

## Le consommateur au centre du nouveau pacte alimentaire

Mardi dernier, l'Ania a réuni au Palais Brongniart à Paris plus de 550 dirigeants d'entreprises alimentaires et leaders d'opinion dans le but de présenter « un nouveau pacte alimentaire ».

Le point de départ de cette initiative est de « comprendre les raisons de la perte de confiance du consommateur alors que depuis plus de 20 ans nous avons fait des progrès considérables sur nos produits, de comprendre pourquoi tant d'émissions à charge, de vents contraires... », a introduit Jean-Philippe Girard, président de l'association, qui rassemble 18 fédérations nationales sectorielles et 23 associations régionales, représentant 16 218 entreprises alimentaires.

Pour apporter des éléments de réponse, l'Ania a présenté les résultats de la « consultation citoyenne », lancée entre le 03 novembre 2015 et le 03 mars 2016. 8 832 consommateurs ont répondu à l'appel, dont 60 % de femmes. La France reste le pays du bien manger pour 69,7 % des répondants.

Autre résultat, 68,7 % déclarent avoir confiance dans les produits alimentaires, ce qui ne doit pas occulter les résultats du sondage commandité en juin 2015 par l'Ania qui montrait que seuls 55 % des Français ont confiance dans les industriels de l'agroalimentaire.

La consultation a montré l'exigence des consommateurs sur la qualité des produits, la composition et l'origine des aliments, l'impact de leur consommation sur l'environnement. Ils se posent beaucoup de questions sur la transparence des acteurs de la filière alimentaire, sur leur manière de concilier plaisir et santé, accessibilité et qualité, praticité et convivialité.

Comme cette habitante de Béziers au témoignage emblématique. A la question que peuvent faire les industriels pour améliorer l'alimentation, elle répond: « faire moins industriel »...

« Nous devons accepter que l'objectif de notre métier a évolué. Avant, l'objectif était de répondre au boom démographique avec des produits variés, accessibles, rapides et faciles à préparer.

La filière alimentaire a relevé ce défi. Mais il est temps d'établir un nouveau pacte alimentaire entre nous, nous devons répondre aux interrogations multiples des consommateurs, faire preuve de plus de transparence, de plus de pédagogie, parler plus de nos entreprises, de nos recettes, de nos savoir-faire », affirme Jean-Philippe Girard. Dans cette optique, le nouveau pacte alimentaire construit par l'Ania place le consommateur au centre.

Il s'appuie sur cinq engagements :

- améliorer toujours plus la qualité et la sécurité de l'alimentation,
- garantir plus de transparence et de pédagogie autour des produits,
- concevoir des produits et des procédés toujours plus respectueux de l'environnement,
- développer les compétences et les emplois dans la filière alimentaire,
- renforcer le leadership de l'industrie alimentaire.

« Co-construisons un nouveau pacte de croissance, un pacte de confiance, un pacte d'avenir pour l'alimentation des Français », déclare Jean-Philippe Girard. Avec en filigrane, l'ambition de sortir de la mécanique de la guerre des prix, « qui détruit inutilement de la valeur, qui brade notre patrimoine alimentaire ».

« Sera-t-on capable d'évoquer la dépendance économique de nos entreprises et de rééquilibrer, face aux centrales d'achats, les relations entre agriculture, alimentation et distribution ? Sera-t-on capable dans les semaines qui viennent d'accepter que si la LME avait un rôle modérateur de l'inflation en 2008, elle n'est plus adaptée aux risques prolongés de déflation en 2016 ? », s'est-il interrogé.

De fait, à un an de l'élection présidentielle, ce pacte alimentaire est aussi un levier à destination des pouvoirs publics, et surtout des candidats que l'association va rencontrer. « Demain, en 2017, chacun devra jouer son rôle et assumer ses décisions. Nous allons durcir le ton ! », a-t-il conclu. Parmi les revendications portées par l'Ania :

la fin de la guerre des prix, mais aussi la création d'un grand ministère de l'Alimentation, un environnement fiscal et réglementaire stable ou encore la simplification de l'accompagnement public à l'export.

### **Une volonté de co-construction**

« Cette démarche est sans précédent. Il en ressort l'exigence de qualité produit, de qualité d'information et au fond de qualité de vie. Mettre le consommateur au centre paraît d'une grande banalité, mais l'a-t-on fait ? Non ! », a réagi le député Guillaume Garot, qui fut ministre de l'Agroalimentaire de 2012 à 2014.

Du côté de l'amont agricole, Christiane Lambert, vice-présidente de la FNSEA a salué « le travail réalisé. C'est important de porter un regard plus affûté sur cette question de la confiance entre nous et les consommateurs.

Ce que je retiens : quand les consommateurs parlent de pratiques agricoles, de proximité, de bien-être, c'est le local qui ressort. Il faut remettre le producteur au centre ! ». De son côté, Jérôme Bédier, secrétaire général de Carrefour, a affirmé que le pacte « offre une opportunité qu'on ne doit pas laisser passer.

Cela nous demande de nous interroger sur notre bien collectif, il n'y a que là que l'on pourra se rassembler. Cela demande de définir l'alimentation à la française, notre activité en France et à l'étranger », a-t-il esquissé.

Source : <http://www.processalimentaire.com/A-la-une/Le-consommateur-au-centre-du-nouveau-pacte-alimentaire-28759>