

# Synthèses Atelier 2

## Le rôle de l'industrie

### Synthèse des étudiants

Les échanges et propositions riches en cas concrets ont apporté beaucoup de matière au débat, qui si approfondis par la suite, peuvent nourrir les ateliers dans ce domaine. De nombreuses propositions d'améliorations et de réponses à la problématique ont été faites, prouvant que de nombreuses initiatives vertueuses sont prise par les acteurs du secteur.

De manière générale, les points soulevés ont été pertinents et constructifs. En effet, en tant que consommateurs nous sommes surexposés à de la communication. Nous ne sommes pas toujours à même de différencier le vrai du faux - un plafond de verre existe et limite la confiance. La sensibilisation du consommateur ne doit donc plus se faire par le packaging mais par la confiance qu'il a pour la marque et ses engagements.

Le rôle des industriels est de s'engager dans la qualité de ses produits et de l'environnement pour redonner de la confiance et satisfaire les attentes du client.

Cependant, nous pensons qu'il est important également de faire comprendre aux citoyens les différents postes de coûts liés à l'activité d'une entreprise. Il y a notamment une dichotomie entre les volontés des citoyens et la faisabilité des idées en usine.

Le format de l'atelier est peut-être trop court pour pouvoir traiter l'exhaustivité de la problématique.

Par manque de temps et soucis techniques, la conclusion n'a pas été formalisée, ce qui ne permet pas de clarifier les conclusions que l'on peut tirer de l'atelier. Le vote final qui était initialement l'objectif n'a pas bien fonctionné (problème technique et manque temps). C'est dommage.

La présence d'acteurs de la distribution et des pouvoirs publics parmi les participants aurait peut-être apportée un point de vue différent et complémentaire aux échanges. Ce qui aurait permis d'approfondir le débat.

## Synthèse de l'animatrice

Excellence St Michel : Source des matières premières françaises, locales, bio si possible. Ouvre leurs portes pour accueillir le public. S'inscrit dans la qualité et le long terme. Sa problématique : comment faire de la qualité en quantité en tant qu'industriel ? Problème de faire accepter le prix. Font peu de marketing (peu de budget)

Question 2 : Comment généraliser cette initiative ?

### Recommandations finales des experts :

- **Jacky Pelletier** : Ouvrir les exploitations pour que les citoyens/consommateurs comprennent comment sont produits les aliments, dans quelles conditions, qu'ils voient le travail de l'agriculteur, qu'ils comprennent les contraintes et la valeur produite.
- **Jean-François Laurain** : s'inscrire dans le long terme, (valoriser des investissements de long terme) et valoriser des savoir-faire
- **Emmanuel Audoin** : il faudrait que les industriels se fixent des objectifs clairs (même s'ils ne sont pas parfaits), qu'ils s'engagent dessus et qu'ils s'y tiennent (par exemple : afficher un % de matières premières françaises qui irait crescendo d'années en années), puis qu'ils soient audités dessus. Importance de se fixer des indicateurs dans le temps et de s'y tenir.
- **Ywan Perven** : définir pour l'entreprise des valeurs et des objectifs de manière sincère. Devenir une entreprise à mission et que cela diffuse dans toute la stratégie.
- **Clémence Blanc** : Réhumaniser et incarner les marques pour que les consommateurs adhèrent + innover, prendre des risques et tester.
- **Gilles Van Kempen** : que les industriels fassent des partenariats (avec les agriculteurs notamment)

### Recommandations citoyennes la + likée :

- 1) Obliger un minimum de contractualisation entreprises/ agriculteurs – coopératives
- 2) Mettre en place un étiquetage clair, unique et contrôlé pour mettre en avant les vraies bonnes initiatives
- 3) Mettre en avant les producteurs (éleveurs, céréaliers) dans la communication de l'entreprise
- 4) Afficher les chiffres réels de la part de la production française

### Autres propositions :

- Réinventer le financement de la transition des modèles agro-alimentaires
- Optimiser la performance de la chaîne de valeur de l'industriel en impliquant l'ensemble des acteurs de leur éco système

## **Les grandes thématiques qui sont revenues dans cet atelier :**

### ✓ **L'éducation à l'alimentation :**

- Ouvrir les exploitations au public
- Systématiser les classes vertes
- Insérer dans le service universel une visite d'exploitation, chez un industriel de l'alimentation ou autre acteur de la filière
- Développer un jeu vidéo éducatif pour comprendre comment est produit un aliment
- Mettre en place une fondation à l'alimentation qui pourrait promouvoir le volet éducation

### ✓ **Transparence/ Information du consommateur :**

- Mettre en place un étiquetage clair, unique et contrôlé pour mettre en avant les vraies bonnes initiatives
- Afficher les chiffres réels de la part de la production française
- Afficher clairement les objectifs que s'est fixés l'industriel, qu'il soit audité et qu'il se tienne à ses engagements (par exemple, engagement sur un % de matières premières françaises qui va crescendo dans le temps)
- Donner des explications au consommateur sur la manière dont est construit le prix du produit et quelle part revient à chaque acteur de la filière
- Donner des indicateurs aux conso (nutriscore par ex) et les éduquer sans les infantiliser
- Faire une note globale affinée par un qr code détaillant les différents points : bien-être animal, nutriscore, etc.
- Afficher un indicateur du bien-être de l'agriculteur

### ✓ **Rôle à jouer des entreprises pour aller vers un modèle d'alimentation plus durable :**

- S'inscrire dans le long terme et valoriser les savoir-faire (pour ensuite faire de la qualité)
- Se fixer des objectifs clairs et communiquer dessus (par exemple, engagement sur un % de matières premières françaises qui va crescendo dans le temps)
- Devenir entreprise à mission et le diffuser dans sa stratégie
- Innover, prendre des risques, tester pour aller vers plus de qualité
- Faire des partenariats (avec les agriculteurs notamment)
- Se tourner vers des bio matériaux locaux et durables pour les emballages
- Rôle de la distribution dans le choix de l'assortiment/l'offre ? Exemple de Monoprix qui ne vend plus que des œufs en plein air
- Prioriser les critères de choix, puis faire en sorte que les distributeurs s'engagent à proposer uniquement des produits respectant au moins le premier critère

## ✓ **Valoriser les agriculteurs**

- Ouvrir les exploitations
- Faire des partenariats industriels-agriculteurs
- Obliger un minimum de contractualisation entreprises/ agriculteurs – coopératives
- Faire une campagne publicitaire choc sur le fait que notre mode de consommation tue des agriculteurs, sur le modèle des campagnes de prévention routière
- Parler de bien-être agriculteur avant de parler de bien-être animal
- Expliquer comment est construit le prix du produit et quelle part revient à chaque acteur de la filière (notamment l'agriculteur)
- Mettre en avant les producteurs dans la communication de l'entreprise : portraits, vidéos, proposer des visites de ferme
- Xavier Corval d'Eqosphère n'a pas pu venir mais dans notre échange de préparation de l'atelier, il évoquait leur travail sur la réduction du gaspillage alimentaire qui les amènent à travailler sur le revenu des agriculteurs (baisser les quantités de nourriture, augmenter la qualité de la nourriture et le revenu des agriculteurs)