

PROPOSITIONS ANIA

- Etats Généraux de l'Alimentation –

CHANTIER 2

*Pour une alimentation saine, sûre, durable et accessible à tous
Pour mieux manger, pour mieux produire, pour mieux vivre
Pour un nouveau Pacte Alimentaire*

1000 jours pour agir

Préambule

Nous partageons tous un constat : la nécessité de s'engager pour produire une alimentation toujours plus saine, plus durable et accessible à tous. Parce que seule une réponse globale permettra d'atteindre cet objectif, nos propositions s'inscrivent dans une stratégie cohérente et ambitieuse. Pour être efficace, cette approche doit être partagée par l'ensemble des acteurs concernés (agriculture, industrie alimentaire, distribution, mais aussi pouvoirs publics et scientifiques) en plaçant les consommateurs/les citoyens au cœur des actions proposées.

Dans ce contexte, nos engagements portent sur:

- La prévention et l'éducation,
- L'amélioration de l'offre alimentaire,
- La valorisation des filières durables et responsables,
- Une réponse aux nouvelles attentes des consommateurs.

1000 jours pour re-lancer une vraie politique de prévention pour améliorer les comportements alimentaires

Si les politiques d'éducation et de prévention vers l'ensemble de la population sont indispensables. Deux cibles doivent être adressées en priorité : les jeunes enfants, et les populations défavorisées.

Les enfants car c'est dès l'enfance que se forment le goût et le rapport à l'alimentation, et que s'acquièrent les habitudes alimentaires et d'exercice physique qui conditionneront la santé de l'adulte. Les populations défavorisées car la « fracture alimentaire » s'amplifie en France, avec 13% environ des populations défavorisées particulièrement touchées par le surpoids, l'obésité et les maladies chroniques. C'est inacceptable, même si la France fait figure de bon élève par rapport aux autres pays de l'OCDE et que la prévalence de l'obésité chez les enfants tend à se stabiliser. Les nombreuses campagnes d'information et de prévention réalisées en France ces dernières années ont eu moins d'impact auprès des populations défavorisées. Les écarts, se sont particulièrement creusés en France en matière de diversité alimentaire (aliments différents consommés en 3 jours), de qualité nutritionnelle, mais aussi d'activité physique ou de sédentarité ces dernières années.

Ces écarts s'observent également en matière de risques sanitaires, avec certain nombre d'opérateurs ou de consommateurs qui n'ont pas les comportements adéquats : cuisson et conservation des aliments, prévention des contaminations croisées etc. Des progrès restent à faire

afin d'améliorer l'acquisition des bonnes pratiques d'hygiène qui sont un levier très fort d'amélioration de la situation sanitaire.

Pour faire la différence, nous devons faire mieux et autrement !

NOS ENGAGEMENTS :

Pour développer des actions en direction des consommateurs-citoyens et plus particulièrement des populations sensibles, inspirons-nous des méthodes ayant fait leurs preuves dans d'autres pays, en mettant en œuvre des opérations de marketing social et en permettant à des démarches qui ont fait leurs preuves de changer d'échelle.

- *Contribuer à des actions d'éducation et de prévention efficaces pour toucher prioritairement les enfants et les populations défavorisées, notamment en soutenant des démarches pluricentriques et coordonnées tant sur le thème du mieux manger que sur celui de la lutte contre la sédentarité (mobilisation des acteurs locaux, appui des réseaux sociaux, développement d'une pédagogie directement en magasins...).*
- *Mobiliser les acteurs afin qu'ils relaient les campagnes de prévention et d'éducation alimentation/activité physique directement auprès de leurs salariés et auprès des consommateurs.*

1000 jours pour améliorer l'offre alimentaire

Sur la qualité nutritionnelle des produits :

Comme pour la prévention, les actions mises en place par l'ensemble des acteurs en matière d'amélioration de la qualité nutritionnelle des aliments n'ont pas suffisamment porté leurs fruits. Elles ont eu un impact conséquent sur un noyau d'acteurs, mais ils ont été trop peu nombreux pour toucher l'ensemble de l'offre alimentaire.

Notre objectif est donc de mobiliser le plus grand nombre en nous appuyant sur les expériences réussies. Car il est de la responsabilité des entreprises de l'alimentaire, qui ont vocation à nourrir le plus grand nombre, d'améliorer la qualité nutritionnelle de leurs produits, en ciblant les familles d'aliments et les aliments les plus pertinents.

NOS ENGAGEMENTS :

- *Proposer des contrats d'engagement collectifs par secteur, avec des objectifs clairement identifiés et un moyen de mesurer la couverture et l'impact des engagements pris. Ces chartes pourront définir des objectifs minimum mais aussi des cibles plus ambitieuses pour les entreprises désireuses de montrer plus activement leur engagement sur le sujet de la nutrition et de la santé.*
- *Prenant en compte les leçons du passé, nous souhaitons d'une part accompagner les PME pour les aider à mettre en place ces démarches d'optimisation et proposer un système de valorisation des engagements.*

Sur les portions :

L'optimisation nutritionnelle d'un produit alimentaire doit également s'appréhender au regard des quantités consommées. Un travail complémentaire doit être effectué pour optimiser la taille des portions afin de permettre aux consommateurs de mieux contrôler les quantités qu'ils consomment.

NOS ENGAGEMENTS :

- *Développement d'une offre de portions individuelles,*
- *Réduction de la taille des portions proposées,*
- *Suppression de la commercialisation de format « King Size »,*
- *Adaptation des portions aux recommandations du GEMRCN pour la restauration collective,*
- *Développer une pédagogie autour de portion repère.*

1000 jours pour valoriser la qualité de produits alimentaires issus de filières durables et responsables

Les consommateurs sont soucieux d'identifier clairement et simplement si un produit correspond à leurs attentes en termes de qualité, origine des matières premières, modes de production et les procédés de fabrication.

La filière alimentaire doit répondre à ces attentes avec la création et le développement de filières spécifiques garantissant une alimentation durable. Le renforcement de la communication sur des engagements permettra de faire reconnaître par les consommateurs les efforts faits en termes de qualité par les industriels et les acteurs de la filière alimentaire, et de les rassurer sur la qualité des produits consommés.

NOS ENGAGEMENTS :

La promotion de labels permettant d'aider le consommateur à identifier facilement les produits répondant aux critères d'une agriculture à vocation durable (santé, sanitaire, etc.).

Les cahiers des charges pourront être établis filière par filière sur différents axes et permettront de développer des bonnes pratiques agro-environnementales : produits végétaux et animaux, modes de production permettant d'améliorer la qualité des ingrédients, réduction de l'utilisation d'intrants, maîtrise de l'utilisation des ressources (biodiversité, sols, eau), etc.

1000 jours pour répondre aux attentes des consommateurs en matière de transparence sur les aliments qu'ils consomment

Les consommateurs souhaitent aujourd'hui toujours plus d'informations (modes de fabrication, l'origine des ingrédients ...). Au-delà des emballages, premier vecteur d'information vers le

consommateur, les entreprises sont conscientes de la nécessité d'utiliser les opportunités offertes par la révolution numérique en dématérialisant l'information.

Cette dématérialisation de l'information permettra de proposer, de manière connectée (notamment smartphone, ordinateur, etc.), toutes les données qui intéressent les consommateurs avant, pendant ou après ses achats.

Il convient par ailleurs d'inciter les acteurs de la chaîne alimentaire à l'investissement dans des technologies numériques interopérables, afin d'assurer la transparence de la chaîne, de la ferme à l'assiette.

NOS ENGAGEMENTS :

- *Contribuer à la mise en œuvre d'une plateforme numérique rassemblant les informations disponibles sur les produits alimentaires : base de données multicritères (Projet de Métacatalogue), une plateforme dédiée (partage de données avec de multiples partenaires : consommateurs, pouvoirs publics, OQALI...) ; ces informations seraient disponibles par la lecture des codes EAN non seulement pour les consommateurs mais aussi pour les professionnels qui les mettent en œuvre ou sites internet.*
- *Un hackaton pourrait être organisé pour identifier et prioriser les nouvelles attentes des consommateurs.*

Pour répondre à ces différents enjeux, un partenariat public/privé innovant incarné au sein d'un nouvel établissement public dédié à l'alimentation

Nous proposons de fédérer et partager les projets/initiatives au travers d'un partenariat public/privé innovant incarné au sein d'**un nouvel établissement public dédié à l'alimentation**.

Le suivi de l'ensemble des engagements pris par les acteurs pourrait être assuré par cet établissement public.

Cet organisme permettrait un vrai changement d'échelle : un budget prévention doublé et une efficacité démultipliée.

La gouvernance de cet institut national de l'alimentation serait assurée par l'Etat, le Conseil national de l'alimentation, les organisations professionnelles (ANIA, FNSEA, FCD, Coop de France, Centres techniques professionnels, ACTA, ACTI, GS1) et les organisations de consommateurs.

Il serait présidé par une personnalité indépendante.

Il pourrait s'inscrire dans une évolution du Fond Français pour l'Alimentation et la Santé.