



ATELIER N° 1

Mieux répondre aux attentes des consommateurs en termes de qualités nutritionnelles et environnementales, d'ancrage territorial, de bien-être animal et d'innovations

Quelles sont les attentes des consommateurs ?

Des consommateurs aux attentes multiples et parfois contradictoires, mais des tendances qui se confirment :

- les achats alimentaires et les comportements des consommateurs se font en fonction de leurs caractéristiques socio-démographiques (composition du ménage, âge (vieillesse de la population), augmentation du nombre de personnes vivant seules, localisation géographique, éducation, revenu) ;
- la métropolisation et l'emploi salarié des femmes font que les temps consacrés à la confection des repas et aux moments familiaux de transmission des savoir-faire culinaires laissent place aux repas rapidement préparés et consommés, aux plats préparés, aux repas pris à l'extérieur (restauration hors foyer). Ces nouveaux modes de vie, ces nouvelles habitudes couplés et amplifiés par les stratégies marketing modifient les habitudes alimentaires ;
- avec l'urbanisation croissante et la complexité de la chaîne alimentaire, les consommateurs sont de plus en plus éloignés des produits et des acteurs des filières alimentaires ;
- des comportements de consommation qui évoluent dans le temps et selon l'âge : en 2000 était privilégié « le goût », en 2007 « le frais », en 2015 « le bio » couplé d'une demande croissante pour des produits de proximité ;
- des attentes qui changent en fonction des événements et des crises alimentaires (vache folle en 1986, dioxine en 1999, viande de cheval en 2013, œufs contaminés au Fipronil en 2017...) ;
- de nouvelles opportunités de consommation émergent (fractionnement et simplification des repas), alimentation connectée : de nouvelles pratiques d'achat liées au digital transforment les comportements alimentaires des consommateurs (comparateurs de prix, bases de données, géolocalisation...) ;
- des contraintes économiques : le budget alimentaire reste une variable d'ajustement. Le consommateur est tenté d'acheter au prix le plus bas, les grandes surfaces ont fait de ce principe un axe prioritaire et stratégique dans leur politique de vente (omniprésence de la publicité et des promotions), c'est pourquoi le consommateur développe des stratégies pour bénéficier de produits et services moins chers ;
- le consommateur devient un client qui cherche à optimiser le rapport qualité / prix de ses achats alimentaires, à l'image des autres biens de consommation. Selon ses ressources disponibles, ce ratio sera tiré vers la qualité ou vers les prix. Si le prix est un critère d'achat relativement simple, en revanche la qualité des produits alimentaires est une notion complexe, qui englobe des critères gustatifs, nutritionnels, mais également des performances écologiques ou sociales selon les valeurs du consommateur. Par ailleurs, il faut préciser que l'alimentation est le

3ème poste budgétaire (13,5%) après le logement et les transports (2^{ème} poste budgétaire pour 17,2 % de la population). L'accès à l'alimentation est un enjeu extrêmement fort dans un pays qui compte 4,8 millions de personnes qui bénéficient de l'aide alimentaire et 8,8 millions de personnes sous le seuil de pauvreté.

Face aux évolutions sociétales (vieillesse de la population et métropolisation), trois tendances se dégagent chez le consommateur :

- recherche de naturalité, de sécurité et d'éthique (produits « sans ») ;
- de fonctions nutritives (produits « plus ») ;
- et nouvelles pratiques d'achat et de consommation.

Paradoxalement, on assiste à :

- un recul des produits bruts dans nos assiettes et à une augmentation des prêts à consommer ;
- une baisse de la consommation de protéines animales en raison de la sensibilité au prix mais aussi des préoccupations nutritionnelles et environnementales, ainsi que des préoccupations quant au bien-être animal.

Par ailleurs, une attention nouvelle est portée par le consommateur sur l'origine et la traçabilité des produits, leur qualité nutritionnelle, sur les modes de production, d'élevage et d'abattage, les procédés de transformation, leur proximité...

On assiste donc à une montée en puissance :

- **des préoccupations environnementales** . Sont plébiscités :
 - les produits et pratiques respectueux de l'environnement dans ses diverses composantes : préserver la biodiversité, les ressources en eau, lutter contre le changement climatique et s'y adapter, réduire les impacts négatifs sur l'environnement (déforestation, GES, apports chimiques, rejets polluants...) ; ces préoccupations environnementales sont soutenues par l'inquiétude des consommateurs à l'égard de la présence de substances chimiques et notamment de pesticides dans leur alimentation. Par ailleurs, une attente du consommateur s'affirme de plus en plus dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, dans une perspective à la fois sociale et écologique ;
 - les produits sous labels qui sont un gage de confiance et de repère, les démarches qualité engagés par les professionnels et les produits de proximité (proximité géographique, relationnelle qui favorisent l'ancrage territorial (diversification et relocalisation) ;
 - les produits issus d'une démarche qui respecte des règles éthiques (de la non-déforestation au bien être-animal en passant par les filières équitables) ;
- des préoccupations liées :
 - **au bien-être animal, aux conditions d'élevage** : accès au plein air, à un environnement adapté aux besoins physiologiques et comportementaux de chaque espèce, arrêt des mutilations, prise en charge de la douleur, réduction des temps de transports, renforcement de la protection des animaux à l'abattoir (étourdissement) ;

- des questions liées à :
 - **la santé, au bien-être** qui se traduisent par une demande croissante en termes de qualité, de traçabilité et ce afin de restaurer la confiance. Des attentes s'expriment aussi pour la diminution d'apports d'ingrédients dommageables à l'équilibre et à la santé dans les processus de fabrication (sucres, graisses, édulcorants), la limitation des apports de produits chimiques dans la culture, l'élevage (prescription d'antibiotiques), la transformation le conditionnement et la conservation. Par ailleurs, les consommateurs et en particulier ceux qui, en nombre croissant, souffrent de pathologies chroniques comme les hypertendus, les diabétiques, recherchent des aliments riches en nutriments ou ingrédients favorables à leur santé comme les omega3, les fibres, les fruits et légumes en tant qu'ingrédients (dans les plats préparés, les desserts laitiers) ou en tant qu'aliments transformés (compotes par exemple) ;
- la préoccupation des consommateurs pour :
 - **une rémunération plus juste des producteurs et des acteurs des filières agricoles et alimentaires**. S'exprime une volonté de soutenir l'économie locale et nationale. Points d'achoppement : une perception faussée du « juste prix ». Les consommateurs se sont habitués à la baisse des prix alimentaires. Le coût lié aux efforts de qualité se heurte à l'idée que le consommateur se fait du « juste prix » des denrées alimentaires ;
 - **le pouvoir d'achat** qui est un élément incontournable dans la décision de consommation de tel ou tel produit, malgré la prise de conscience des difficultés des producteurs et les effets sur leur santé des produits consommés.

Déjà longue, la liste des caractéristiques sur lesquelles portent les attentes a vocation à s'allonger encore au fur et à mesure des progrès des connaissances, des débats militants et des demandes d'information des consommateurs. Dans un tel contexte, obtenir des informations et choisir des produits peut devenir une source d'inquiétude, d'insatisfaction, une situation paradoxale alors que l'offre alimentaire est abondante et variée.

Malgré les efforts des filières agricoles et des entreprises alimentaires pour continuer à progresser dans la qualité, la traçabilité et la durabilité des produits, de nombreux signaux inquiétants sont venus renforcer le sentiment de non-maîtrise du contenu de l'assiette du consommateur et de l'impact de ses choix alimentaires (dérégulation des cours, crises sanitaires ou fraudes sur-médiatisées, raréfaction des espaces cultivables, vulnérabilité accrue liée au dérèglement climatique, dépendance technologique et chimique...).

Face à ces nouveaux enjeux, aux crises successives, le consommateur – citoyen a besoin d'être rassuré tant sur les produits que sur les modes de productions. L'opacité ressentie le conduit à vouloir plus d'informations objectives, compréhensibles et vérifiables. De fortes attentes s'expriment également pour une amélioration de la qualité des produits dits « standards ».

La diversité des marchés auxquels les filières agricoles et agroalimentaires doivent répondre impose de bien distinguer les besoins et attentes spécifiques sur chacun de ces segments : marché domestique pour la consommation au domicile sur lequel il est important de fournir une gamme complète depuis des produits standards sûrs et sains à des prix acceptables jusqu'à des produits premium, marché de la restauration hors foyer et marchés d'exports avec des critères d'achat spécifiques des clients...

D'autre part, les professionnels de la transformation ont rappelé à de nombreuses reprises que la création de valeur était fortement liée à l'arrêt de la spirale de déflation qui frappe l'agroalimentaire depuis plusieurs années, à cause de la guerre des prix (atelier 7).

C'est à cet ensemble de défis que les professionnels de l'alimentation et les pouvoirs publics doivent faire face.

Face à ces attentes, quels sont les principaux enjeux et livrables identifiés dans le cadre de l'atelier ?

Mieux répondre aux attentes croissantes des consommateurs en termes de qualité, d'origine, de proximité, de durabilité, de transparence :

1 - Communiquer, informer, éduquer, sensibiliser sur la base des initiatives et dispositifs existants, afin de renforcer le dialogue entre les consommateurs, la société en général et les acteurs des filières agricoles et agroalimentaires et offrir toutes les garanties attendues par les consommateurs :

- créer une nouvelle culture de l'alimentation (notamment par l'éducation des plus jeunes) centrée sur la durabilité, l'agro-écologie, sur le bien manger, le mieux manger ;
- sur la base des initiatives existantes (journées gastronomiques, semaine du goût, fête de la science...) et en les remaniant le cas échéant ;
 - x organiser une journée (ou une semaine) d'ampleur nationale dédiée à l'alimentation (année 2018 - « Année de l'alimentation durable ») journée qui permettrait de valoriser le modèle alimentaire français et ses richesses ;
 - x organiser des portes ouvertes dans les fermes, les entreprises agroalimentaires, les circuits de distribution afin d'illustrer l'ensemble de la chaîne de production, transformation, commercialisation ;
- mener des campagnes d'information, de sensibilisation et de promotion sur les conditions de production, de transformation et de commercialisation des produits alimentaires, sur les démarches officielles de valorisation des produits ;
 - x mener une campagne d'éducation à l'étiquetage en ciblant les consommateurs les plus défavorisés, et en s'appuyant sur les associations de consommateurs (CLCV...) ;
 - x expliquer et valoriser les contrôles, leur articulation avec les autocontrôles réalisés par les professionnels ;
 - x communiquer sur les dispositifs et outils disponibles, sur les bonnes pratiques, permettant une réelle transparence de l'amont à l'aval ; à cette fin, les fonds européens de promotion des produits et des actions d'information sur la

- politique agricole commune (PAC) peuvent être mobilisés ;
- imaginer, soutenir des événements à résonance nationale, ou locale en impliquant l'ensemble des parties prenantes : projets pédagogiques autour de l'agriculture, l'agro-alimentaire, l'alimentation et la gastronomie, fermes et jardins pédagogiques, concours d'idées...;
 - sensibiliser, éduquer l'ensemble des acteurs : populations, élèves et parents (impliquer les familles et les sensibiliser à l'alimentation durable ; renforcer l'éducation alimentaire à l'école en mettant en place un parcours santé alimentation en concertation entre l'éducation nationale et les collectivités territoriales), patients et professionnels de la santé, professionnels des métiers de bouche, professionnels de la restauration collective et profession agricole et agroalimentaire à leurs attentes et contraintes réciproques afin d'atteindre les objectifs du programme national nutrition santé (PNNS) et de suivre les recommandations du Haut Conseil de la Santé Publique – réduction des protéines animales, augmentation des légumineuses et favoriser les produits les moins exposés aux pesticides, initier des campagnes de communication afin d'introduire de la pédagogie sur les évaluations de risques.

Le pilotage et le financement des événements, des campagnes, et projets pédagogiques pourraient se faire au sein d'une instance collective, réunissant les représentants des différents ministères concernés (agriculture et alimentation, économie, éducation, environnement, santé), des collectivités, des organisations professionnelles, des fondations et autres parties prenantes...

2 - Améliorer l'information et notamment l'étiquetage des produits alimentaires, la qualité et la fiabilité de l'information sur les produits jouant un rôle majeur dans le processus de formation des préférences :

- aller vers plus de transparence, en mettant à profit notamment les technologies du numérique ;
 - x sur l'origine (pour les produits transformés), la composition, la qualité du produit (qualité nutritionnelle et au-delà), sur les modes de production (en sol, hors sol, sous serre...), les modes d'élevage et d'abattage des animaux (animaux traités aux antibiotiques...);
 - x sur les traitements phytosanitaires et les traitements d'irradiation subis par les aliments, sur la présence de perturbateurs endocriniens, les nano particules, les additifs alimentaires, les conservateurs, sur les conditions de sa transformation et de sa distribution (circuit court et de proximité, etc) ;
 - x sur la répartition de la valeur le long de la chaîne de production, transformation, distribution...

La question de la transparence, particulièrement sur les approvisionnements en matières premières, les modes de production et les procédés de fabrication, est au cœur des attentes des consommateurs et devra être traitée au-delà de l'étiquetage, avec des nouveaux outils dématérialisés. **Le niveau de transparence sur les différents aspects évoqués ci-dessus fait néanmoins débat entre les acteurs et devra être précisé.**

L'enjeu de cet objectif est de réussir à collecter des informations fiables, claires et

correspondant aux attentes des consommateurs. A cette fin, mettre en place un groupe de travail spécifique sur cette question de transparence pour faire un état des lieux des initiatives, dispositifs, pratiques (SIQO, HVE, Alim'confiance, Nutriscore, etc.), des outils mis en place pour mieux informer (Oqali) et obtenir l'adhésion de la société sur les pratiques des professionnels des filières agricoles et agroalimentaires. Cela donnerait ainsi des possibilités de choix d'informations fiables selon les intérêts recherchés. L'information accessible en « open data » (voir plate-forme collaborative GS1) constitue une voie à explorer, pour certains types d'entreprise outillées en la matière. Construire une plate-forme numérique collaborative regroupant l'information sur les produits permettrait de garantir la traçabilité des aliments et des ingrédients. Elle permettrait aussi de rendre complètement transparente l'origine des produits et de répondre ainsi à une attente majeure des consommateurs. Cette plate-forme pourrait facilement devenir un « méta-catalogue » regroupant toutes les caractéristiques de tous les produits. Cela supposera de s'accorder sur des définitions communes, des standards, des méthodologies... Cela nécessitera également de lever les éventuelles réticences des producteurs et transformateurs, vis-à-vis d'une transparence accrue sur les intrants (risque d'effet boomerang) et du lourd travail nécessaire pour collecter les données. En tenant compte de la réglementation européenne, le caractère obligatoire ou volontaire de tout ou partie des informations ou dispositifs sera sujet à débat (Nutriscore, application de l'obligation d'étiquetage (non-nano/nano)) ;

- sur la base de l'état des lieux, étudier la mise en place si cela paraît nécessaire, de nouveaux étiquetages comme l'étiquetage obligatoire (sur le modèle des œufs coquille) portant sur les modes d'élevage et d'abattages pour tous les produits carnés, laitiers et ovo produits (recommandation du rapport de la Commission d'expert sur le CETA remis au Premier Ministre le 8 septembre 2017), d'un étiquetage alimentaire « triple A » (gras, sel et sucre sur les produits transformés), d'un étiquetage permettant d'encourager le don et le lutte anti-gaspillage...; [ces propositions ont fait débat au sein de l'atelier] ;
- réactualiser les repères du PNNS (seuls 25 % des français tiennent compte des messages « manger 5 fruits et légumes par jour », « manger moins gras, moins salé, moins sucré ») ; les messages nutritionnels doivent être clairs, positifs et non culpabilisants afin d'être compris et appliqués ;
- développer des outils permettant une personnalisation de l'information avec des critères explicites afin d'aider les consommateurs à faire des choix qui leur conviennent (les informations sur les caractéristiques des produits ne pourront pas être synthétisées de façon univoque, certains produits ayant un impact positif sur la santé, mais négatif sur l'utilisation des terres ou l'émission de gaz à effet de serre) ;
- mettre en place une transparence sur les prix en informant les consommateurs sur les parts de marge nette perçues aux différents niveaux de la chaîne alimentaire;
- encourager l'adoption d'un étiquetage unique (Nutriscore) pour les professionnels ;
- faciliter la lecture des informations et reconnaissances officielles sur les emballages ;
- renforcer les programmes de contrôles (officiels et professionnels) permettant de

- garantir la loyauté des produits mis sur le marché, et la fiabilité des allégations, renforcer la lutte contre les fraudes et usurpations autour des AOP ;
- encadrer davantage le contenu des publicités sur l'alimentation (notamment à destination du jeune public) et éviter la tromperie du consommateur [ce point fait débat quant à la nature et la précision de l'encadrement] ;
- augmenter les moyens mis à la disposition des services d'inspection vétérinaires et augmenter le nombre de contrôles de la DGCCRF, pour éviter les scandales sanitaires et les fraudes alimentaires, qui à chaque fois entachent la confiance des consommateurs et réduisent à néant les efforts réalisés au quotidien ;
- soutenir auprès de l'Union européenne la poursuite et l'extension au niveau européen de l'expérimentation de l'indication du pays de provenance du lait, du lait utilisé dans les produits laitiers et de la viande utilisée dans les produits transformés, afin de répondre aux attentes des consommateurs qui ne comprendraient pas l'abandon d'un tel dispositif fin 2018.

Au niveau de la qualité :

- affirmer collectivement et soutenir les mentions valorisantes officielles (HVE) et les signes de qualités (SIQO) permettant une prise en compte globale des besoins des consommateurs ;
- faire évoluer les garanties minimales pour les démarches et les signes de qualité permettant une prise en compte globale des besoins des consommateurs en matières environnementales et sanitaires ; qualitative, locale, éthique et équitable ; renforcer les garanties de durabilité des produits SIQO ;
- faire de la certification environnementale (niveau 2) un socle partagé pour reconnaître les démarches des filières dans ce sens (cf. point 13 pour amplifier le dispositif de certification environnementale en ce sens) ;
- renforcer la notoriété et la pédagogie auprès des consommateurs des démarches de progrès HVE, agro-écologie qui pourront accompagner par leurs actes d'achat, ces évolutions.

3 - Faire mieux connaître les attentes des consommateurs, dans leur diversité, aux entreprises de production et de transformation, les besoins, les tendances à plus ou moins long terme pour adapter l'offre à la demande, et permettre ainsi aux entreprises de s'adapter, de faire les investissements adaptés tout en respectant le temps nécessaire au changement de pratique. Les investissements sont souvent lourds pour construire de nouveaux modèles économiques :

- accompagner les entreprises dans l'amélioration de la connaissance de ces attentes en renforçant les outils d'analyse et de connaissance des filières, des tendances de consommation via des études, des panels, etc. : s'appuyer davantage sur les travaux de l'ANSES, mieux mobiliser l'observatoire des prix ;
- soutenir les entreprises dans les investissements, les transformations dans les process de production, de transformation, de distribution, mais également assurer un accompagnement des producteurs agricoles, et notamment les jeunes agriculteurs, pour qu'ils adaptent leurs pratiques en lien avec les nouveaux besoins des consommateurs. L'objectif est de structurer des filières pérennes avec un approvisionnement régulier en produits au plus près de ces entreprises

et permettant d'être le plus possible en adéquation avec les consommateurs et les citoyens. Dans cet objectif, introduire dans les dispositifs d'aides aux investissements, la nécessité de mener des projets associant les différents acteurs des filières alimentaires de la production agricole à la commercialisation, sans oublier les filières « enseignes » ;

- mettre en œuvre les résolutions prises dans le cadre de la stratégie de la France pour le bien-être animal 2016-2020, rendre opérationnel au plus vite le centre national de référence sur le bien-être animal créé le 28 février 2017, renforcer le nombre de vétérinaires formateurs (Plan Ecoantibio) dédiés à l'élevage, limiter la dépendance aux antibiotiques, explorer au sein du Comité national d'éthique de l'abattage, placé sous l'égide du CNA, les évolutions possibles permettant un étourdissement des animaux dans le cadre des abattages rituels, dans le respect des cultes.

4 – Accompagner les acteurs économiques des filières alimentaires vers l'amélioration de la qualité des produits et des processus, en cohérence avec les messages sanitaires portés par l'État :

- poursuivre les échanges entre les services de l'administration et les professionnels pour améliorer la qualité des produits vendus (moins de gras, de sucre et de sel, acceptation des couleurs et gabarits naturels, etc) ; encourager l'utilisation des accords collectifs du PNA, des chartes individuelles du Programme National Nutrition Santé (PNNS) ou des chartes d'engagement de progrès nutritionnel (par filière) ;
- soutenir les entreprises dans les investissements nécessaires et la recherche de solution technique pour mieux prendre en compte les risques sanitaires émergents et pour continuer à proposer des produits de qualité et sans risque pour le consommateur ;
- orienter les investissements et la recherche vers les solutions concernant la réduction globale des pesticides et la suppression des plus dangereux, et la substitution des substances dont l'innocuité sanitaire est mise en cause (perturbateurs endocriniens nanoparticules, phtalates, etc.) dans les produits et les emballages ;
- soutenir l'émergence de projets de filières amont-aval, par des aides publiques, l'encouragement de partenariats public-privé...

Mettre en place une nouvelle gouvernance de l'alimentation au niveau national :

5 – Pour répondre aux attentes sociétales identifiées dans le cadre des EGA, il convient de :

- développer le volet interministériel de la **politique publique de l'alimentation**, donner plus de transversalité et de complémentarité aux différents programmes nationaux PNA, PNNS, PNSE... ce qui favoriserait par ailleurs un meilleur travail de négociation avec l'Europe. Disposer d'un tel cadre structurant aidera l'ensemble des parties prenantes à conduire l'évolution alimentaire qu'appellent les citoyens. Il convient pour cela de favoriser les espaces de concertation à tous

- les niveaux (entreprises, interprofessions, au sein des territoires) ;
- au niveau national, sur la base d'un CNA renforcé dans ses missions (l'objectif « adaptation à la consommation aux besoins nutritionnels » pourrait être élargi) et sa composition (intégration dans les collèges de nouveaux membres pour refléter l'élargissement des missions et des objectifs, tout en maintenant un équilibre dans les représentations et le poids de chaque collège), instaurer et animer un groupe de concertation permanent avec l'ensemble des parties prenantes, permettant de développer un processus de concertation intégrant les préoccupations des filières et de la société civile, permettant d'avoir une vision globale, stratégique, d'articuler les différentes politiques, programmes, plans, de créer des passerelles pour davantage de cohérence, en favorisant les interconnexions. Ce groupe pourrait avoir également vocation à contribuer à rassurer en cas de crises, en relais de la communication institutionnelle ;
 - le CNA, ou le groupe de concertation permanent mentionné ci-dessus, pourrait également être l'instance de suivi du plan "alimentation" et des engagements des parties prenantes à la suite des États généraux de l'alimentation ;
 - veiller à une représentation équilibrée de tous les acteurs de la fourche à la fourchette, notamment des consommateurs et de l'ensemble de la société civile dans les instances décisionnaires et de concertation (nationales, régionales et locales).

Mobiliser les interprofessions, lorsqu'elles existent, pour assurer la production d'une alimentation répondant aux attentes des consommateurs :

6 - S'appuyer sur les interprofessions qui sont des lieux de concertation, les encadrer par une charte d'engagement définissant un socle global partagé par les acteurs économiques tenant compte notamment des attentes du consommateur, en matière de qualité (sanitaire, gustative et nutritionnelle), de protection de l'environnement, de bien-être animal, etc. soit un référentiel "responsabilité sociale et environnementale" qui couvre toute la filière ; les aider à mieux communiquer sur leurs démarches de qualité, leurs démarches exemplaires et innovantes ; elles s'engageraient à réexaminer leur gouvernance et composition. Il y aura lieu de bien définir ce qui relève du collectif, des interprofessions et des entreprises. L'élargissement des interprofessions a fait débat : elle est possible mais ne peut dépendre que des acteurs qui en sont membres. L'objectif est de pouvoir continuer à travailler en filière avec un principe de décision à l'unanimité, de façon constructive et efficace. De façon alternative, la création d'espaces de dialogue avec la société civile et notamment les représentants des consommateurs pourrait être imaginée.

7 - Encourager l'ensemble des interprofessions à mobiliser leurs différentes composantes à s'engager dans des démarches de qualité et les appuyer en tant que de besoin :

- encourager par exemple toutes interprofessions à mettre en place une commission ou un comité « bio » ;
- valoriser les initiatives sectorielles, individuelles ou collectives d'entreprises en

matière d'amélioration de la qualité nutritionnelle et environnementale, d'ancrage territorial par la mise en place d'une reconnaissance de démarches relevant de l'agro-écologie. Cette reconnaissance pourrait avoir comme finalité d'aider le consommateur à identifier facilement les produits respectueux d'engagements en matière d'alimentation durable. Cette reconnaissance pourrait être vue comme un levier permettant de faciliter l'information en matière de qualité, transmis des fournisseurs vers les clients (dans le cadre des négociations commerciales par exemple), et d'instaurer une relation de confiance accrue entre acteurs ;

- donner plus de force et de visibilité à la certification HVE par des efforts coordonnés de communication (participer à la communication des filières déjà engagées en présentant des exemples probants issus des filières encore peu impliquées et des démarches collectives de certification de niveau 3 pour générer un effet d'entraînement) ;
- accompagner les producteurs agricoles pour qu'ils adaptent leurs pratiques en lien avec les nouveaux besoins des consommateurs » : mettre en place des mesures fortes pour faire évoluer le standard est également important (engager les filières notamment d'élevage dans un véritable plan de restructuration visant à améliorer les standards de production qui sont aujourd'hui de moins en moins acceptés par les consommateurs).

8 – Renforcer le rôle du Comité de Liaison des Interprofessions Agricoles et Agro-alimentaires afin de favoriser les échanges et le partage d'expériences entre interprofessions, mieux intégrer les interprofessions dans les institutions ou lieux de concertation existants (ex : intégrer les interprofessions à l'Agence Bio soit via une ouverture du conseil d'administration ou simplement par la création d'une instance de dialogue, idem à l'INAO).

Rapprocher les consommateurs de la production et de la transformation des produits alimentaires en renforçant les dynamiques de territorialisation de l'alimentation

9 - Renforcer l'ancrage territorial du lien producteur agricole – entreprise alimentaire - consommateur, la proximité permettant de restaurer le climat de confiance, une meilleure captation de la valeur ajoutée, en appuyant les territoires dans leur dynamique de territorialisation de l'alimentation (en lien avec l'atelier 2) :

- renforcer le programme national pour l'alimentation (PNA) dans sa priorité 4 notamment, pour encourager la mise en place de Projets Alimentaires Territoriaux. Les PAT doivent être élaborés de manière concertée avec l'ensemble des acteurs du territoire et répondre à un objectif de structuration de l'économie agricole et la mise en œuvre d'un système alimentaire territorial. Ils ont vocation à terme, comme le prévoit la loi en son article L.111-2-2, à déboucher sur des systèmes alimentaires durables territorialisés (SAT), permettant de passer d'initiatives locales isolées à une démarche globale efficace qui fait système alimentaire. Pour ce faire, il conviendrait de renforcer le poids juridique des PAT et SAT qui devraient être mieux pris en compte par les PRAD, SRDEII, SRADDET et Plans nationaux (PNA, PNSE, PNNS) ;

- favoriser une meilleure gouvernance et coordination de la politique alimentaire aux différentes échelles, en articulant les programmes nationaux (agricole, nutrition santé, alimentation...) et en développant l'interministérialité de la politique alimentaire à l'échelle nationale comme à l'échelle régionale ;
- encourager les initiatives des Régions à cette fin pour le soutien à des démarches de relocalisation, de qualité (SIQO, marques), d'achat public, d'investissement et d'innovation, notamment grâce aux moyens et orientations des programmes de développement rural et des politiques régionales, pour le soutien à la promotion des produits français à travers la dimension régionale au regard des nouvelles attentes des consommateurs, à la fois français mais aussi étrangers (lien marques ombrelles - export et conquête des marchés). A ce titre, encourager une mobilisation des dispositifs européens comme Leader pour le soutien à l'animation du territoire et l'élaboration de stratégies locales autour de l'alimentation ;
- valoriser les démarches exemplaires portées par des territoires ruraux, des intercommunalités... en s'appuyant notamment sur le Réseau rural, Leader ;
- communiquer sur les dispositifs et outils méthodologiques existants ;
- développer les dispositifs fiscaux incitatifs pour les dons des producteurs agricoles, des entreprises alimentaires pour les associations d'aide alimentaire.

10 - Encourager les filières à s'organiser et se structurer pour adapter l'offre à la demande, notamment celle de la restauration collective. Pour ce faire, il faudra :

- travailler en étroite collaboration avec l'ensemble des acteurs de la chaîne ;
- organiser des forums pour favoriser les rencontres bilatérales et opérationnelles entre acteurs de la chaîne alimentaire sur des projets précis ;
- inciter et favoriser les démarches collectives (GIEE, plate formes, coopératives, SCIC...);
- accompagner les groupements de producteurs pour mieux répondre aux attentes des consommateurs et des territoires, tout en faisant évoluer les réflexes d'achat.

11 - Maintenir, soutenir les outils collectifs (abattoirs, légumeries, unités de production mutualisées...) et mettre en place les infrastructures (gestion des flux) autorisant l'approvisionnement de proximité :

- développer les infrastructures permettant l'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux et sous signe de qualité et offrant des débouchés aux producteurs du territoire ;
- une réflexion devra être menée afin de déterminer le dispositif (économique et juridique) le plus pertinent pour assurer l'ancrage territorial des petits abattoirs, respectueux des normes sanitaires, environnementales et de protection animale, indispensables au fonctionnement des filières locales ;
- reposer la problématique des abattoirs mobiles pour les petites filières, notamment sous SIQO, ou filières saisonnières (en lien avec l'atelier 2). Le règlement (CE) n°853/2004 prévoit l'existence et l'agrément d'abattoirs mobiles (mis en place en Suède, Autriche ou aux Pays-Bas notamment). En France, aucun dispositif mobile n'a été autorisé. En effet, face au manque de données sur la faisabilité technique et économique de tels équipements, la France reste

prudente et conduit une expérimentation : les exigences réglementaires en matière d'hygiène, de protection animale, de contrôle par les services vétérinaires et de protection de l'environnement ne sont, à l'heure actuelle, pas garanties dans de tels outils ;

- les ateliers collectifs peuvent également constituer une solution lorsque le montant de l'investissement nécessaire pour construire, aménager et équiper un outil conforme est trop élevé pour un seul producteur ou une seule entreprise alimentaire de proximité. L'utilisation de locaux communs par plusieurs professionnels en vue de la production de produits d'origine animale et/ou de denrées en contenant est une pratique qui tend à se développer pour des raisons le plus souvent économiques et de valorisation des circuits courts. A noter le cas particulier des abattoirs de boucherie, qui ne peuvent être organisés en atelier collectif, l'article R.654-1 du code rural et de la pêche maritime excluant cette possibilité.

12 – Faire connaître aux territoires les outils pour favoriser l'approvisionnement de proximité et de qualité en restauration collective (en lien avec l'atelier 2). L'introduction de produits siqo et/ou locaux en restauration collective, qui a été encouragée par les pouvoirs publics, ouvre des opportunités économiques importantes pour les agriculteurs locaux. Pour accompagner les territoires dans leur démarche :

- aider à acquérir les compétences nécessaires à la rédaction des cahiers des charges, pour réduire les coûts qui viendront compenser l'augmentation du prix du repas en valorisant les différents guides et boîtes à outils qui donnent des clés aux gestionnaires de la restauration collective publique pour leur permettre de s'approvisionner avec des produits de proximité et de qualité, à l'heure où les consommateurs français souhaitent avoir plus d'informations sur l'origine et le mode de production des aliments. Des guides relatifs à l'ancrage territorial ont ainsi été élaborés pour la restauration collective : « initier un projet d'approvisionnement de proximité en restauration collective via l'outil de plateforme. », les « soutiens financiers mobilisables », ainsi qu'un guide pratique destiné à favoriser l'approvisionnement local et de qualité en restauration collective. Ce guide apporte des réponses aux questions que se posent les gestionnaires de la restauration collective sur la manière de faire évoluer les pratiques, notamment par l'utilisation des circuits courts, tout en prenant en compte les dispositions du Code des marchés publics. La boîte à outils « Localim » a plus particulièrement vocation à donner une dimension opérationnelle à ce dernier guide. D'autres guides réalisés par les Régions, le CERDD, l'UNCPIC, les CIVAM, la FNAB, l'agence Bio, Restau'Co, SNRC...apportent également des réponses concrètes qu'il convient de mieux valoriser (3 guides CGI-APASP proposent des modèles de cahier des charges et des recommandations notamment en matière d'achat durable et d'engagements sociaux; fiches DJA portant sur l'indexation des prix dans les marchés publics d'achats de denrées alimentaires) ;
- soutenir le développement de démarches de labellisation ou de charte pour les restaurateurs publics ou privés : améliorer la diffusion des cahiers des charges nationaux officiels (ex : restauration commerciale en bio), de labels existants,

élaborer des critères pour la reconnaissance des démarches (Bon pour le climat, Mon restaurant responsable...);

- renforcer les critères qualitatifs, sociaux, environnementaux dans les marchés publics pour favoriser les produits locaux et issus des systèmes de productions agro-écologiques ;
- faire évoluer le code des marchés publics pour que le critère de proximité puisse être légalement introduit dans un appel d'offre (plusieurs pays valorisent la préférence locale comme l'Italie) ;
- mettre en place une plate forme collaborative pour l'ensemble des ressources disponibles ;
- mettre en place des plans de formation (compétences des collectivités...) pour donneurs d'ordre ;, veiller à lier l'outil LOCALIM à la norme ISO 20400 (achats responsables) ;
- mettre en place des formations pour préparer les cuisiniers aux spécificités des métiers de la restauration collective (éducation nationale/CCI) ;
- valoriser les plans « alimentation durable » mis en place dans certaines métropoles à l'exemple de l'Ile de France, Rennes...

13 - Accompagner et valoriser auprès des consommateurs et de l'ensemble des acteurs tant professionnels qu'institutionnels, les engagements des filières, des entreprises notamment par des amplifications de démarches officielles :

- mieux communiquer sur les démarches de qualité auprès des consommateurs et de la profession ;
- associer l'ensemble des parties prenantes pour la définition des démarches ;
- amplifier la certification environnementale des exploitations agricoles dont la Haute Valeur Environnementale pour permettre la valorisation des changements de pratiques de davantage de filières et notamment pour celles encore peu impliquées dans le dispositif telles que par exemple l'élevage et les grandes cultures. Un mandat pourrait être donné en ce sens à la Commission Nationale de la Certification Environnementale ; pour les industriels, des certifications de type ISO 14001 ou écolabels pourraient également être soutenues ;
- prolonger et amplifier le programme en faveur du développement de la production biologique (programme gouvernemental à mettre en place en concertation avec les Régions) notamment dans les zones de préservation de la biodiversité, dans les zones de captages d'eau... ;
- accompagner les filières sous signes de qualité pour formaliser encore davantage les réponses aux attentes des consommateurs en matière de qualités sensorielles et nutritionnelles, développement durable et de bien être animal ;
- prendre en compte les externalités positives notamment des filières sous siqo ;
- mobiliser les aides publiques, dont les aides de la PAC pour favoriser l'investissement et la modernisation des exploitations et la recherche-innovation vers les pratiques et systèmes agro-écologiques , mise en cohérence de toutes les politiques publiques en vue de la transition agro-écologique ;
- réfléchir aux modifications à introduire aux plans national et européen pour

- mettre en place les mesures d'accompagnements aux changements de pratique ;
- garantir la mise en œuvre et la réussite du plan Ecophyto II, en lui fixant une obligation de résultat (à voir dans le cadre du Chantier 2 Atelier 11).

Favoriser les capacités d'innovation au sein des entreprises agro-alimentaires pour mieux répondre aux attentes des consommateurs

14 - Promouvoir les activités d'accompagnement liées à l'innovation en soutenant les acteurs de l'innovation et du développement (instituts techniques, centres d'innovation technologique, pôles d'innovation pour l'artisanat, pôles de compétitivité, Aria...), afin de répondre aux attentes des consommateurs et renforcer la capacité concurrentielle des entreprises agro-alimentaires (appel à projets financés dans le cadre des différents dispositifs portés par les ministères (MAF/Casdar, MEF/PIA...). Améliorer le transfert entre recherche et développement. Mettre au programme des cursus de formation agricole ; les modes de culture comme la permaculture, l'agriculture en biodynamie, l'agriculture raisonnée...

Parmi l'ensemble des actions proposées, quelles sont celles à mettre en place en priorité ?

Du travail de synthèse réalisé lors de la dernière réunion de l'atelier 1, ont émergé les actions prioritaires suivantes :

1) **Mettre en place une nouvelle gouvernance de l'alimentation au niveau national** (action 5) pour la définition d'une véritable politique interministérielle de l'alimentation, regroupant notamment les plans et fixant un cap clair et partagé par tous les acteurs, avec des engagements de tous ;

2) **Améliorer l'information, notamment l'étiquetage des produits alimentaires** (action 2) , en mobilisant notamment les outils du numérique, avec la mise en place d'un groupe de travail spécifique sur ces questions ; précautions à prendre : veiller au cadre communautaire, , faire bouger le cadre communautaire de la concurrence ; soutenir au niveau UE la poursuite et l'extension au niveau européen de l'expérimentation de l'étiquetage de l'origine des produits transformés ;

3) **Communiquer, informer, sensibiliser** (action 1), afin de créer une nouvelle culture alimentaire (notamment par l'éducation des plus jeunes) centrée sur la durabilité, l'agro-écologie, sur le bien manger, le mieux manger ; l'idée d'une journée (ou une semaine) d'ampleur nationale dédiée à l'alimentation (année 2018 - « Année de l'alimentation durable ») : organiser des portes ouvertes dans les fermes, les entreprises agro-alimentaires, les circuits de commercialisation afin d'illustrer la chaîne de transformation et la valorisation des déchets dans une logique d'économie circulaire, semble faire son chemin mais il faudrait regrouper les initiatives existantes nombreuses et ne pas en faire "une de plus" ;

4) **Mobiliser les interprofessions, lorsqu'elles existent, pour assurer la production d'une alimentation répondant aux attentes des consommateurs** (actions 6 et 7) ; s'agissant de l'instance d'échange entre interprofessions (action 8), s'appuyer notamment sur le CLIAA ;

5) **Accompagner la transition vers des modèles plus durables** (actions 3 et 13), notamment par une amplification des démarches officielles (agriculture biologique, SIQO, HVE, développement d'une reconnaissance filière de l'agro-écologie en clarifiant sa portée par rapport aux identifications existantes...), une réorientation des soutiens publics (en particulier dans le cadre de la future PAC), un soutien à la modernisation des exploitations et à la recherche-innovation (notamment plan de compétitivité et d'adaptation des exploitations agricoles et plan d'investissement national en cours de définition) ;

6) **Mettre en place un véritable plan pour la restauration hors domicile**, puissant vecteur de développement et d'ancrage territorial des productions (actions 10 et 12), qui portera sur le développement des infrastructures permettant l'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux et sous signe de qualité et offrir ainsi des débouchés aux producteurs du territoire. Les acteurs devront notamment réfléchir à un

plan de maintien des petits outils d'abattage de proximité, respectueux des normes sanitaires, environnementales et de protection animale, dans un domaine soumis à une forte pression concurrentielle et économique. Une meilleure information et formation des acheteurs publics de la restauration collective et des cuisiniers est également souhaitée.

Le recours à l'innovation (action 14) a été mentionné en fin de séance. Cette dimension est importante pour répondre aux attentes des consommateurs, tant au niveau de la production agricole que de l'industrie agro-alimentaire. L'atelier la souligne et confie son traitement à d'autres ateliers, en particulier à l'atelier 14.

Proposition pour les suites à donner aux EGA :

Mise en place d'une troisième phase politique de négociation : à l'issue des États généraux de l'alimentation, à partir des conclusions des ateliers, et au-delà d'un simple « agenda des solutions », il est proposé que les participants soient associés à la rédaction et à la négociation d'une « feuille de route » partagée pour les 5 ans à venir. Cette feuille de route fixera les engagements concrets en termes réglementaire, législatif ou d'engagement volontaire privé ainsi qu'un calendrier d'exécution.

Pour les appels à projets : donner plus de visibilité aux financements possibles des ministères, de l'Europe, des collectivités territoriales, des fondations et autres pour plus de cohérence et d'efficacité dans le soutien à l'ingénierie de projets.