

Rencontre d'information

le 22 octobre 2014

aux Salons Hoche
9 avenue Hoche
75008 Paris

La qualité des fruits et légumes
dépend-elle aussi de notre confiance
dans les produits et les acteurs
de la filière ?

Président

Nicolas Bricas
*Chercheur
Cirad*



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER



Cette rencontre d'information est organisée dans le cadre
du programme européen financé par l'Union européenne,
la France et les professionnels du secteur des fruits
et légumes frais, intitulé

« **Relance de la consommation des fruits et légumes frais en France.** »

L'Union européenne n'est pas responsable des informations fournies pendant la journée
et contenues dans ce support et de leur utilisation qui n'engagent que leurs auteurs.

Autorisation droit à l'image

La journée de conférence est filmée et enregistrée dans son intégralité. Si vous ne souhaitez pas donner
autorisation à être filmé et à utiliser votre image, nous vous remercions de le signaler à l'accueil.

Sommaire

La qualité des fruits et légumes dépend-elle aussi de notre confiance dans les produits et les acteurs de la filière ?

Introduction	p. 5
Programme	p. 6
Déroulé de la journée	p. 9
Liste des inscrits	p. 35
Communiqués de presse des précédentes rencontres	p. 41
Vos notes	p. 49
Les organisateurs	p. 61



La qualité des fruits et légumes dépend-elle aussi de notre confiance dans les produits et les acteurs de la filière ?

En réponse à la crise économique qui a touché la filière européenne des fruits et légumes en 2011, l'Europe a consacré un budget conséquent (2012-2014) afin de redonner des repères au consommateur européen grâce à une information plus fiable.

En étroite collaboration avec les membres du Comité Scientifique et du Comité Consommateur, Aprifel a ainsi organisé trois rencontres consécutives en vue de sensibiliser les consommateurs à la démarche scientifique, système d'interrogations et de doute plutôt que de certitudes.

Ces trois journées de rencontre ont une spécificité commune, celle de réunir l'ensemble des opérateurs publics et privés qui agissent de manière conjointe et solidaire, ainsi qu'une représentation européenne. Ces rencontres favorisent les échanges au sein d'une filière qui doit en permanence prendre de l'avance sur le temps et gérer l'instantané et le périssable.

Grâce aux intervenants de renom qui ont pris part à la première journée de ces rencontres, nous avons fait la lumière sur tous les types de risque alimentaire qui appellent le consommateur à devenir « Consom'Acteur » et dont la gestion est l'affaire de tous.

Il existe aujourd'hui un large consensus autour des bénéfices des fruits et des légumes pour la santé. L'attention du consommateur semble se porter désormais sur le goût. La deuxième journée de ces rencontres a donc été consacrée à la qualité gustative des fruits et des légumes et plus précisément à l'évolution des critères de mesure de la qualité gustative et à l'étude des préférences variables et diverses des consommateurs. Cette journée a montré comment le goût d'un produit donné peut devenir une valeur stratégique quand son identification en rayon est réussie et sa différenciation gustative suffisamment marquée pour permettre la fidélisation du consommateur.

La notion de confiance et de méfiance en matière d'alimentation est une idée récente, liée à l'urbanisation, à la mondialisation et à l'industrialisation du secteur agroalimentaire. Elle varie considérablement selon les pays. C'est pourquoi nous consacrons cette troisième et dernière journée à cette notion de confiance dans les fruits et légumes en y accueillant le point de vue d'un pays voisin, la Norvège.

Le Comité Scientifique de l'Aprifel



23 octobre 2012

**Qualité sanitaire des fruits et légumes :
entre perception et réalité**



29 octobre 2013

**Le défi de la qualité gustative
des fruits et légumes**

Communiqués de presse (p. 41 à 48)

Programme

8h30 - 9h00 Accueil

9h00 - 9h30 **Ouverture-Introduction**
Christel Teyssedre - Présidente de l'Aprifel
Saida Barnat - Directrice adjointe et scientifique de l'Aprifel
Nicolas Bricas - Président du Comité Consommateurs de l'Aprifel

9h30 - 11h00 **Redonner confiance au mangeur : point de vue de la recherche**

Pourquoi une perte de confiance dans notre alimentation ?
Claude Fischler - IIAC - Centre Edgar Morin

La construction de la confiance dans le contexte d'une industrialisation rapide de l'alimentation : quelques leçons des pays émergents
Nicolas Bricas - Cirad

Quelles leçons opérationnelles retenir du projet de recherche européen « Trust in food » ?
Unni Kjaernes - Institut national norvégien de la recherche sur la consommation

11h00 - 11h30 Pause fruits et café

11h30 - 13h00 **Quelle communication consommateur pour établir la confiance ?**

Construire une communication fiable entre les crises sanitaires
Loïc Gouello - CNA

Table ronde
Témoignages des professionnels des fruits et légumes et médias
Avec : *Pascal Berthelot* - Europe 1
Pierre Dechamps - UNFD
François Lafitte - Organisation des Producteurs et de la mise en marché des produits
Roger Laroche - FCD
Philippe Paillou - RESTAU'CO

13h00 - 14h15 Déjeuner

14h30 - 16h00 **Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs**

Principaux résultats du Baromètre de confiance
Emmanuel Rivière - TNS Sofres

Modérateur :
N. Bricas
Cirad

Table ronde
Témoignages des représentants d'associations de consommateurs
Avec : **Résie Bruyère** - Familles Rurales
Patrick Chrétien - Familles de France
Thierry Damien - UNAF
Martine Derobert - AFOC
Patrick Mercier - ADEIC
Célia Potdevin - CLCV

16h00 - 17h30 **Comment installer la confiance dans la durée ?**

Introduction
Bernard Chevassus-au-Louis - Ministère de l'Agriculture

Animateur :
R. Mer
Presse Professionnelle

Table ronde
Avec : **Sylvie Coulon** - DG SANCO
Patrick Dehaumont - DGAL
Laurent Grandin - Fel Partenariat®
Arnauld Maillé - DGCCRF
Marc Mortureux - ANSES
Philippe Pons - Fel Partenariat®

17h30 - 18h00 **Conclusions - Nicolas Bricas**

18h00 - 19h00 **Cocktail de clôture**

Un échange avec la salle sera prévu à la fin de chaque session.



Redonner confiance au mangeur : point de vue de la recherche

9h30 - 11h00

Modérateur : Bernard Chevassus-au-Louis

Pourquoi une perte de confiance dans notre alimentation ?

Claude Fischler - IIAC - Centre Edgar Morin

La construction de la confiance dans le contexte d'une industrialisation rapide de l'alimentation : quelques leçons des pays émergents

Nicolas Bricas - Cirad

Quelles leçons opérationnelles retenir du projet de recherche européen « Trust in food » ?

Unni Kjaernes - Institut national norvégien de la recherche sur la consommation



NOTES



Claude FISCHLER
Directeur de Recherche - CNRS Paris

Socio-anthropologue, Claude Fischler a consacré une grande partie de ses travaux à l'étude du rapport des humains à l'alimentation dans une perspective interdisciplinaire. Récemment, sa recherche a plus particulièrement porté sur les repas et la commensalité (le fait de partager la table ou les aliments), ses rituels et leur rôle social en même temps que leur évolution et leurs effets sanitaires.

Il est également Directeur du Centre Edgar Morin (2002-2011) et de l'Institut Interdisciplinaire d'Anthropologie du contemporain EHESS-CNRS (2011-2013).

Il a notamment publié : *L'Homnivore* ; *La nourriture* (Communications 31) ; *Manger magique* ; *Du vin* ; *Manger : Français, Européens et Américains face à l'alimentation* ; et en 2013 *Les Alimentations Particulières : Mangerons-nous encore ensemble demain ?*

Pourquoi une perte de confiance dans notre alimentation ?

Les fruits et légumes jouissent, autant en nutrition et santé publique que dans la perception des consommateurs, d'un statut très positif. D'un côté, en termes nutritionnels, on constate que leur consommation est associée à des bénéfices dans la prévention de diverses pathologies non transmissibles. De l'autre, l'imaginaire du végétal est plutôt évocateur de notions de naturel paisible, de santé et on l'associe plutôt à la féminité alors que les aliments d'origine animale sont plus marqués par le masculin, renvoient à la force sinon à la violence. On note aussi que les produits d'origine animale sont perçus comme plus susceptibles de corruption et plus périlleux que les végétaux. On retrouve ces caractéristiques dans les attitudes exprimées dans les études et dans la consommation. Les réserves ou les craintes qui peuvent émerger à l'égard des produits

végétaux sont donc le plus souvent liées, dans la perception publique, aux conditions de leur production, qui peuvent faire craindre que leur naturalité « essentielle » ne soit dévoyée par les techniques culturelles contemporaines. Un récent Eurobaromètre (2010) sur les risques alimentaires perçus par les Européens (N=35000) dans les 27 États membres et quelques États associés montrait que la crainte la plus importante concernait « les produits chimiques dans l'alimentation ».

Le préjugé positif dont jouissent les végétaux n'est donc pas, comme on l'a vu, à l'abri d'un renversement à l'occasion d'une crise. On rappellera et on examinera les conditions et les facteurs qui interviennent sur la perception du risque (risk and outrage factors ; naturalité ; origine et mode de production notamment).



Nicolas BRICAS

Chercheur au CIRAD¹/UMR Moisa Montpellier – Socio-économiste de l'alimentation

Vice-président de l'Observatoire de l'Alimentation depuis décembre 2012, co-responsable du Mastère spécialisé « Innovations et Politiques pour une Alimentation Durable » - IPAD de Montpellier SupAgro et du CIRAD, et Responsable des modules « Alimentation dans les pays en développement » de l'Université de Toulouse Le Mirail, Nicolas Bricas est aussi co-auteur de multiples ouvrages et publications scientifiques sur les thèmes de l'alimentation durable, la durabilité du système alimentaire, l'alimentation en Afrique, etc.

Il assure par ailleurs la fonction de Président du Comité Consommateurs de l'Aprifel depuis novembre 2013.

La construction de la confiance dans le contexte d'une industrialisation rapide de l'alimentation : quelques leçons des pays émergents.

Dans les pays en développement, l'urbanisation et l'industrialisation du secteur agro-alimentaire, dans la transformation comme dans la distribution, sont rapides. Elles se traduisent par des distanciations entre les mangeurs et les fournisseurs d'aliments : distanciation tant géographique (approvisionnement plus lointain), qu'économique (multiplication et autonomisation des intermédiaires), cognitif (connaissance moins directe de son alimentation) et politique (perte de contrôle du système alimentaire par les mangeurs). Diverses enquêtes par entretiens approfondis, discussions de groupes, tests projectifs, menées dans les pays africains et asiatiques auprès de consommateurs permettent d'identifier des moyens mobilisés par des entreprises et des consommateurs pour instaurer de la confiance dans un environnement de suspicion généralisée.

Ces recherches révèlent d'abord le rôle des relations interpersonnelles dans l'instauration de la confiance entre fournisseurs et clients. Le marchandage participe à la construction d'un lien, ni trop proche, ni trop distendu, pour que joue la menace de rupture afin d'éviter d'être abusé. L'importance des démarches de fidélisation apparaît en tout cas fondamentale pour rassurer les consommateurs.

Un des facteurs de défiance vis-à-vis des entreprises est leur opacité. Celles qui jouent au contraire la transparence et la proximité dans leurs relations avec les habitants jouissent d'une certaine confiance. L'organisation de journées portes ouvertes construit par exemple la réputation d'honnêteté et de contrôle social. Les modèles entrepreneuriaux jouent également un rôle pour construire la confiance.

... / ...

¹Centre de coopération International en Recherche Agronomique pour le Développement

Les manifestations d'une véritable responsabilité sociale, d'un civisme, ou d'un contrôle social de l'entreprise, sont rassurantes en comparaison à des modèles où l'enrichissement de l'entrepreneur est mis en avant.

La confiance dans les garanties scientifiques qu'offre par exemple le respect de cahiers des charges formalisés joue peu sur des produits traditionnels, bien connus des consommateurs, et pour lesquels les savoir-faire des anciens constituent une référence plus solide. Se développe au contraire une suspicion sur tout ce qui est assimilable à une artificialisation des produits : engrais, mécanisation,

produits phytosanitaires, etc.

La typologie qu'offre le modèle des conventions de qualification s'avère pertinente pour rendre compte, *in fine*, des moyens mis en œuvre pour réduire l'incertitude sur la qualité des produits relevés lors des enquêtes. On retrouve dans les pratiques des consommateurs des éléments relevant des conventions domestique (relations interpersonnelles), civique (désintéressement), de la réputation, marchande (prix) et dans une moindre mesure industrielle (cahier des charges) et de l'inspiration.

Redonner confiance au mangeur : point de vue de la recherche



Unni KJAERNES

Directrice de Recherche à l'Institut National de Recherche sur la Consommation (SIFO) en Norvège

Diplômée en nutrition et docteur en sociologie, Unni Kjærnes est Directrice de Recherche à l'Institut National de Recherche sur la Consommation (SIFO) en Norvège. Ses travaux se concentrent principalement sur la relation entre consommation et politiques menées en matière d'alimentation. Elle a coordonné plusieurs grands projets collaboratifs en Norvège, dans les pays nordiques et en Europe.

Son travail porte sur des études comparatives de la modernisation des habitudes alimentaires, des politiques et de la régulation de l'alimentation, et sur la confiance autour de l'alimentation. Un large éventail d'enjeux politiques en matière d'alimentation a été traité : sûreté des aliments, nutrition, durabilité de l'alimentation biologique, bien-être des animaux et sécurité alimentaire.

Quelles leçons opérationnelles retenir du projet de recherche européen « Trust in food » ?

Au cours des dernières années, la recherche nutritionnelle a accordé beaucoup d'attention à l'importance des fruits et légumes. Parallèlement, beaucoup de controverses continuent de subsister au sujet de la capacité des systèmes de production classiques et intensifs à fournir des produits sains, savoureux et durables. De nombreux consommateurs sont soucieux de leur approvisionnement, de la manière dont les fruits et légumes sont produits, de leur provenance, des différents acteurs, de leur livraison, etc. Ces problématiques sont souvent présentées comme une affaire de confiance.

La présentation abordera trois questions. La première porte sur les niveaux et les types de confiance. Les consommateurs ont tendance à être moins préoccupés par les risques de santé liés aux fruits et légumes, contrairement à la viande par exemple, mais s'inquiètent davantage sur les questions liées à la qualité et au goût, à la durabilité environnementale et à la justice sociale.

La deuxième partie portera sur la dynamique de la confiance. Si nous comparons différents pays, nous trouvons des variations considérables concernant les niveaux et les dynamiques de confiance. Dans

certains endroits, les scandales ont tendance à être contagieux et rapidement politisés, alors que dans d'autres beaucoup moins. Dans certains pays, des consommateurs consciencieux prennent des précautions actives uniquement dans les magasins qu'ils ont l'habitude de fréquenter, dans d'autres pays les étiquettes présentes sur les produits préemballés sont leur principale source de repérage ; dans d'autres les consommateurs ne sont pas du tout vigilants. Ces variations et fluctuations constatées peuvent faire la lumière sur les raisons de confiance ou de méfiance portées par les consommateurs.

La troisième partie est consacrée à ce qu'on appelle communément l'écart attitude – comportement. Les préoccupations exprimées dans les sondages d'opinion ne sont pas souvent prises en compte dans les types de pratiques d'achats qui sont susceptibles d'en faire écho.

Enfin, la présentation se terminera sur comment une perspective de confiance peut-elle aider à comprendre cette tendance - et ainsi en savoir davantage sur la manière de penser et d'agir en tant que consommateurs de fruits et légumes.

NOTES

NOTES

Quelle communication consommateur pour établir la confiance ?

11h30 - 13h00

Modérateur : Louis Orenga

Construire une communication fiable entre les crises sanitaires
Loïc Gouello - CNA

Table ronde
Témoignages des professionnels des fruits et légumes et médias

Avec : **Pascal Berthelot** - Europe 1
Pierre Dechamps - UNFD
François Lafitte - Organisation des Producteurs et de la mise
en marché des produits
Roger Laroche - FCD
Philippe Paillou - RESTAU'CO



Quelle communication consommateur pour établir la confiance ?



Loïc GOUELLO

Inspecteur Général de santé publique vétérinaire

Vétérinaire de formation, Loïc Gouello a été 6 ans praticien rural avant de rejoindre le Ministère de l'Agriculture. Il a dirigé plusieurs directions départementales des services vétérinaires, notamment en Bretagne où il a connu de nombreuses crises sanitaires.

Ensuite Directeur Régional de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt de Corse, il a piloté les politiques agricoles dans cette région au contexte spécifique.

Depuis quelques années il est Président de la « Mission d'Inspection Générale et d'Audit » au Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des espaces ruraux.

Construire une communication fiable entre les crises sanitaires

Le Conseil National de l'Alimentation (CNA) est une instance consultative indépendante, placée auprès des ministres chargés de l'agriculture, de la santé et de la consommation. Il est consulté sur la définition de la politique de l'alimentation et émet des avis à l'attention des décideurs publics et des acteurs de la chaîne alimentaire. Répartis en 7 collèges, ses 49 membres représentent les principaux acteurs de la chaîne alimentaire : producteurs agricoles, transformateurs et artisans, distributeurs, restaurateurs, ainsi que les associations de consommateurs, les syndicats de salariés et des personnalités qualifiées. Les établissements publics de recherche et d'évaluation scientifique, les collectivités territoriales et les ministères concernés sont membres de droit du CNA.

En 2012, le CNA a mis en place un groupe de travail chargé d'identifier comment mieux communiquer, par temps calme, sur l'alimentation, dans l'objectif de contribuer à réconcilier les consommateurs avec leur alimentation et à restaurer l'image et la crédibilité des acteurs du secteur alimentaire. L'angle de travail est celui de la communication, considérée à la fois comme une des causes des crises et comme une des solutions pour les prévenir.

Le groupe « **Prévenir l'impact des crises alimentaires dans la société civile : construire une alimentation fiable sur l'alimentation** » a auditionné de nombreux experts (sociologues, économistes, mythologue, professionnels de l'alimentaire...) et entame aujourd'hui la dernière phase de ses réflexions, avant le rendu de l'Avis final à la fin de l'année 2014.

... / ...

Quelques conclusions partielles des travaux du groupe :

L'alimentation véhicule des valeurs culturelles et sociétales auxquelles les Français sont particulièrement attachés. S'alimenter est la forme de consommation la plus intime. Sur le plan réel (incorporation de nutriments), comme sur le plan imaginaire (manger un aliment, c'est l'intégrer à sa propre « substance »), manger un aliment, c'est incorporer tout ou partie de ses propriétés.

Du fait de l'importance des dimensions symboliques et culturelles de l'acte alimentaire, la confiance joue un rôle essentiel. Décider d'acheter ou d'incorporer un produit comporte une part d'incertitude et de risque : une situation risquée engendre un besoin de confiance. Lorsque la relation de confiance s'instaure et se développe, le risque perçu diminue.

Le consommateur perçoit les filières de production agroalimentaires, et plus encore les industries, comme une vaste boîte noire, objet de tous les soupçons. Les images véhiculées par la publicité, l'étiquetage, les livres scolaires, les salons, etc. ne correspondent pas à la réalité et contribuent à la confusion des messages. Ouvrir la boîte noire et aligner progressivement l'imaginaire des mangeurs avec les réalités est un élément fondamental pour la restauration de la confiance sur le long terme.

La confiance se construit selon différents paramètres. Le premier est que l'émetteur doit être digne de confiance. Il doit être de bonne foi et sincère : si tout n'est pas montré, tout ce qui est dit et montré doit être vrai. La transparence totale est un leurre, car elle pourra toujours être prise en défaut.

Les déclarations contradictoires, les voix multiples ou la surestimation de la menace diminuent la confiance. Au sein de chaque système d'acteurs, il est essentiel de délivrer un message cohérent, concerté et validé. Mais, à l'inverse, il serait contre-performant de chercher à communiquer « d'une seule voix » ou à véhiculer un message monolithique. Chaque acteur doit décliner sa partition, chacun est légitime pour communiquer sur son propre domaine de compétence. Les consommateurs soumis à plusieurs messages, provenant de sources et d'émetteurs différents, sont plus réceptifs. La polyphonie (à l'inverse de la cacophonie) permet la cohérence globale du message.

Il est nécessaire de communiquer avec un vocabulaire et un niveau de détails adaptés au public cible. Le fond du message ne doit pas être différent selon les publics ; seule la forme doit être modifiée et adaptée en fonction de la cible.

TABLE RONDE

Témoignages des professionnels des fruits et légumes et médias



Pascal BERTHELOT

Journaliste spécialisé dans l'agriculture et l'alimentation

Journaliste spécialiste des questions agricoles au service économie d'Europe 1 depuis 2008, Pascal Berthelot a couvert l'ensemble des derniers scandales alimentaires. Au sein de cette même radio, il a animé pendant deux ans une chronique hebdomadaire qu'il a conçue et intitulée Salade de Prix. Diffusée tous les samedis matins, cette émission avait pour objectif de dresser un état des lieux des prix appliqués aux fruits et légumes.

Pascal Berthelot est par ailleurs agriculteur d'une petite exploitation de 12 hectares en Maine et Loire (élevage de veaux pour la viande et pension pour chevaux).



Pierre DECHAMPS

Représentant UNFD

Spécialiste de la filière des fruits et légumes depuis de nombreuses années, Pierre Dechamps est administrateur UNFD (Union Nation Syndicats Détaillants fruits légumes et primeurs). Son rôle est d'assurer la défense de la profession auprès de l'administration, des Pouvoirs Publics, des décideurs économiques et des acteurs du commerce.

Parallèlement à cette fonction, il est administrateur du CTIFL et Coprésident de la Commission Animation – Production – Commerce au sein de cette même structure.

Quelle communication consommateur pour établir la confiance ?



François LAFITTE

Producteur - Président de la GEFEL Paris (Gouvernance Economique des Fruits et Légumes)

Ingénieur diplômé de l'Ecole Supérieure d'Agriculture de Purpan (Toulouse) et formation continue ESCP Europe.

Il crée, en 1980, sa propre exploitation agricole de kiwi à Peyrehorade (Landes). En 1982, il fonde la SCAAP Kiwifruit de France, dont il est actuellement président, et regroupe plus de 350 producteurs de fruits et légumes dans le Sud-Ouest.

Le groupe d'entreprise évolue avec le développement de la SAS PRIMLAND dont il est le président depuis 2000. Société spécialisée dans le Commerce et l'Exportation de Fruits et Légumes cultivés en France et à l'étranger.

Il est président de l'Association Régionale des producteurs du Sud-Ouest, APFeL SUD OUEST, qui regroupe 53 Organisations de Producteurs (OP) spécialisées en fruits et légumes du Sud-Ouest (Aquitaine, Midi-Pyrénées, Limousin).

Il a été président d'Interfel de 2000 à 2004.

Il est membre du Bureau du Conseil d'Administration de l'Assemblée des Régions d'Europe Fruitières Légumières et Horticoles, AREFLH.



Roger LAROCHE

Président Délégué Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD)

Roger Laroche est responsable de la filière fruits et légumes de l'enseigne Cora depuis 2011 (achats, marketing, logistique amont). Parallèlement à cette fonction, il est aussi :

- ♦ Président Délégué de la FCD à INTERFEL,
- ♦ Membre du comité spécialisé fruits et légumes de FranceAgriMer,
- ♦ Président Délégué de la Commission Economie d'INTERFEL et
- ♦ Administrateur du Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes (CTIFL) et de l'Association de Coordination du Frais Alimentaire (ACOFAL).



Philippe PAILLOU

Directeur de la Restauration Municipale de Trappes

Philippe Paillou est directeur de la restauration municipale de Trappes-en-Yvelines. Fort de plusieurs années d'expérience dans le domaine de la restauration, il est chargé notamment de veiller à la qualité nutritionnelle, sanitaire et gustative de la cantine de la ville.

Parallèlement, Philippe Paillou est également 1^{er} Vice-Président du CCC Paris – IdF – Centre – DOM TOM (Association de la restauration collective en gestion directe). Education alimentaire, qualité nutritionnelle et gustative des produits et développement durable, autant de thématiques qui comptent parmi ses principales thématiques de travail pour améliorer la cantine au quotidien.

NOTES

Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs

14h30 - 16h00

Modérateur : Nicolas Bricas

Principaux résultats du Baromètre de confiance
Emmanuel Rivière - TNS Sofres

Table ronde
Témoignages des représentants d'associations de consommateurs

Avec : *Résie Bruyère - Familles Rurales*
Patrick Chrétien - Familles de France
Thierry Damien - UNAF
Martine Derobert - AFOC
Patrick Mercier - ADEIC
Célia Potdevin - CLCV



Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs



Emmanuel RIVIÈRE

Directeur de l'Unité Stratégies d'Opinion, TNS Sofres

Emmanuel Rivière dirige l'unité Stratégies d'Opinion de TNS Sofres, spécialisée dans le décryptage des enjeux d'opinions pour les décideurs publics et privés.

Diplômé de Sciences-Po Paris, il débute sa carrière au CSA (Institut d'Etudes et de Conseil) en 1992. Il devient en 1999 Responsable du Département Etudes et Sondages du Service d'Information du Gouvernement puis intègre TNS Sofres en 2005.

Parallèlement à sa fonction, il enseigne à Paris I et au CELSA (Centre d'Etudes Littéraires et Scientifiques Appliquées).

Il est co-auteur de divers ouvrages collectifs sur l'étude de l'opinion. Il contribue depuis 2006 à *l'Etat de l'Opinion*, la publication annuelle de TNS Sofres.

Principaux résultats du Baromètre de confiance

La question de l'alimentation est au cœur des préoccupations des Français. Au centre de cette relation ancienne et intime que les Français entretiennent avec leur alimentation : la confiance dans leurs assiettes.

Des consommateurs satisfaits de l'apport nutritionnel mais très largement insatisfaits en matière d'information

Les fruits et légumes jouissent d'une image positive en étant perçus comme la base d'une alimentation saine et équilibrée. Ainsi, 78% des Français interrogés se déclarent satisfaits de leur apport nutritionnel et 89% sont d'accord avec le fait qu'il « faut favoriser la consommation de fruits et légumes frais chez les enfants ». Les messages du PNNS sur la consommation d'au moins 5 fruits et légumes par jour semblent clairement repérés et intégrés.

Nonobstant, une critique émerge sur la question de l'information et de la réglementation puisqu'une majorité se dit insatisfaite en matière d'information qu'il s'agisse de traçabilité (58% d'insatisfaits), de saisonnalité des produits (59%) ou de garanties en termes de sécurité sanitaire (59%). Celle-ci

est encore plus marquée lorsqu'elle concerne des dimensions souvent floues mais fortement anxiogènes telles que l'information sur leur mode de production (66%), sur l'absence d'OGM (70%) ou l'utilisation de pesticides (78%).

La confiance : un élément dans la consommation des fruits et légumes

Parmi les produits frais, les fruits et légumes se hissent en tête des produits alimentaires en termes de confiance avec respectivement 92% (dont 32% tout à fait confiance) et 90% (dont 30% tout à fait confiance) des Français interrogés qui leur font confiance. Parce qu'ils disposent d'une force évocatrice puissante, renvoyant à l'image d'une France rurale et rassurante, plus de deux tiers des Français interrogés (69% pour les fruits et 72% pour les légumes) leur font autant confiance qu'avant.

Les ressorts détaillés de la confiance

Spontanément, un tiers des Français interrogés considère que l'origine des produits (33%) est un facteur majeur de la confiance comme des éléments concernant le choix et l'achat de produits (21% des réponses citées, dont beaucoup font de

Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs

la proximité un solide ressort de la confiance), puis des dimensions afférentes à l'aspect du produit (20%), à son mode de culture (16%) et à la réduction des traitements chimiques (15%).

L'analyse des corrélations entre la satisfaction à l'égard des dimensions de la confiance et le niveau de confiance global montre que les générateurs de confiance sont avant tout leur apport nutritionnel, leur qualité globale et leur goût. A l'inverse et à l'image des consommateurs de plus en plus attentifs et exigeants, l'étiquetage, l'information sur le produit ou dans le rayon encouragent la défiance à l'égard des fruits et légumes frais.

Perceptions des acteurs : les leviers de la proximité

La proximité s'impose comme le principal garant de la qualité des fruits légumes frais. En effet, près

de 9 Français sur 10 (87%, dont un tiers tout à fait confiance) ont confiance dans les agriculteurs pour garantir la qualité des produits, tandis qu'ils sont 83% (dont 27% tout à fait confiance) à avoir confiance envers les primeurs sur les marchés et 75% dans les commerçants de proximité. A l'inverse, ils sont 55% à ne pas avoir confiance dans les grossistes et 59% dans la grande distribution.

Et demain ?

Enfin parmi les consommateurs précurseurs et prescripteurs identifiés, le niveau global de la confiance à l'égard des fruits et légumes est très fortement lié aux dimensions relatives à l'information, alors qu'il l'est modérément pour le grand public.

Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs

TABLE RONDE

Témoignages des représentants d'associations de consommateurs



Résie BRUYÈRE

Chef de Projet - Familles Rurales

Résie Bruyère est chef de projet au sein de l'association Familles Rurales. Elle représente les associations nationales de consommateurs (membre du Conseil National de l'Alimentation) et d'usagers (Groupe Certipaq). Parallèlement à ces fonctions, elle assure également la place de suppléante au conseil d'orientation technique de l'Observatoire de l'alimentation.

Résie Bruyère a débuté sa carrière en tant que rapporteur de l'organisme certificateur CERTIQUAL et à la fois en tant que titulaire et rapporteur à la Commission Nationale des Labels et des Certifications des Produits Agricoles et Alimentaires.



Patrick CHRÉTIEN

Président National de l'association de défense des consommateurs - Familles de France

Patrick Chrétien est un ancien ingénieur du groupe Schneider Electric, où il dirigeait des unités de production. Il réalise actuellement une mission de relations entre les institutions de Lorraine et le groupe Docte Gestio, spécialiste du socio-médical.

Il est fortement impliqué dans l'économie sociale dans la région de Metz. Il est notamment à l'initiative d'associations dédiées à l'accueil et aux loisirs de jeunes enfants, ainsi qu'à la défense des intérêts des familles.

Il préside le Comité de Gestion des Haltes Garderies de l'Agglomération Messine, il est Président National de Familles de France, association agréée organisme de défense des consommateurs.



Thierry DAMIEN

Administrateur de l'Union Nationale des Associations Familiales (UNAF)

Il exerce la profession de principal adjoint dans un collège du département de l'Indre.

En 1996, il devient administrateur à la fédération départementale de l'Indre et membre du Bureau fédéral. Pendant plusieurs années, il participera successivement à la commission « loisirs-enfance-jeunesse » et « vie associative ».

Il a été Président de la fédération nationale Familles Rurales d'avril 2004 à avril 2014 et crée divers observatoires : un concernant l'évolution des prix de produits alimentaires, un sur les fruits et légumes et un autre sur les médicaments.

En septembre 2005, il devient administrateur de l'Agence Nationale des Services à la Personne.

Depuis janvier 2007, il est membre du Conseil Economique, Social et Environnemental, (CESE) représentant des activités sociales, au titre des associations familiales, désigné par l'UNAF. Il siège au sein de la section de l'agriculture de la pêche et de l'alimentation et est le rapporteur d'un avis adopté à l'unanimité en janvier 2014 intitulé « Favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité saine et équilibrée ».

Il est membre du Haut Conseil de la Famille depuis sa création.

Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs



Martine DEROBERT - MASURE

Secrétaire Générale de l'Association Force Ouvrière Consommateurs (AFOC)

Martine Derobert - Masure est depuis de nombreuses années force de proposition auprès de Force Ouvrière. En charge de promouvoir les intérêts collectifs des consommateurs auprès des professionnels et des pouvoirs publics, elle occupe depuis octobre 2013 le poste de Secrétaire Générale au sein de l'AFOC. Dans le passé, elle a également été Secrétaire Nationale du Syndicat Général des Impôts et Secrétaire Départementale au sein de Force Ouvrière.



Patrick MERCIER

Président de l'Association de Défense, d'Éducation, d'Information du Consommateur (ADEIC)

Patrick Mercier a été professeur de Géographie économique en classe post-Bac et Trésorier de l'Union Nationale des Syndicats Autonomes (UNSA) Education ex. Fédération de l'Éducation Nationale (FEN) jusqu'en 2011.

Il est depuis 2004 Président de l'ADEIC.

Rapporteur du groupe sur « la durabilité des produits » au Conseil National de la Consommation, il s'est pleinement investi dans la défense des consommateurs à travers la loi Hamon et les décrets d'application.

Il siège, entre autres, aux Conseil d'Administration de l'Association française de normalisation (AFNOR), de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), et du Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF)...

Enfin, il est très sensible à la qualité des produits frais, gage indispensable à l'Art culinaire.



Célia POTDEVIN

Vice-présidente de l'association de défense des consommateurs et usagers de la CLCV (Consommation, Logement et Cadre de Vie) - Boulogne-sur-Mer

Ingénieure agronome de formation, Célia Potdevin est vice-présidente de la CLCV Boulogne-sur-Mer depuis 2000 et Représentante des Consommateurs de la CLCV Paris depuis 2008.

Sur son blog qu'elle anime sur le site <http://www.lepointsuratable.fr>, elle donne des conseils et guide les consommateurs dans le dédale des produits frais et des produits périmés. Fervente combattante dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, elle anime depuis 2003 de nombreuses actions pour combattre ce fléau de notre époque.

NOTES

Comment installer la confiance dans la durée ?

16h00 - 17h30

Animé par Rémi Mer

Introduction

Bernard Chevassus-au-Louis - Ministère de l'Agriculture

Table ronde

Avec : **Sylvie Coulon** - DG SANCO

Patrick Dehaumont - DGAL

Laurent Grandin - Fel Partenariat®

Arnauld Maillé - DGCCRF

Marc Mortureux - ANSES

Philippe Pons - Fel Partenariat®



NOTES

Comment installer la confiance dans la durée ?



Bernard CHEVASSUS-AU-LOUIS

Inspecteur Général de l'Agriculture, Ministère de l'Agriculture

Président de l'OQUALI (Observatoire de la Qualité de l'Alimentation) et du Conseil d'orientation stratégique d'Agreenium (Consortium de recherche et formation agronomique).

Bernard Chevassus-au-Louis a également été :

- ♦ Directeur Général de l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique),
- ♦ Président du :
 - Musée national d'Histoire naturelle,
 - Conseil d'administration de l'AFSSA (Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments),
 - Conseil scientifique du CIRAD (Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement),
 - Comité Consommateurs de l'Aprifel,
 - Groupe de travail du Centre d'analyse stratégique sur la valeur économique de la biodiversité.
- ♦ Vice-président de la CGB (Commission du Génie Biomoléculaire).

Introduction

Nous nous interrogerons dans cette table ronde sur la construction de la confiance sur le long terme, en partant de trois constats :

- ♦ La notion de « culture profane du risque » souligne le fait que les citoyens-consommateurs vont se comporter face à une alerte nouvelle en mobilisant leur mémoire (individuelle et collective) de la manière dont ont été gérées par le passé des crises considérées par eux comme similaires. Ils vont en particulier se remémorer comment l'ensemble des opérateurs (publics et privés) avaient pris en charge le problème. Comment, dans cette optique, éviter le « syndrome du Mistigri », c'est-à-dire que, en situation de défiance, les acteurs impliqués agissent de manière conjointe et solidaire et ne se renvoient pas la responsabilité du problème, renforçant ainsi le climat de défiance ?

- ♦ Le « capital de confiance » n'est pas une entité stable mais la résultante d'un processus dynamique. C'est le bilan, à un instant donné, de « flux » de rassurance et de défiance d'origines variées, qui se sont combinés dans la durée. Comment gérer ces flux et, en particulier, ne pas se focaliser sur la seule gestion de crise ? Comment également tirer parti des crises pour générer a posteriori des messages de rassurance et montrer que l'on est capable de se remettre en cause et de progresser ?

- ♦ Les flux de rassurance et de défiance ne sont pas à considérer comme provenant d'acteurs antagonistes : les sources de rassurance crédibles sont celles qui ont montré aussi leurs capacités de vigilance et d'alerte (et inversement). Comment donc ne pas opposer les différents acteurs et, au contraire, combiner leurs messages ?

Comment installer la confiance dans la durée ?

TABLE RONDE



Sylvie COULON

*Denrées alimentaires, système d'alerte et formation - Direction Générale de la Santé et Des Consommateurs (DG SANCO)
Commission Européenne*

Docteur vétérinaire, Sylvie Coulon a commencé sa carrière en tant que vétérinaire praticien en milieu rural. Après 10 ans de service en tant que Responsable de l'hygiène au sein des services vétérinaires et des questions de sécurité au Ministère de l'Agriculture (France) et 2 ans comme attaché vétérinaire et adjoint de l'attaché agricole à l'Ambassade de France à Londres, Sylvie Coulon a rejoint la Commission Européenne. Elle a contribué à l'avancée de plusieurs dossiers : alimentation additives/ système d'alerte rapide pour les denrées alimentaires et les aliments pour animaux (RASFF – Rapid Alert System for Food and Feed)/ plans de surveillance des résidus/ gestion des crises de sécurité alimentaire.

Elle a également été responsable de la préparation des positions de l'UE lors des réunions de SPS/OMC à Genève (avec la responsabilité spéciale des questions sanitaires et phytosanitaires). Elle a contribué à la définition des objectifs politiques et des priorités, à la planification interne et à la programmation dans le domaine des relations avec l'OMC, en fournissant l'assistance technique en matière SPS et les renforcements de capacités.

Actuellement, elle est responsable de dossiers plus techniques à savoir : décontamination physique et chimiques ; hygiène dans les entreprises d'alimentation animale et hygiène de la préparation des denrées non animales.



Patrick DEHAUMONT

Directeur Général de l'Alimentation (DGAL) depuis février 2012

Il a été inspecteur général de la santé publique vétérinaire, à la tête du groupement d'intérêt public France-Haras.

Il a auparavant occupé les fonctions de Directeur de l'Agence Nationale du médicament vétérinaire (centre collaborateur de l'Organisation mondiale de la santé animale) au sein de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses).

Il a également été Directeur Adjoint à l'Institut National de Recherche Agronomique (INRA), où il était chargé des affaires européennes.



Laurent GRANDIN

*Membre du comité directeur de l'Union Nationale du Commerce de Gros en Fruits et Légumes (UNCGFL)
et Représentant Fel Partenariat®*

Laurent Grandin est administrateur de l'UNCGFL, du CTIFL et d'Interfel. Vice président d'Interfel, il y préside le comité Restauration Hors Domicile. Il dirige la société Sicaer Terre Azur Distribution Ile-de-France, spécialisée dans l'approvisionnement de la restauration collective et commerciale, son entreprise est fortement impliquée dans les démarches de progrès certifiées et sécurisées.

Comment installer la confiance dans la durée ?



Arnauld MAILLÉ

Chef du Bureau des « Marchés des Produits d'Origine Végétale et des Boissons » à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)

Arnauld Maillé est Chef du Bureau des « Marchés des Produits d'Origine Végétale et des Boissons » à la DGCCRF. Il est en charge des questions relatives à la concurrence, à la protection économique du consommateur et à la qualité et sécurité des boissons (vins, spiritueux, jus de fruits...), des légumes et fruits frais et transformés, céréales et produits sucrés.

Fort de ses différentes expériences et missions effectuées au sein de la DGCCRF depuis plus de 20 ans, Arnauld Maillé a été un expert des règles des marchés publics, des prestations de services d'intérêt général, des biens d'équipement, et des produits de construction, et traite depuis environ un an des produits agroalimentaires.



Marc MORTUREUX

Directeur Général de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses)

Au cours de sa carrière, Marc Mortureux a exercé des responsabilités aussi bien dans le secteur public que dans le privé. Il a été Chargé de Mission auprès d'un directeur d'usine Peugeot, Directeur de la Recherche et du Développement chez Technip Géoproduction, puis Directeur Général de Petrosystems.

Il a également travaillé à la direction d'Airparif (association chargée de la surveillance de la pollution atmosphérique en Ile-de-France) et dirigé le Laboratoire National de métrologie et d'Essais (LNE). Il a été Président d'Eurolab - fédération européenne des laboratoires d'essais, d'analyse et d'étalonnage. Puis, de 2006 à 2008, il a été membre de l'équipe dirigeante de l'Institut Pasteur, avant de rejoindre Luc Chatel, alors Secrétaire d'Etat chargé de l'industrie et de la consommation, pour prendre la direction de son cabinet.



Philippe PONS

Directeur Général de AZ France, Président de la Chambre Syndicale des Fruits et Légumes (CSIF) et Représentant Fel Partenariat®

Philippe Pons est le Directeur Général de AZ France, branche française du groupe italien General Fruit spécialisée dans l'importation et la distribution des fruits et légumes. Ingénieur en agriculture de formation, son parcours professionnel l'a successivement conduit à exercer des responsabilités commerciales dans des activités de gros, de direction de mûrisseries de bananes, avant de prendre la direction générale du réseau AZ France en 2001. Philippe Pons est également Président de la CSIF (Chambre Syndicale des Fruits et Légumes) et représentant actif de Fel Partenariat®.

NOTES

Liste des inscrits

À la date du 13 octobre 2014



LISTE DES INSCRITS AU 13 OCTOBRE 2014

NOM, Prénom	Société	Fonction
ABDELMALEK Nadia	Interfel	Responsable Pôle Cotisation
ADENOT DECREUX Laetitia	Interfel	Diététicienne
ALEXIN Naraline	Monoprix	Responsable qualité
AMROUI Manal	Aprifel	Assistante scientifique
ANTONIAZZI Armelle	Interfel	Diététicienne
ARANCE Horacio	L.E.D.U	Directeur
ARKER Isabelle	ESMA	Assistante financière
BALESDENT Alain	DDI	Gérant
BARLIER Bertrand	FranceAgrimer	Directeur Marchés
BARNAT Saida	Aprifel	Directrice scientifique
BAROS Catherine	Ctifl	Responsable études conso et RHD
BARROS Carla	Interfel	Assistante de direction communication
BEDOUARD Johanna	Interfel	Diététicienne
BERENGIER Jean	Fabitaliano	Dirigeant
BERGERE Denis	AFIDEM	Directeur
BERJMAN Edgardo	L.E.D.U	Président
BERTHELOT Pascal	Europe 1	Journaliste
BIALOBRODA Myriam	Sopexa	Responsable clientèle
BIRLOUEZ Eric	Epistème	Consultant - Enseignant
BOISSET Michel	Inserm	Chargé de Mission
BONNET Annie	MAAF	Chargée de Mission
BORDAS Philippe	GMX	Directeur
BORREDON Bernard	AIM	President
BOUC Claire	De Bouche à Oreilles	Attachée de presse
BOURLES Pierre	Laboratoire Phytocontrol	Dirigeant
BRICAS Nicolas	CIRAD	Directeur de recherche
BROTTE Linda	UNCGFL	Chargée qualité
BRUYERE Résie	Familles Rurales	Chef de Projet
BUHANNIC Eric	ASK	CP
CALAIS Dominique	Océane	Directeur Général
CALVARIN Johanna	Aprifel	Chef de Projets scientifiques
CARDINAUD Bernard	Ex-Felcoop	Consultant
CASSE Francine	Ex Université Montpellier 2	Professeur
CATTEAU Michel	Ex Institut Pasteur Lille	Professeur
CERENSKY Sabrina	Interfel	Diététicienne
CHERON Karl-Eric	Interfel	Chef de Projet
CHEVASSUS-AU-LOUIS Bernard	Ministère de l'agriculture	Inspecteur Général de l'Agriculture
CHRETIEN Patrick	Familles de France	Président
COLLEU Sylvie	INRA	Ingénieur de recherche
CONNOLE Quitterie	Sopexa	Directrice de clientèle
COUTURIER Benoît	Zespri	Retail Account
CREYSSEL Jacques	FCD	Délégué Général
CUZZUCOLI Diane	Anses	Chargé de Projet
DAMERY Nathalie	L'ObSoCo	Présidente
DAMIEN Thierry	UNAF	Administrateur
DANIEL Georges	FCD	Administrateur
DE ALMEIDA David	UbiFrance	Chef de Projet
DE BEAUVOIR Isabelle	Interfel	Chef de Projet communication scientifique et institutionnelle
DEBOT Noémie	Agrapresse	Journaliste
DECHAMPS Pierre	UNFD	Administrateur

NOM, Prénom	Société	Fonction
DEHAUMONT Patrick	DGAL	Directeur
DELAVALLE Ann-Cécile	Interfel	Responsable Service Etudes
DEMANGE Emmanuel	FNPF	Directeur
DEROBERT Martine	AFOC	Secrétaire générale
DION Sylvie	PHAREST	Gérante
DOUCET Florence	Crédit Agricole SA	Expert sectoriel
DURBECQ Florence	AFOC	Juriste
DUSSAUX Jean-Claude	Pomona	Chef de service
DUTOIT Freddy	VLAM	Directeur
EMZIVAT Hansa	Chef Hansa	Cuisinier à domicile
FATMI Kader	Eurofins	Responsable Filière Fruits et Legumes
FAURE Claire	La France Agricole	Journaliste
FINELLE Catherine	Pharmacie	Nutrition
FISCHLER Claude	IIAC - Centre Edgar Morin	Directeur
FOULON Claude	Agri Agro Environnement	Applications Végétales
FROUCHT Julie	Interfel	Chef de Projet RP
GARCIA-BARDIDIA Georges	ADEIC	Responsable des secteurs santé et alimentaire
GARNOT Adrien	Laboratoire Phytocontrol	Responsable Agence de Rungis
GHENASIA Nicole	UbiFrance	Chef de Projet
GLEIZER Bethsabée	Ctifl	Adjointe Qualité
GOLCZYK Nathalie	Guess	Directrice
GOUELLO Loïc	CNA	Inspecteur Général de la santé publique vétérinaire
GOYARD Jérémy	Monoprix	Acheteur
GRANADO Caroline	AOPn Fraises de France	Directeur
GRANDIN Laurent	UNCGFL	Administrateur
GRENET Claude	UNO	Directeur
GROISY Annick	UNCGFL	Directrice
GUSELLA-GUILPIN Gilles	Cohésion	Directeur
HALLARD Jean-Daniel	HEXAGRO	Directeur
HANESSE Sophie	Prestadiet	Diététicienne
HERBLOT Marie-Christine	CERVIA Ile de France	Chargée de mission
HOCHEDÉZ Marie-Hélène	Ctifl	Formateur
HONGRE Jean-Baptiste	Ctifl	Responsable adjoint département formation
HUSTACHE Marie-Laure	Saf agr'iDées think tank	Responsable Communication
HUTIN Christian	Ctifl	Chef de Département
JACQUESY Rose Agnès	Société chimique de France	Rédacteur en chef
JACQUET Serge	FranceAgriMer	Chargé d'études
JALLABERT Myriam	Groupe Pomona	Responsable Qualité Filière
JORDA Emilie	CSIF	Chargée de Mission
JOUANIN Lise	IJPB, INRA-AgroParisTech-CNRS	DR émérite
JOYCE Tom	Eurofruit	Journaliste
JUPPEAU Joelle	Didaxis	Formation Nutrition Santé
JUSSERAND Isabelle	Interfel	Chef de groupe Produits et Thématiques
KIRSANOFF Hélène	Interfel	Responsable Innovation & Réseaux
KJAERNES Unni	Institut National de Recherche sur la Consommation (SIFO) en Norvège	Directrice de Recherche
KUAKUVI Aurélie	DGCCRF	Gestion des alertes
KUKULSKI Marion	Interfel	Chef de Projet Innovation
LACH Albert	AXA	Engagements IARD
LACH Pierre	Allianz	Chargé d'études

NOM, Prénom	Société	Fonction
LACHARME Gilles	Semmaris	Statistiques et études économiques
LAFITTE François	GEFeL	Producteur et Président de la GEFeL
LAINE Christine	Ministère de l'Agriculture	Chargée de mission
LARGE Monique	Pollen	Freelance
LAROCHE Roger	FCD	Président Délégué
LE BAIL Véronique	CSIF Fel Partenariat	Déléguée générale
LE CORRE Hervé	Interfel	Rédacteur documentaliste
LE FLOCH Lorraine	Groupe Casino	Chargée d'études
LE QUILLEUC Solenn	Système U	Ingénieur qualité
LEBAS Marie-Cécile	Syngenta France	Directeur des Affaires Publiques
LECHAT Céline	Interfel	Diététicienne
LEFEVRE Francis	Semmaris	Secrétaire Général
LELIEVRE Bernard	MAP	Ingénieur
LY Sokny	Institut de Technologie du Cambodge	Enseignant
MAILLARD Laurence	Agro Selections Fruits	Directrice
MAILLARD Aurélie	Libéral	Diététicienne
MAILLÉ Arnaud	DGCCRF	Chef du Bureau des «Marchés des Produits d'Origine Végétale et des Boissons»
MALPEL Georges-Pierre	CGAAER	Inspecteur général de l'Agriculture
MARIANI Stéphanie	Interfel	Diététicienne
MARTIN Patrick	Freelance	DR
MAS Xavier	AOPn Fraises de France	Président
MASBOU Olivier	Socopag	Journaliste
MATHIAS Marine	Sopexa	Assistante chef de projet
MATIAS Vanessa	Sopexa	Chef de projet
MASSON Fleur	ATC	Rédactrice en chef
MAUNIER Alain	Perle du Sud/Fruit Box	Responsable
MAURIN Michel	Ets Maurin	Secrétaire
MAURIN Michel	Ets Maurin	Directeur Commercial
MELANI Christian	FranceAgriMer	Chargé d'étude consommation
MENNECIER Paul	DGAL	Chef du Service de l'Alimentation
MER Rémi	Presse professionnelle	Journaliste
MERCIER Patrick	ADEIC	Président
MISPOUILLÉ Marion	Aneefel	Chargée de Mission
MOLANT Marie	Gulfstream	Directrice Associée
MORTUREUX Marc	Anses	Directeur Général
MOUNEYRAC Thierry	Uncgfl	PDG
NAVARRO Danielle	PORTHAULT	Business Development Manager
NIONCEL Claire	FNSEA	Journaliste
OBERTI Marie-Agnès	FranceAgriMer	Déléguée Filière Fruits et légumes
ORENGA Louis	Interfel	Directeur Général
OUILLOU Bertrand	UNPT	Chargé de mission
PAGEAU Olivier	Distribution	Achats
PAILLOU Philippe	RESTAU'CO	Vice-président
PECQUEUR Mathieu	FCD	Directeur agriculture et qualité
PELOSI Claude	CCI	Responsable
PERIQUET Brigitte	CHU Rangueil Toulouse	MCU-PH
PERIQUET Alain	Ex Université Toulouse	Professeur
PHILIPPE Franck	LYCEE HOTELIER	Professeur des Arts de la Table et du Service
PIQUET Michel	SCA Cadran de Sologne	Président

NOM, Prénom	Société	Fonction
PITON Bernard	Terra Isarra-Isena	Président
PONS Philippe	CSIF	Président
PONTIER Maguelone	Marchés de Gros de France	Secrétaire Générale Adjointe
POTDEVIN Célia	CLCV	Vice-présidente
PROUST Jean-François	Forum Phyto	Animateur
REMY Lucie	Interfel	Diététicienne
RENAUD Laurent	SCA Cadran de Sologne	Directeur
RENAUDIE Christelle	Carrefour	Responsable Qualité
RENAUDOT Marie-Ange	Interfel	Secrétaire de Direction
REVENU Nicolas	CNAFC	Chargé de Mission
RICROCH Agnès	AGROPARISTECH	MCHC
RIVIERE Emmanuel	TNS Sofres	Directeur de l'Unité Stratégies d'Opinion
ROBERT Marie-Christine	Interfel	Diététicienne-Nutritionniste
ROCH Françoise	OP Blue Whale	Administrateur
ROSSILLION Florence	CNIPT	Directrice
ROUX Virginie	Interfel	Diététicienne
SALES Jean	Interfel	Président Commission Intelligence Economique
SAVINA Patrice	Distribution	Directeur des Achats
SCAVINO Stephanie	APFEC	Animatrice
SCHERRER Bruno	Ingénieur agronome indépendant	Assistant parlementaire d'Angélique Delahaye
SEBA Florence	Organisation des Maraîchers Corses	Animatrice filière
SEGUIN Pascal	INVIVO	Chef Produits Maraîchage
SEGUIN Guillaume	FNPF	Administrateur
SERERO Julie	Interfel	Responsable Information / RP
SORHAINDO-CAROLE Myriam	Distribution Franprix-Leader Price	Responsable département qualité Fruits et Légumes Nord
SOULA Virginie	Euroconsul	Directrice
SZULTA Monika	Interfel	Chef de projet junior
TAFANI Pierre	Fruitière TAFANI	Gérant
TERRASSON Laurent	Cuisine Collective	Rédacteur en chef
TEYSSEDRE Christel	Aprifel / UNFD	Présidente de l'UNFD - Présidente de l'Afripel
TRILLON Patrick	FranceAgriMer	Président
COULON Sylvie	DG SANCO	Unité Hygiène Alimentaire - Systèmes d'alerte et formations
VASSELIN Richard	Commerce de gros interentreprises	Président de la commission sociale
VENY Muriel	Interfel	Responsable communication institutionnelle
VERNEDE Alain	Ctifl	Directeur
VEULEMANS Christine	Fashioncv Mag	CEO
VIDAL Sophie	Interfel	Diététicienne
VIEL Dominique	Sainte Ferme Des Arches	Directeur commercial

NOTES

Communiqués de presse des précédentes rencontres



23 octobre 2012

Qualité sanitaire des fruits et légumes :
entre perception et réalité



29 octobre 2013

Le défi de la qualité gustative
des fruits et légumes



« QUALITÉ SANITAIRE DES FRUITS ET LÉGUMES : ENTRE PERCEPTION ET RÉALITÉ »

CONCLUSIONS DE LA JOURNÉE D'INFORMATION

MARDI 23 OCTOBRE 2012, PARIS

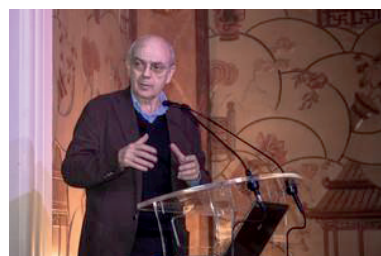
*Organisée par Interfel & Aprifel
avec le soutien de la Commission Européenne
et du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt*

« ET SI LA PERCEPTION, C'ÉTAIT LA RÉALITÉ ? »

Suite à la crise *E.coli* de 2011 qui a renforcé les attentes des consommateurs en matière de garanties des produits, Interfel et Aprifel ont réuni tous les acteurs intervenant de près ou de loin dans le secteur des fruits et légumes, soit près de 200 participants, afin de mener une réflexion sur la qualité sanitaire, dans le cadre d'une journée d'information intitulée « *Qualité sanitaire des fruits et légumes : entre perception et réalité* », organisée le 23 octobre au Cercle des Armées à Paris.

Co-présidée par Bernard Chevassus-au-Louis, Inspecteur Général de l'Agriculture au Ministère de l'Agriculture et Alain Périquet, Professeur à l'Université de Toulouse, cette rencontre a permis aux professionnels de la filière, de la santé, aux institutionnels et aux scientifiques ainsi qu'aux consommateurs, d'échanger autour des risques avérés et perçus liés à la consommation de fruits et légumes frais. En effet, les peurs alimentaires ont de réels impacts sur le comportement du consommateur ainsi que sur l'économie et ses acteurs politiques.

Les sessions d'informations et la table ronde organisées lors de cette rencontre exceptionnelle ont avant tout confirmé la nécessité de fournir au consommateur européen une information claire et transparente sur tous les types de risques alimentaires. Il s'agit de consolider sa confiance à l'égard de son alimentation. Cette information sera d'autant plus percutante qu'elle intégrera la perception du risque, facteur déterminant dans le choix du consommateur, l'objectif étant de rétablir une information de nature à lui redonner des repères.



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE,
DE L'AGROALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT



Grâce à la contribution d'intervenants pluridisciplinaires, scientifiques, sociologues, représentants d'associations de consommateurs, professionnels des fruits et légumes, et décideurs politiques, les conclusions suivantes ont été formulées (cf rappel du programme en annexe 1) :

SESSIONS D'INFORMATION

- Restaurer la confiance des consommateurs en analysant, en premier lieu, leur perception vis-à-vis des fruits et légumes car **la perception, c'est la réalité** ! En effet, les consommateurs craignent moins les risques dont ils pensent avoir la maîtrise (risques chimiques vs obésité).
- Rompre le clivage entre « Producteur et Consommateur de Risques » : accompagner le consommateur à devenir « **consom'Acteur** » contribuant à la maîtrise des risques sanitaires.
- Les fruits et légumes sont **reconnus par toutes les autorités publiques** pour être qualitativement et quantitativement **bénéfiques pour la santé**. Manger plus de fruits et légumes **en tout état de cause**, c'est bon pour la santé !
- La **gestion du risque sanitaire est l'affaire de TOUS** : le risque zéro n'existe pas. La sécurité alimentaire, **concerne aussi le consommateur** pour qui le respect des Bonnes Pratiques d'Hygiène est essentiel.
- Sensibiliser le consommateur au **repositionnement de l'image de la science** qui a toujours été un **système d'interrogations et de doutes**, et non de certitudes.
- L'adoption de positions claires et le renforcement des stratégies de communication des **instances expertes de veille et de sécurité sanitaire** sont un **gage de confiance pour le consommateur**.



TABLE RONDE

- Réaliser un véritable **retour d'expérience des crises** par organisme ou par pays, mais surtout de manière **plus ouverte** (acteurs socio-économiques) et **transversale** (interdisciplinaire), voire à l'échelle internationale quand la crise affecte plusieurs pays comme ce fut le cas dans la crise *E.coli* de 2011.
- **L'expertise publique et l'évaluation du risque** sont clairement identifiées à travers les agences nationales (ANSES¹ en France) ou l'agence européenne (EFSA²). En cas de crise, cette expertise doit être menée rapidement et sur les deux fronts : celui du **traitement de la maladie** (en curatif) et celui de la **prévention** de la propagation de cette maladie ou du risque, dès que l'agent et les sources ont pu être identifiées, avec des dispositifs d'analyse et de contrôle appropriés.
- L'encouragement à la consommation de fruits et légumes s'accompagne de vigilances **renforcées sur l'hygiène**, à la fois en **amont** (bonnes pratiques) comme en **aval** (contrôles plus nombreux). La filière a intégré depuis plusieurs années ces besoins, comme en témoignent les actions concrètes présentées ce jour et qui s'inscrivent dans une démarche d'actualisation permanente (Guide des Bonnes Pratiques Hygiéniques, FeL PARTENARIAT®).
- En matière de communication sur les risques, chacun reconnaît désormais la **nécessité de communiquer hors période de crise** pour déterminer les compétences des uns et des autres, les enjeux et les sujets en cours. Les porte-paroles doivent être bien identifiés et limités en nombre pour éviter la cacophonie, en particulier en période de crise. Ils doivent intervenir après une coordination préalable avec les autres acteurs d'évaluation ou de gestion du risque, mais aussi de manière plus large (acteurs socio-économiques, parties prenantes).
- La communication doit parallèlement **mettre en avant les bénéfices** en termes de **goût** et de **plaisir**. **Ce sera le thème de la prochaine rencontre d'information en 2013.**



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



Renouvellement de la convention FeL PARTENARIAT® avec la DGCCRF



A l'issue des rencontres d'information, les présidents de **FeL PARTENARIAT®** et la **DGCCRF**³ ont **signé le renouvellement de la convention** pour une durée de 3 ans.

A cette occasion, les motivations, l'impact de la mise en place de la démarche et les perspectives d'évolution de FeL PARTENARIAT® ont été présentés au travers de la double expérience d'un chef d'entreprise et d'une responsable qualité.

Démarche innovante de bonnes pratiques professionnelles inter-métiers, la convention FeL PARTENARIAT® a été approuvée et reconnue par la DGCCRF en octobre 2009. La convention est une démarche de progrès pour l'entreprise et ses salariés : obligation de formation des contrôleurs, évaluation des risques selon la méthode HACCP⁴, plan d'autocontrôles, analyse en laboratoires accrédités, audits par un tiers. Par son niveau d'exigence et son impact sur la sélection de fournisseurs, elle concourt à améliorer les bonnes pratiques agricoles.



¹ ANSES : Agence Nationale de Sécurité Sanitaire de l'Alimentation, de l'Environnement et du Travail

² EFSA: Autorité Européenne de Sécurité des Aliments

³ DGCCRF: Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

⁴ HACCP: Hazard Analysis Critical Control Point

*Crédits photo : Interfel/CE

RAPPEL DU PROGRAMME

Session introductive	Animal vs végétal : peurs et risques alimentaires		C. Fischler - IIAC- Centre Edgar Morin M. Merdji - Audencia Nantes
Session 1 - La réalité des risques sanitaires et de santé	Hiérarchisation des risques chimiques dans l'alimentation		A. Périquet - Université de Toulouse
	Risques microbiologiques dans les fruits et légumes	Toxiinfections liées à leur consommation	M. Catteau - Institut Pasteur Lille
		Facteurs contribuant au risque microbiologique et éléments de prévention	C. Nguyen The - INRA - Avignon
	Risques liés aux déséquilibres alimentaires	Les fruits et légumes et la santé : qualité nutritionnelle ou quantité ?	J-M. Lecerf - Institut Pasteur Lille
		Les fruits et légumes facteur de santé : perception ou réalité ?	C. Bollars - OMS
Session 2 - La quantification du risque alimentaire	De l'analyse des risques aux analyses bénéfiques/risques : une fausse bonne idée ?		B. Chevassus-au-Louis - Ministère de l'Agriculture
	Peut-on définir une échelle des risques ?		A. Martin - Université Lyon
Session 3 - La perception des risques	Alimentation et perception des risques : une perspective européenne		A-L. Gassin - EFSA
	Evolution de la perception des risques sanitaires en France		P. Hebel - CREDOC
Session 4 - Exemples de démarches de la filière fruits et légumes	Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène Fruits et Légumes frais non transformés		A. Vernède - CTIFL
	Fel Partenariat® : la démarche qualité des professionnels		C. Joannes - POMONA P. Prud'homme - SAS Robert
Table ronde - La qualité sanitaire des fruits et légumes : entre expertise scientifique et politique publique			<i>Animateur : R. Mer</i> N. Homobono - DGCCRF M. Mortureux - ANSES C. Pernin - CLCV E. Poudelet - CE - DG SANCO R. Tessier - DGAL



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



« LE DÉFI DE LA QUALITÉ GUSTATIVE DES FRUITS ET LÉGUMES »

CONCLUSIONS DE LA JOURNÉE D'INFORMATION

MARDI 29 OCTOBRE 2013, PARIS

*Organisée par Interfel & Aprifel
avec le soutien de l'Union européenne
et du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt*

Pour la deuxième édition des journées d'information, organisée le 29 octobre 2013 au Cercle des Armées à Paris, Interfel et Aprifel ont réuni plus de 230 participants pour échanger sur « *Le défi de la qualité gustative des fruits et légumes* ».

A l'occasion de cette journée présidée par **Bernard Chevassus-au-Louis**, Inspecteur Général de l'Agriculture au ministère de l'Agriculture, **Jean Thiault**, pionnier de nombreuses évolutions dans le monde agricole, ancien haut fonctionnaire et ancien président du réseau FARRE, a été nommé Président d'honneur, notamment pour ses nombreux travaux sur la qualité gustative des fruits et légumes.

Cette rencontre a permis aux professionnels de la filière, institutionnels, scientifiques et représentants d'associations de consommateurs d'échanger autour des défis que présente la qualité gustative des fruits et légumes frais pour la filière afin de répondre aux attentes des consommateurs dans le respect de la valeur des produits et des individus.

Les différents intervenants pluridisciplinaires ont souligné que le goût ne pourra devenir une **valeur stratégique** que si sa différenciation gustative est suffisamment marquée et pérennisée, et son identification en rayon réussie, pour permettre la fidélisation du consommateur. La segmentation, les accords interprofessionnels ou les signes de qualité constituent quelques-unes des opportunités pour la filière.



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



FranceAgriMer

 les fruits et légumes frais

La maîtrise du goût, c'est l'affaire de tous

- Du Consommateur au « Consom'Acteur »

Le consommateur est une personne insaisissable, complexe, avec des goûts qui peuvent varier selon les circonstances. Pour faire de cette diversité une force, il est nécessaire de rompre le clivage entre « producteurs » et « consommateurs » et d'impliquer le consommateur et ses représentants plus largement aux processus de décisions de la filière en tant que « Consom'Acteur » en l'associant à diverses activités (participation à des groupes de travail tels que le Comité Consommateur de l'Aprifel, à la réalisation de guides, à la réflexion sur la création variétale, etc.).

- Valoriser les produits, c'est aussi valoriser l'individu

Historiquement attachée à des personnes et non à des objets, la notion de "valeur" ne relève pas uniquement d'un produit, elle caractérise également l'individu à travers la consommation de fruits et légumes. Cette valorisation de l'être humain peut être renforcée, par exemple, par les conseils en rayon donnés par du personnel compétent ou par le restaurateur prenant en considération les demandes des consommateurs (y compris en restauration collective).

- Prendre de l'avance sur le temps

La consommation des fruits et légumes des prochaines décennies se construit dès aujourd'hui autour de deux approches :

- via l'éducation des enfants au goût, qui commence dès les premiers mois de vie, voire même dès la conception, et qui vont influencer ses goûts futurs ;
- dans les laboratoires de recherche et développement : les variétés de demain s'élaborent aujourd'hui. Comment une filière telle que celles des fruits et légumes frais peut-elle se projeter d'ici une vingtaine d'années alors qu'elle gère essentiellement l'instantanéité et le périssable ?

**Crédits photo : Interfel/CE*



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



ANNEXE 1

RAPPEL DU PROGRAMME

Session introductive	Une brève histoire du goût, de l' <i>Homo habilis</i> au mangeur du XXI ^e siècle	E. Birlouez - EPISTEME
Session 1 – Le goût d'après les sciences	Des goûts et des couleurs : approche sociologique de la dégustation des végétaux	JP. Corbeau - Université François Rabelais de Tours
	L'arôme, la saveur, la flaveur : que nous apprend la science sur l'origine du goût des F&L ?	T. Thomas-Danguin - CSGA-INRA Dijon
	Détermination et transmission du goût : importance des expériences précoces	S. Issanchou - CSGA-INRA Dijon
	Effet des pratiques alimentaires précoces sur la consommation ultérieure des F&L : que disent les études de cohorte ?	B. de Lauzon-Guillain - Inserm Villejuif
Session 2 – Le goût d'après les consommateurs	Evolution de l'attention portée au goût et du sens accordé à la qualité de l'aliment	P. Hebel - CRÉDOC
	Des goûts et des consommateurs	B. Chevassus-au-Louis - Ministère de l'Agriculture F. Durbecq - AFOC
	Attentes gustatives des jeunes consommateurs en pommes et en fraises	P. Vaysse - Ctifl
	Enquêtes : fruits d'été en points de vente et F&L en restauration scolaire	C. Pernin - CLCV
Session 3 – Le goût d'après la filière fruits et légumes	Quelles approches pour gérer la qualité gustative des fruits : un enjeu pour la filière ?	B. Gleizer - Ctifl J. Joas - Cirad
	Evolution du goût des légumes ces 30 dernières années	S. Mabeau - VEGENOV-BBV
	L'expression de la qualité gustative dans les F&L sous SIQO	ML. Molinier - INAO
Table ronde - Le goût, une valeur ?	Introduction : leviers de création de valeur, pour qui et avec quels outils ?	<i>Animateur :</i> M. Lesggy D. Scandella - Ctifl V. Battafarano - CCC Paris Ile-de-France B. Chevassus-au-Louis - Ministère de l'Agriculture A. Delahaye - Aprifel JL. Gerard - DGCCRF H. Pluvinaud - Ctifl P. Roux - CE-DG SANCO



CAMPAGNE FINANÇÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



NOTES

NOTES

NOTES

NOTES

NOTES

NOTES

NOTES

Les métiers de la filière

Derrière chaque fruit et chaque légume, il y a des métiers variés.

Les professionnels de la filière des fruits et légumes frais s'adaptent au rythme de travail qu'exige un produit vivant, fragile et périssable. Ainsi, c'est une véritable chaîne de savoir-faire, dont tous les maillons sont indispensables et complémentaires, qui œuvre au quotidien pour satisfaire les attentes des consommateurs.

Crédit : Interfel



PRODUCTEURS

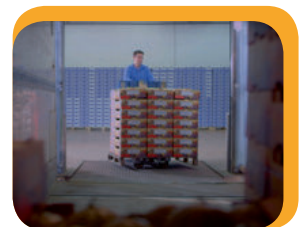
Les producteurs de fruits et de légumes doivent savoir choisir les variétés les mieux adaptées aux critères agronomiques et climatiques de leur région, en tenant compte de l'environnement, des préférences de leurs clients, ainsi que des tendances du marché. Ils répondent également aux attentes de qualité et de goût des consommateurs grâce à leur savoir-faire qui combine de nombreuses techniques de production et pratiques agronomiques de pointe adaptées aux différents terroirs.

A l'amont de la filière fruits interviennent les **arboriculteurs**. La grande particularité du métier d'arboriculteur est l'anticipation, car les arbres, une fois plantés, nécessitent entre 3 et 4 ans avant de fournir des fruits. Une projection sur les tendances du marché dans les années suivantes est donc obligatoire. Nourrir, protéger et récolter les fruits nécessitent la gestion de toute une équipe.

Maraîchers et producteurs de légumes cultivent 35 espèces de légumes différentes, réparties sur l'ensemble du territoire français. Les producteurs de légumes doivent aussi faire face aux aléas climatiques et aux attaques de ravageurs pour protéger leurs récoltes dans le respect de l'environnement et de la biodiversité. Véritables chefs d'entreprise, ils mettent également en œuvre des compétences de gestion des ressources humaines et de commercialisation.

EXPÉDITEURS

Les fonctions d'expédition, assumées soit par des coopératives, entreprises détenues par les producteurs eux-mêmes, soit par des expéditeurs, entreprises à capitaux familiaux, constituent le point de passage obligé entre la production et la distribution en gros et au détail. Tous deux garantissent la mise sur le marché et l'acheminement des produits dans les meilleures conditions pour assurer une qualité et une fraîcheur optimales. Après la récolte, le travail dit « en station » implique de nombreuses manipulations qui doivent être réalisées avec soin afin de ne pas altérer la qualité des produits. Avant l'expédition proprement dite, à savoir le transport vers les régions de consommation, les fruits et légumes passent par plusieurs étapes : réception des marchandises, tri, nettoyage, calibrage, stockage, conditionnement, étiquetage et bien sûr suivi commercial.



Crédit : Interfel

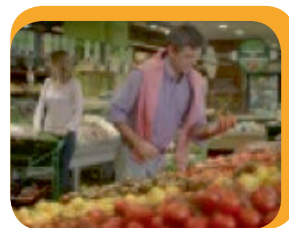


GROSSISTES

40 % des fruits et légumes frais sont distribués en France par les grossistes sur et hors marchés. Les grossistes sont regroupés sur un marché dit « de gros », dans les zones à forte concentration urbaine. Les grossistes exercent leur activité à proximité des lieux de consommation avec une gamme très étendue de produits (espèces et variétés, maturité, origines, produits bruts ou préparés, etc.). Leur mission : trouver et distribuer quotidiennement des produits extrêmement fragiles, variés, frais, adaptés à la diversité de leur clientèle (détaillants spécialisés, alimentation générale, GMS, marchés de plein vent, restauration commerciale et collective, etc.). Ils n'existent qu'à travers une expertise pointue sur les produits et la logistique. Respectant les procédures de traçabilité et de préservation des produits dans des conditions de conservation et d'hygiène optimales, leur activité relève souvent de démarches spécifiques de produits certifiés.

CHEFS DE RAYON FRUITS ET LÉGUMES EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES (GMS)

Les grandes surfaces ont pour mission de mettre à la disposition des consommateurs des fruits et des légumes frais dans un rayon dédié. Le chef de rayon fruits et légumes, qui dirige jusqu'à une dizaine d'employés, gère au quotidien l'approvisionnement et la mise à la vente de 100 à 250 références. Pour cela il se fournit auprès de sources variées telles que les centrales d'achat, et selon les enseignes, les grossistes ou les producteurs locaux. Véritable petit magasin à lui tout seul, dont la surface peut aller de 100 m² à 800 m², le rayon fruits et légumes frais est l'un des plus attractifs d'un supermarché ou hypermarché.



PRIMEURS



Dernier maillon de la filière, le primeur est un chef d'entreprise aux multiples facettes : il doit être un bon acheteur, attentif à la qualité et au prix des produits, un bon gestionnaire maîtrisant la rotation de ses stocks et un bon vendeur, sensible aux goûts et aux exigences de sa clientèle pour bien sélectionner les fruits et légumes frais pouvant la satisfaire. Le primeur est à l'écoute de sa clientèle. C'est parce qu'il étudie, sélectionne et goûte lui-même les fruits et légumes qu'il propose, que le primeur est à-même de délivrer les meilleurs conseils. Il apporte un conseil personnalisé sur le choix des fruits et légumes (variété, maturité), leurs usages culinaires, propose des dégustations... Et pour le plaisir des yeux, il prend soin de valoriser les formes et les couleurs des fruits et légumes dans la mise en scène de son étal. Forte de son savoir-faire, la profession a accédé en 2011 à la plus haute distinction de la gastronomie française : Meilleur Ouvrier de France. Les MOF Primeurs témoignent ainsi du niveau d'expertise de la profession, mais aussi de sa capacité d'innovation et d'adaptation.

7ème édition d'EGEA en 2015

Partenaire du Pavillon France à l'Exposition Universelle de Milan 2015, Aprifel organise la septième édition de la conférence EGEA.

Depuis 2003, sous la présidence du Professeur Elio Riboli, Aprifel a développé la Conférence EGEA, **une stratégie qui vise à élaborer des politiques alimentaires fondées sur des preuves scientifiques. Elle réunit toutes les parties prenantes et fait appel à des connaissances multidisciplinaires internationales pour explorer et formuler** des recommandations concrètes qui aboutissent à des changements de politiques et à la mise en place d'actions tangibles et vérifiables.

EGEA a reçu le soutien et la reconnaissance de la Commission Européenne, et en particulier de la Direction Générale de l'Agriculture et de la DG SANCO. La Conférence EGEA s'est tenue au sein de la Commission Européenne à Bruxelles à deux reprises, en 2007 et en 2010.

L'initiative EGEA a été reconnue par l'Organisation Mondiale de la Santé en 2008 pour la promotion de la consommation des fruits et légumes. Au croisement de la recherche, du marché et de la politique publique, EGEA mobilise les décideurs politiques au-delà des frontières et des secteurs pour promouvoir une alimentation riche en fruits et légumes, saine pour les individus et pour leur environnement.

Des conférenciers de renommée internationale et d'horizons divers examineront les alternatives faciles à intégrer pour augmenter la consommation des fruits et légumes, en tenant compte des derniers développements dans les domaines de la nutrition, de la santé, du marketing, de la sociologie, de l'environnement, de l'économie et de la législation... **Le comité scientifique d'Egea 2015 a élaboré un vaste programme unique en son genre !**

Chercheurs, professionnels de santé et de santé publique, des fruits et légumes, du marketing, de la publicité, de l'information, de la communication, économistes, élus et représentants des pouvoirs publics, venez soutenir l'évènement, participer à la discussion et contribuer à façonner les décisions politiques dans le domaine de l'agriculture, de l'économie, de l'environnement et de la santé qui convergent efficacement pour favoriser le bien-être des générations à venir.

Aux noms du président Elio Riboli et du Comité Scientifique d'Egea 2015, j'invite nos jeunes et moins jeunes chercheurs à profiter de la présence d'éminents experts issus de différentes disciplines, à participer à l'appel à poster et à nous adresser les résumés de leurs travaux en cours.

Au plaisir de vous retrouver nombreux à Milan !

Saida Barnat - Coordinatrice Scientifique d'EGEA



**ALIMENTATION ET ENVIRONNEMENT SAINS
DANS LE CADRE D'UNE ÉCONOMIE ÉQUILIBRÉE :
LE RÔLE DES FRUITS ET LÉGUMES**

Du 3 au 5 juin 2015
Milan - Italie

APPEL À POSTERS :

Plus d'information sur www.egeaconference.com

CONTACT

egea@interfel.com

SITE

www.egeaconference.com

ORGANISATEUR

www.aprifel.com



UN ENGAGEMENT, DES ACTIONS, DES RÉSULTATS

Pour la troisième année, FeL PARTENARIAT®, la convention nationale d'autocontrôle du commerce interentreprises de fruits et légumes frais, soutient les rencontres d'information, organisées par Interfel avec Aprifel.

L'ANEEFEL, la CSIF et l'UNCGFL (fédérations regroupant les métiers de l'Expédition-Exportation, de l'Importation et du Commerce

de Gros de la filière Fruits et Légumes) ont élaboré FeL PARTENARIAT®, pour permettre à leurs membres de répondre à leurs obligations réglementaires et aux attentes de leurs clients en matière de qualité, d'hygiène, de sécurité sanitaire et de traçabilité. Ces trois maillons, répartis sur l'ensemble du territoire, représentent **60 % des volumes destinés aux consommateurs.**

CHIFFRES • CLÉS

En septembre 2014, FeL PARTENARIAT® c'est
65 entreprises représentant **108 sites conventionnés**
qui analysent en moyenne **1200 échantillons par an***
via des laboratoires partenaires avec plus de
338 matières actives recherchées.

* A titre de comparaison, le nombre d'échantillons de fruits et légumes analysés dans le cadre des plans de surveillance et des plans de contrôle de la DGCCRF en 2012, est de respectivement 2153 échantillons et 1083 échantillons.

FeL PARTENARIAT® fait l'objet d'une convention avec la DGCCRF, et comprend, outre des procédures détaillées, un dispositif global : assistance et conseil, formations, outils et supports dédiés, cellule de gestion et communication de crise, programme de communication.

Renouvelée à l'automne 2012 lors de la 1^{ère} rencontre d'information, la démarche FeL PARTENARIAT® a renforcé ses exigences en matière d'analyses de risques et d'HACCP.



Pour plus d'informations sur FeL Partenariat®
et accéder à la liste des entreprises engagées :
www.felpartenariat.eu



SCANNER CE CODE



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE



LES ORGANISATEURS

APRIFEL

Aprifel, l'Agence pour la Recherche et l'Information en Fruits et Légumes œuvre pour la vulgarisation des données scientifiques relatives aux fruits et légumes auprès des professionnels de la santé, de la filière et des associations de consommateurs.

Son rôle d'interface est reconnu à l'échelle internationale dans le domaine de l'information scientifique grâce à la base de données Nutrifel (compilation des études scientifiques sur les fruits et légumes), aux revues mensuelles (IFAVA Scientific Newsletter et Equation Nutrition), aux comités d'experts (Comité scientifique et Comité Consommateurs) et aux conférences (Egea, Rencontres de l'Aprifel).

Comité Scientifique de l'APRIFEL

Président du Comité

A. Périquet - Univ. Paul Sabatier-Toulouse

Membres externes à la filière fruits & légumes

M. Boisset - Inserm-Paris

F. Casse - Université Montpellier 2

M. Catteau - Institut Pasteur-Lille

J-M. Lecerf - Institut Pasteur-Lille

Membres internes à la filière

S. Barnat - Aprifel

B. Gleizer - Ctifl

Comité Consommateurs de l'APRIFEL

Président du Comité

N. Bricas - Cirad

Associations de consommateurs agréées représentées dans le CCA¹ :

ADEIC - AFOC - ALLDC - CLCV

CNAFC - CSF-FO Consommateur

Familles Rurales - FGA - Familles de France

INDECOSA C.G.T - UNAF

¹ADEIC : Association d'Education et d'Information du Consommateur; AFOC : Association Force Ouvrière Consommateur; ALLDC : Association Léo-Lagrange pour la Défense des Consommateurs; CLCV : Confédération de la Consommation du Logement et du Cadre de Vie; CNAFC : Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques; CSF : Confédération Syndicale des Familles; FGA : Fédération Générale Agro-alimentaire; INDECOSA C.G.T : Association pour l'Information et la Défense des Consommateurs; UNAF : Union Nationale des Associations Familiales.

INTERFEL

Créée en 1976, Interfel rassemble et représente paritairement les organisations professionnelles de la production jusqu'à la distribution des fruits et légumes frais. Elle est reconnue comme seule Interprofession nationale pour les fruits et légumes frais par les Pouvoirs publics.

Interfel a, entre autres, pour mission de signer des accords interprofessionnels qui engagent l'ensemble de la filière notamment dans le domaine de la qualité. Interfel développe également des actions internationales, nationales et régionales de valorisation de la consommation des fruits et légumes frais et d'information sur les produits et les métiers.

Les Membres d'INTERFEL :

Collège Production (50 %)² : FNPF, LEGUMES DE FRANCE, FELCOOP, GEFel

Collège Distribution (50 %)³ : ANEEFEL, UNCGFL, UNFD, FCD

²FNPF : Fédération Nationale des Producteurs de Fruits ; LEGUMES DE FRANCE : Producteurs de Légumes de France ; FELCOOP : Fédération Française de la Coopérative fruitière, légumière et horticole ; GEFel : Gouvernance Economique des fruits et légumes

³ANEEFEL : Association Nationale des Expéditeurs et Exportateurs de Fruits et Légumes ; UNCGFL : Union Nationale du Commerce de Gros en Fruits et Légumes ; UNFD : Union nationale des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs ; FCD : Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution

APRIFEL – INTERFEL

19 rue de la Pépinière 75008 PARIS

01 49 49 15 15

rencontreaprifel@interfel.com | www.lesfruitsetlegumesfrais.com

www.aprifel.com



ENVIE DE CONFIANCE?

