

Actualité 3 déc. 2017

Créer de la valeur en agriculture est essentiel pour Open AgriFood

La question de la valeur de l'alimentation est un sujet central pour le monde agricole. Durant le forum Open Agrifood professionnels et experts ont tenté de définir des leviers de création de valeurs. L'éducation, les marques et la gastronomie ont ainsi été évoquées.



Mathieu La Fay , Florence Poulet, Guillaume Gomez et Bruno Laurieux, le 16 novembre à Orléans durant une conférence sur la gastronomie et la création de valeurs lors de l'Open Agrifood.

La création de valeurs en agriculture est un sujet crucial qui occupe les débats de ces derniers mois. Le forum Open Agrifood, qui s'est déroulé les 15 et 16 novembre 2017 à Orléans, avait ainsi pour thème alimentation et valeurs. Il a mis en avant différents leviers pour créer de la valeur. La promotion de la gastronomie a été un des leviers évoqués. Pour Mathieu La Fay, secrétaire général du Club de la Table Française, il faut « capitaliser sur notre gastronomie » pour créer de la valeur. Bruno Laurieux, historien et président de l'Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation, a rappelé que « l'alimentation est au centre du patrimoine et le patrimoine est au cœur de l'alimentation ». En France, la gastronomie et donc l'alimentation sont ainsi des sujets culturels essentiels touchant tous les niveaux de la société. Guillaume Gomez, chef de l'Élysée, a évoqué la volonté politique de mettre en avant la gastronomie pour promouvoir l'alimentation. Pour inciter à acheter les produits alimentaires il estime qu'il est « important de raconter leur histoire et celle des hommes et des femmes qui le produisent ». Claire-Sophie Haas, du groupe Eclor, souligne que « le consommateur n'a plus seulement besoin du contrat de base, il a aussi besoin de sens ».

L'agriculteur meilleur ambassadeur du produit

Les marques sont un moyen d'identifier et de donner du sens à un produit, cependant, seulement 1/3 des Français leur font confiance. Il leur faut donc regagner cette confiance. Pour Guillaume Garo « si l'on redonne confiance dans l'alimentation, on lui redonne de la valeur ». Une communication directe entre agriculteur et consommateur est un moyen efficace pour les marques de la rétablir, en effet, 70 % des Français font confiance aux agriculteurs. Ils sont donc les meilleurs ambassadeurs des marques pour lesquelles ils produisent. Terres OléoPro, marque française d'huiles et protéines végétales, a ainsi décidé de mettre ses producteurs en avant. Emmanuel Leveugle, agriculteur et ambassadeur de la marque, en est fier car « elle crée de la valeur et donne du sens à nos pratiques et aux produits ». L'éducation est un autre levier pour redonner de la valeur à l'alimentation. Guillaume Garot estime qu'elle doit être au cœur d'une politique publique sur l'alimentation « rien ne sera possible sans que l'on donne des repères aux enfants, il faut que chacun soit responsable de son alimentation ». Bruno Laurieux souligne cependant qu'il ne faut pas seulement axer cette éducation sur « la nutrition, il faut aussi intégrer les dimensions culturelles et gastronomiques afin que les jeunes se réapproprient leur alimentation ». D'autres leviers comme le numérique, l'agriculture biologique, etc. ont été évoqués durant ce forum pour créer de la valeur.

[Cédric Michelin](#)