



**PARTIES PRENANTES**

**ENTREPRISE**

**Nom entreprise :** La chaire ANCA

**Chiffre d’Affaires (2019) :** ?

**Effectif (2019) :** 5

**Pays (siège social) :** France

**Site internet :**  
[chaire-anca.org](http://chaire-anca.org)

**Contact :**  
+33 (0)1 44 08 86 37  
[chaireanca.contact@gmail.com](mailto:chaireanca.contact@gmail.com)

**Coordnatrice des projets :**  
[manon.dugre@chaire-anca.org](mailto:manon.dugre@chaire-anca.org)



# La CHAIRE ANCA, pour une alimentation durable accessible à tous

## CONTEXTE

Selon les projections, la population mondiale devrait atteindre les 9 milliards d’ici à 2050, soit une augmentation de 34 % par rapport à aujourd’hui. Actuellement, environ 1/3 de la production mondiale est perdue ou gaspillée tandis que l’on compte encore plus de 850 millions de personnes qui ne mangent pas à leur faim.

Pour tendre vers une alimentation plus durable, une redistribution plus équitable des ressources et une réduction des pertes et du gaspillage doivent être envisagées au niveau mondial, et de nouvelles sources de protéines alimentaires doivent être produites.

La chaire ANCA (Aliment Nutrition Comportement Alimentaire), créée en 2010, est une chaire partenariale d’AgroParisTech et a pour ambition de permettre l’accès à tous à une alimentation saine et durable. Elle a notamment publié en 2018 le projet de BD interactive « MANGER VERS LE FUTUR ».

## OBJECTIF(S)

- Développer des programmes innovants et ludiques pour sensibiliser le plus grand nombre.
- Faciliter le dialogue entre le monde académique et la société civile.
- La BD « MANGER VERS LE FUTUR » a pour objectif de s’adapter aux nouvelles plateformes de diffusion pour sensibiliser la génération Millenials aux enjeux de l’alimentation et à la nécessité de faire évoluer durablement nos systèmes alimentaires.

Les personnages



Ana

Ana est l’engagée du groupe, elle milite pour transmettre aux générations futures un monde meilleur, qui respectera le bien être animal et la cause environnementale.



Raman

Raman porte peu d’attention à son alimentation. Tirailé entre sa famille, ses amis et son entourage il devra prendre des décisions.



Inès

Inès est passionnée de sport depuis son plus jeune âge. Exigeante et perfectionniste, elle imposera ses performances jusque dans son assiette.



Edgar

Edgar est un bon vivant, adepte de la bonne chair et fervent défenseur des traditions et du savoir faire familial. Il a l’âme d’un entrepreneur.

## DÉMARCHE

MANGER VERS LE FUTUR est un projet initié en 2018 et porté par la CHAIRE ANCA. Elle a pour vocation de sensibiliser le plus grand nombre à une alimentation saine et durable. La Chaire ANCA est sous égide de la Fondation ParisTech et est soutenue par Danone Nutricia Research et la Fondation Louis Bonduelle. MANGER VERS LE FUTUR est le résultat d’un travail de co-construction et la rencontre entre une équipe de créatifs et de scientifiques.

En ce qui concerne l’histoire de la BD : L’histoire est celle de 4 amis qui se promettent de se retrouver chaque année autour d’un repas. La BD suit leur histoire de 2018 à 2050. Chaque personnage incarne un comportement différent sur la façon de se nourrir. La BD raconte leurs péripéties personnelles, relationnelles et alimentaires avec comme toile de fond une société et un monde en mouvement : changement climatique, décisions politiques majeures, apparition de nouvelles technologies et habitudes de consommations, etc.). La psychologie des personnages est crédible. La BD comporte 30 épisodes, 1 par jour a été diffusé pendant 1 mois. Chaque jour, un nouvel épisode aborde une des multiples thématiques de ce sujet : environnement, écologique, social, économique ou politique.

## SUITE DE LA DÉMARCHÉ

Pour en savoir plus

<https://www.alimenterre.org/manger-vers-le-futur-une-bd-de-prospective-et-son-kit-pedagogique>

<https://mangerverslefutur.org/9eme-art-lactu-de-la-bd/>

<https://chaire-anca.org/ancatheque/prospective-et-enjeux-futurs-de-l'alimentation/manger-vers-le-futur/>

En ce qui concerne les objectifs de la BD : Les grands messages qui sont abordés concernent la consommation en protéines animales et les mutations dans le système agroalimentaire. L'équipe du projet MANGER VERS LE FUTUR affirme ainsi : « La viande et les produits carnés ont une place à part dans les régimes alimentaires occidentaux. Au cœur de tensions économiques, nutritionnelles, environnementales, ou éthiques, la consommation de viande pose aujourd'hui plus que jamais question. Si rééquilibrer la part des protéines animales et végétales dans notre alimentation interroge les consommateurs, elle aura aussi des conséquences profondes sur les systèmes alimentaires. » Pour nourrir le monde en 2050, il faut faire des mutations en agriculture notamment sur les protéines animales et végétales.

En ce qui concerne les moyens de diffusion du projet : Ils veulent que les personnes se projettent sur cette période. Ils ont choisi le réseau social Instagram pour s'adresser à la génération des Millenials (20-35 ans). L'interface est sobre et très facile à moduler. Le but est d'éveiller les consciences et que le consommateur se pose des questions. Disponible en ligne, cette BD est aussi mise à disposition des éducateurs, formateurs, enseignants et collectivités afin de nourrir les débats. Elle a ainsi été accompagnée d'un kit pédagogique.

Le projet MANGER VERS LE FUTUR a été possible grâce aux partenariats avec La fondation AgroParisTech, la chaire UNESCO alimentation du monde, la diagonale Paris Saclay et l'école AgroParisTech.

## FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Choix d'une plateforme de diffusion déjà très répandue et facile d'utilisation : Instagram.
- Création de personnages crédibles pour le public s'identifie.
- Co-construction du projet avec des experts en alimentation : des sociologues, des économistes, des nutritionnistes.

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"><li>• Jeunesse de l'équipe, pour mieux sensibiliser les nouvelles générations.</li><li>• Crédibilité de l'information relayée dans la BD.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Valorisation du travail des agriculteurs et des produits de qualités.</li><li>• Sensibilisation des consommateurs aux problématiques actuelles et futures de leur alimentation.</li></ul>