

Crise de confiance vis-à-vis de l'industrie agroalimentaire : la démarche de valorisation de l'alimentation entreprise par l'ANIA

Les entreprises agroalimentaires se retrouvent confrontées à des mutations de société qui interrogent leur modèle économique...

1er secteur industriel du pays (+15 000 entreprises, 98% de TPE-PME, 492 000 salariés, près de 160 Mds € CA)

au service du consommateur, les IAA se situent au cœur de la chaîne de valeur de l'alimentation des français entre l'agriculture (transforme 70% production agricole) et la distribution (où 80% des produits proviennent de l'agroalimentaire)

Confrontées à 4 grandes mutations :

1. mutation économique (compétitivité sur les marchés : rapprochement des clients GMS)
2. mutation sociale (évolution des comportements alimentaires : montée de l'obésité et des problèmes de nutrition),
3. mutation sociétale (des consommateurs de plus en plus exigeants : un contrat moral avec les marques qui repose sur plus de transparence)
4. mutation environnementale (raréfaction des ressources naturelles),

seule issue : redonner de la valeur à l'alimentation de tous

...Reconstruire le socle de l'écoute et du dialogue constitue alors une nécessité pour regagner la confiance dans une société en accélération...

Une société de la défiance généralisée

Il est nécessaire de reconnecter et réconcilier : conso/pdt ; conso/salariés, conso/juste prix, visions du monde, etc..

Difficultés sont nombreuses et très concrètes dont bruit médiatique négatif sur les enjeux de l'alimentation > alimenté par les crises, les fraudes, les idéologies et le food bashing

...Il est donc nécessaire que l'ANIA change de logique communicationnelle et accompagne les IAA dans ce grand défi collectif

L'ANIA fédère, représente et accompagne toutes les entreprises du secteur

1. Fédérer et engager > unir autour d'un projet de société partagé et mobiliser les acteurs à s'améliorer

2. Prévenir et anticiper > accompagner les entreprises à mieux appréhender les risques d'opinion pour sortir de la défiance et comprendre l'alimentation de demain
3. Informer et dialoguer > incarner notre communication et ouvrir davantage le dialogue aux parties-prenantes