft (Argumente) mit Gefühl vermitteln.
- Weder Opferrolle einnehmen noch Feindbild kreieren.
- Persönlich erzählen statt überzeugen.
- Positive Aspekte hervorheben und ermutigen, ohne zu werten.
- In kurzen, klaren Sätzen sprechen – diese wie Perlen an einer Kette aufreihen.
- Bei sich sein und aus einem Gefühl des inneren Friedens heraus sprechen (so gut wie möglich).
- Einen globalen Bezug herstellen und aufzeigen, welche Möglichkeiten wir hier haben: «Ich habe kein Recht pessimistisch zu sein».
- Nicht die Faust im Sack machen, sondern eine Hand reichen.
- Die Menschen abholen, so wie sie sind.
- Eigene/individuelle Art wie es gebracht wird ist entscheidend.
- Ruhe wirkt.
- Farbig (nicht schwarz-weiß).
- Horrorbilder bringen nichts.
- «Glück steckt an».
- Wo ist unser Mut? Persönlich zu erzählen braucht Mut!
- Dinge umarmen – echte Dankbarkeit ausdrücken.

Deux ateliers de communication avec la comédienne Atina Tabé ont permis de tirer quelques enseignements sur la manière de communiquer sur les thèmes du climat et de l'alimentation, afin qu'ils parviennent à l'interlocuteur :

- Proposer de nombreux points de départ afin que le plus grand nombre possible de personnes se sentent directement concernées et qu'un sentiment d'appartenance puisse naître : créer une image, inclure également des images de la nature.
- Supprimer « nous devons, nous devrions » du vocabulaire.
- Créer un lien avec ses propres enfants ou petits-enfants.

- Evoquer le caractère unique de chaque être humain : Tu es concerné, le monde a besoin de toi.
- Prendre en compte sa propre histoire en lien avec le sujet.
- Transmettre un message (des arguments) avec bienveillance et émotion.
- Ne pas se poser en victime ni créer une image d'ennemi.
- Raconter personnellement au lieu de convaincre.
- Souligner les aspects positifs et encourager sans porter de jugement.
- Parler en phrases courtes et claires - les enfileur comme des perles sur un collier.
- Être présent à soi-même et parler à partir d'un sentiment de paix intérieure (aussi bien que possible).
- Établir un lien global et montrer les possibilités que nous avons ici : « Je n'ai pas le droit d'être pessimiste ».
- Ne pas faire le poing dans le sac, mais tendre la main.
- Aller chercher les gens tels qu'ils sont.
- La manière propre/individuelle de l'apporter est décisive.
- Le calme est efficace.
- En couleur (pas en noir et blanc).
- Les images d'horreur n'apportent rien.
- Le bonheur est contagieux ».
- Où est notre courage ? Raconter personnellement demande du courage !
- Embrasser les choses - exprimer une véritable gratitude.

Il est à noter qu'une bonne manière d'attirer l'attention du public et des médias (de faire le buzz, dit-on de nos jours) est et restera de "sortir du lot" en faisant des actions remarquables voire insolites, ce qui a été illustré de belle manière ces derniers temps par les actions des Klimagrosseltern et leur ours guitariste pour promouvoir le White Friday (à opposer à la grande messe consumériste' du Black Friday) ou les femmes-hommes sandwich à chapeaux rouges (v. photos ci-dessous). Dans les deux cas, les membres de l'association ayant participé à ces actions ont témoigné d'interactions grandement facilitées avec les personnes rencontrées et d'un intérêt médiatique.



Enfin, nous soulignons l'importance des partenariats. En effet, les collaborations sont d'une grande importance afin de faire connaître des projets ou événements, de permettre des synergies ou simplement d'assurer la pérennité des actions mises en œuvre. Nous vous recommandons donc, au moment de vous engager dans un projet, de faire une "étude de marché" des initiatives similaires ou des organisations/individus actives dans le domaine, puis de faire jouer vos relations ou simplement décrocher votre téléphone pour évaluer l'opportunité d'une collaboration en vue d'assurer la diffusion, la bonne mise en œuvre et la pérennisation des actions.

Fundraising

David & Anna

Puisque ni l'association nationale GPclimat ni les associations régionales n'ont de capital propre, il peut s'avérer nécessaire de chercher des financements auprès d'acteurs tiers tels que des collectivités publiques ou des fondations.

Voici quelques pistes que nous vous recommandons d'avoir en tête :

- Un nombre croissant de communes romandes ont désormais des plans climat, voire des délégué.es à la durabilité. Il est donc souvent opportun de se renseigner auprès de votre commune (ou de celle dans laquelle votre projet va être réalisé) pour connaître les possibilités de soutien financier. Un soutien sera généralement de l'ordre de 500.- à quelques milliers de francs (ne pas s'attendre à plus de 2000-3000 chf).

- Certaines communes de taille ont des mécanismes de financement de projets participatifs, à l'instar de [celui de la Ville de Lausanne](#). Il est possible de viser un financement jusqu'à environ 20'000 chf.
- Dans la même veine, des fondations ont créé des "appels à projets" de ce type. Mentionnons ici celui de la fondation Leenaards [à ce lien](#) concernant des projets mis en œuvre dans les cantons de Vaud ou Genève. Dans ce cas, il est possible de solliciter des montants allant de 500.- à 100'000 chf par année.
- Enfin, pour des projets ou événements substantiels, soit à partir d'un budget de 5'000 chf, il vaut la peine d'envisager des demande de fonds à des fondations, comme par exemple ;
 - L'organe de répartition de la loterie romande du canton correspondant à votre projet ou événement (en fait surtout pour des événements).
 - La fondation Hans Wilsdorf.
 - La fondation Leenaards.
 - La fondation philanthropique Famille Sandoz.
 - etc.. plusieurs bases de données des fondations existent. Nous recommandons celle de [fundraisio](#), dont la version gratuite est déjà très fonctionnelle.

Une fois vos prospects identifiés, référez-vous à leurs instructions quant à la manière de présenter le projet et aux documents d'accompagnement nécessaires (budget, statuts d'association, agenda de mise en œuvre, etc..). Un aide-mémoire générique existe néanmoins pour l'établissement de demandes de soutien. [Vous le trouverez à ce lien.](#)

Bibliographie et autres références Alimentation et climat

Bibliographie

- Organic farming, climate change mitigation and beyond. Reducing the environmental impacts of EU agriculture ([téléchargement pdf](#))
- L'avenir de l'alimentation en Suisse, 2023 ([téléchargement pdf](#))
- Manger en pleine conscience, Dr Joan Chozen Bays (livre)

Documents du projet

- Kernbotschaften Ernährung und Klima für das Zielpublikum «wir als Konsumentinnen und Konsumenten»
- Rapport d'évaluation
- Rapport final