

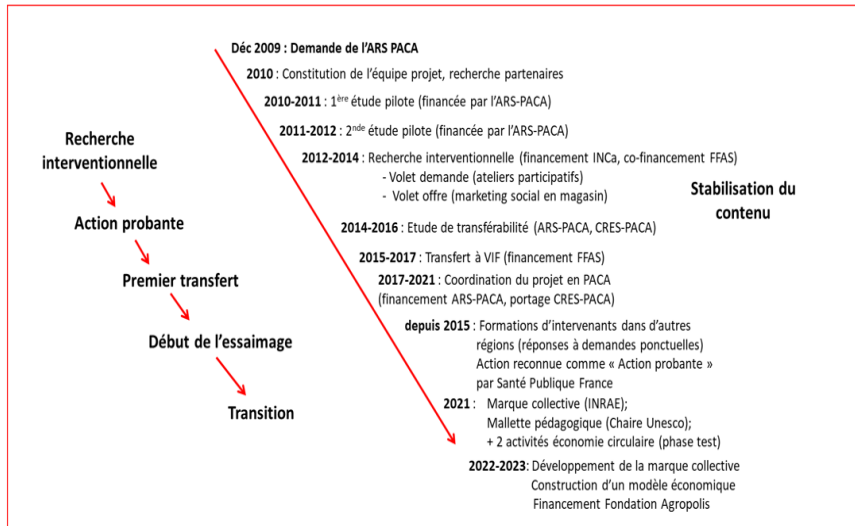
Opticourses® : un programme pour réaliser des achats alimentaires plus équilibrés et plus durables, sans dépenser plus

Du projet de recherche-action à l'animation de la marque collective

N.Darmon, M.Perignon, A.Fuchs (INRAE, UMR Moisa), C.Dubois (Trophis), O.Gadet (INRAE Transfert), F.Maxime (INRAE ACT)

Objectif principal du programme : proposer des outils et des services pour faciliter la réalisation de courses alimentaires de bonne qualité nutritionnelle et environnementale, en fonction du pouvoir d'achat de chacun

Historique d'OPTICOURSES®



OPTICOURSES®, aujourd'hui c'est quoi ?



- Un programme pédagogique de promotion de la santé, basé sur des ateliers collectifs sur la thématique « alimentation et petit budget »
- Le développement et la validation de méthodes spécifiques :
 - qualité nutritionnelle des aliments et des approvisionnements alimentaires
 - notion de « prix seuil » des aliments
- Une démonstration de l'impact positif du programme :
 - meilleur équilibre nutritionnel des achats à budget constant
 - meilleures stratégies d'achat
 - valorisation des savoir-faire
 - meilleure capacité à anticiper l'acte d'achat
 - diversification des lieux de courses

Les évolutions en cours

1. Élargissement à la thématique de l'alimentation durable



Fig 1 : Intégration d'une activité de type photo-expression sur l'alimentation durable. Activité récemment développée par Nicole Darmon et Christophe Dubois pour le projet ALAPAGE

2. Elargissement à un large public grâce au développement d'outils numériques proposant :

- une auto-évaluation de la qualité nutritionnelle et environnementale des approvisionnements alimentaires
- des leviers pour aller vers des paniers plus durables

Opticourses® est désormais une marque collective. Quels enjeux ?

- Faciliter et encadrer une diffusion large et transparente de la marque collective Opticourses®
- Garantir une qualité et une transparence autour du programme
- Constituer et animer des communautés de pratiques
- Mettre en place une gouvernance avec les acteurs du terrain
- Associer un modèle économique à la marque

Références

- Mallette pédagogique: <https://www.chaireunesco-adm.com/Mallette-pedagogique-Opticourses>
 - Recherche interventionnelle : Dubois C, Gaigi H, Perignon M, Maillot M, Darmon N. Co-construction et évaluation d'un programme de promotion de la santé pour conjuguer nutrition et budget au quotidien : les ateliers Opticourses. Cahiers de Nutrition et de Diététique, 2018, 53, 161-170. <https://hal.inrae.fr/hal-02790346/document>
 - Tharrey M, Dubois C, Maillot M, Vieux F, Mejean C, Perignon M, Darmon N. Development of the Healthy Purchase Index (HPI): a scoring system to assess the nutritional quality of the household food purchases. Pub Health Nutr, 2019, 22 (5), 765-775. <https://doi.org/10.1017/S1368980018003154>

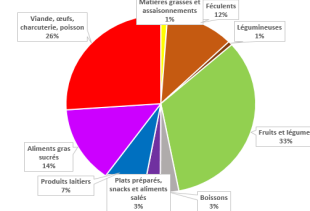


Fig2 : Exemple d'analyse des achats mensuels d'un participant, basée sur le calcul de la contribution budgétaire de certains groupes d'aliments- outil HPI. Source : Ateliers Opticourses®



Fig3 : Questions-clés pour construire une plateforme de marque. Source : APIE - Appui au Patrimoine Immatériel de l'Etat.

Contacts

Nicole Darmon, resp. scientifique : nicole.darmon@inrae.fr
 Amélie Fuchs, chef de projet : amelie.fuchs@inrae.fr