



1. le défi

➤ L'Autonomie alimentaire du GG.

- 82 % des produits agro alim sont importés.
- 80 % de la demande des ménages non captée par la production locale
- 15 % des besoins alimentaires du GG sont couverts par la SAU

➤ Précarité alimentaire du GG d'ici à 2050 actuellement 10% des habitants

- Répondre aux objectifs sociaux de la Charte GG (7 & 9)
- Espérance de vie en bonne santé
- Equité des revenus et de la qualité de vie

2. la proposition suite aux ateliers préparatoires

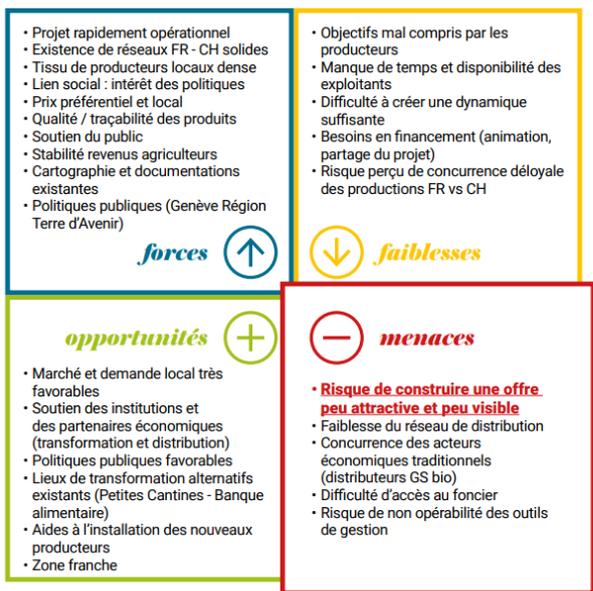
PROD'ALIM

Développer un réseau transfrontalier de production alimentaire paysanne.
Prototyper une maison alimentaire de quartier.

3. la projection 2026

Un **label alimentaire Grand GENEVE**, garant de l'impact écologique et social des étapes de production, de vente et de livraison.

4. analyse du projet : SWOT et facteurs clés de succès



Favoriser le réseautage et la coopération entre acteurs

Former la filière grâce aux acteurs de terrain
Échanger de bonnes pratiques

Eduquer à l'alimentation

Promouvoir la consommation saine

Systématiser le financement par les collectivités

Renforcer la distribution des filières locales et transfrontalières

Décarboner et optimiser les flux de transport des denrées
Prix abordables avec valorisation des stocks
Transformation des productions locales toutes filières confondues



5.enrichissement suite aux ateliers du 08-10-2024

MENACE Ciblée

Risque de construire une offre peu attractive et peu visible.

Proposition 1

Développer la visibilité de la production et la commercialisation alimentaire locale transfrontalière, par un label alimentaire Grand Genève ; il garantit une production saine, bio et locale, décarbonée et rétribuant correctement le paysan.

Comment & quand

A horizon 2026

Le label transfrontalier cogéré (image de marque commune) permet :

- la mise en réseau des producteurs déjà nombreux de part et d'autre de la frontière.
- la valorisation de ce qui existe déjà ([Ma-terre](#), [Locali](#), [Le Nid](#), [Corbattaz](#)) en s'affranchissant des frontières.
- de sensibiliser aux bénéfices d'une offre de proximité et de qualité en expliquer le prix via une campagne massive avec des outils adaptés, marketing, relais, via les Tiers lieux, comités citoyens de l'alimentation (benchmark, ambassadeurs, canaux innovants, exemple de structuration inspirante <https://ochampspaysans.fr/>).

♥ **COUP DE CŒUR** : un tiers lieux alimentaire transfrontalier installé dans un site emblématique telle qu'une ancienne maison de douane désaffectée.

Proposition 2

Promouvoir le droit à l'alimentation de qualité et prendre en compte la précarité alimentaire, expérimenter la Sécurité Sociale de l'Alimentation territoriale



Comment & quand

A horizon 2026

- S'inspirer des initiatives de SSA émergentes localement.
- Formation des élus, information, sensibilisation, prise en compte de la précarité alimentaire dans les politiques publiques locales.
- Sensibilisation politique autour du « droit à l'alimentation choisie ». Explication, transparence sur les prix, marges, production.
- Identifier des lieux de convergence et d'entraide, des assemblées citoyennes.

♥ **COUP DE CŒUR** : Maison de l'alimentation itinérante dans le Grand Genève

6. parties prenantes identifiées

[Etikord](#), [Ceinture Verte](#), [Fermes Urbaines de l'Arve](#), [MAPC](#), [Ma-Terre/Maison de l'Alimentation](#), [atelier Kaleido](#), [Novations](#), [LezTroy](#), [Bread Collective](#), [La Bio d'Ici](#), [La Charrette](#).

Elus locaux, collectifs et groupements de producteurs, experts des questions de logistique alimentaire. Chambres d'agriculture, Fédération de producteurs.

7. partenaires financeurs à mobiliser

[Grand Genève](#), Chambres d'agriculture, structures ESS.