

LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS : QUELLE CONFIANCE DES CONSOMMATEURS ?

CONCLUSIONS DE LA JOURNÉE D'INFORMATION

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

MERCREDI 22 OCTOBRE 2014, 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 troisième et dernière édition des journées d'information, organisée le 22 octobre 2014 aux Salons Hoche à Paris, Interfel et Aprifel ont réuni près de 200 participants pour échanger autour du thème : « **La qualité des fruits et légumes dépend-elle aussi de notre confiance dans les produits et les acteurs de la filière ?** ».

Cette rencontre, présidée par **Nicolas Bricas**, chercheur au Cirad et président du Comité Consommateurs de l'Aprifel, a permis aux professionnels de la filière, institutionnels, scientifiques et représentants d'associations de consommateurs d'échanger autour de la notion de confiance : comment instaurer la confiance du consommateur et l'installer dans la durée ? Comment la restaurer suite à une crise, comme ce fut le cas en 2011 avec la crise *E. Coli* qui avait touché à tort la filière légumes ? Quelle communication mettre en place à l'intention 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 cette troisième rencontre a également accueilli le point de vue d'un pays voisin, la Norvège.

« Instaurer la confiance, c'est dialoguer »

C'est par ces mots que Nicolas Bricas a conclu les échanges et débats de la journée, soulignant la nécessité de multiplier les occasions d'écoute et de dialogue entre professionnels, mais aussi entre professionnels et consommateurs, à toutes les échelles (locales et nationales), en mobilisant toutes les parties prenantes du système alimentaire, pour rechercher davantage de cohérence et trouver des synergies : la construction et l'entretien de la confiance se bâtissent en effet sur la cohérence des discours et des points de vue.

La confiance : une question permanente

La question de la confiance ne doit pas être posée qu'en période de crise. Les pouvoirs publics veillent constamment à la sécurité alimentaire en organisant des contrôles réguliers de la qualité, en essayant d'anticiper les risques, en favorisant la prévention, la surveillance et l'information la plus objective possible. Parallèlement, les professionnels de la filière ont mis en place des démarches d'autocontrôle telles que FeL PARTENARIAT®, qui permet aux acteurs du commerce interentreprises de fruits et légumes frais de valoriser leur engagement vis-à-vis des obligations réglementaires et de répondre aux attentes de leurs clients en matière de qualité, d'hygiène, de sécurité sanitaire et de traçabilité.



Les Français ont confiance dans les fruits et légumes frais

Un baromètre de confiance, réalisé en septembre 2014 par TNS Sofres à la demande d'Interfel et de FranceAgriMer et dévoilé à l'occasion de la journée d'information, révèle que si les Français souhaitent davantage d'informations sur les produits qu'ils consomment, ils sont plus de 9 sur 10 à avoir confiance dans les fruits et légumes frais. Des résultats très favorables qui hissent les fruits et légumes en tête des produits alimentaires en termes de confiance, et qui doivent encourager la filière à poursuivre ses efforts.

Les médias, levier nécessaire pour ré-enchanter l'alimentation

Même si les médias sont le plus souvent friands d'informations « choc », ils peuvent aussi contribuer à ré-enchanter l'alimentation en relayant notamment les « success stories » de professionnels de la filière. Professionnels qui, quant à eux, doivent travailler à la valorisation de leurs compétences plutôt qu'à celles de leurs institutions, ces compétences étant à la base même de la confiance des consommateurs.

Offre et demande : une relation complexe

Si les consommateurs ont des attentes et des préoccupations auxquelles les professionnels doivent répondre, les travaux actuels des psychosociologues tendent à montrer que les demandes des consommateurs sont aussi façonnées par l'offre qui leur est proposée. Il est donc important que les responsabilités, et notamment celle de la filière, soient reconsidérées sur ce point.

Contacts presse :

De Bouche à Oreilles
Claire BOUC
06 84 59 91 21
claire.bouc@de-bouche-a-oreilles.com

Interfel
Julie FROUCHT
01 49 49 15 20
j.froucht@interfel.com

A propos d'Interfel

Créée en 1976, Interfel rassemble et représente les métiers de l'ensemble de la filière fruits et légumes frais, de la production jusqu'à la distribution (producteurs, expéditeurs, grossistes, primeurs, chefs de rayon dans les enseignes de la distribution). Organisme de droit et d'initiative privés, elle est reconnue association interprofessionnelle nationale agricole par le droit rural français, ainsi que par l'Union européenne depuis le 21 novembre 1996 dans le cadre de l'OCM (Organisation Commune de Marché) unique. Interfel a pour missions notamment d'élaborer des accords interprofessionnels qui font force de loi et de mettre en œuvre des actions de communication informative et publi-promotionnelle.

www.interfel.com / www.lesfruitsetlegumesfrais.com

A propos d'Aprifel

Créée en 1981, 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), 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).

www.aprifel.com

Crédits photo : Régis d'Audeville

ANNEXE 1

RAPPEL DU PROGRAMME

Session introductive		C. Teysedre - Aprifel S. Barnat - Aprifel N. Bricas - Aprifel
Session 1 – Redonner confiance au mangeur : point de vue de la recherche	Pourquoi une perte de confiance dans notre alimentation ?	C. 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.	N. Bricas - Cirad
	Quelles leçons opérationnelles retenir du projet de recherche européen « Trust in food » ?	U. Kjaernes - Institut national norvégien de la recherche sur la consommation
Session 2 – Quelle communication consommateur pour établir la confiance ?	Construire une communication fiable entre les crises sanitaires	L. Gouello - CNA
	Table-ronde : témoignages des professionnels des fruits et légumes et médias	P. Berthelot - Europe 1 P. Deschamps - UNFD F. Lafitte - Organisation des Producteurs et de la mise en marché des produits R. Laroche - FCD P. Paillou - Restau'co
Session 3 – Instaurer et restaurer la confiance : le point de vue des associations de consommateurs	Principaux résultats du Baromètre de confiance	E. Rivière - TNS Sofres
	Table-ronde : témoignages des représentants d'associations de consommateurs	R. Bruyère - Familles Rurales P. Chrétien - Familles de France T. Damien - UNAF M. Derobert - AFOC P. Mercier - ADEIC C. Potdevin - CLCV
Session 4 – Comment installer la confiance dans la durée ?	Introduction Table-ronde	B. Chevassus-au-Louis - Ministère de l'Agriculture S. Coulon - DG Sanco P. Dehaumont - DGAL L. Grandin - FeL Partenariat® A. Maillé - DGCCRF M. Montureux - ANSES P. Pons - FeL Partenariat®