

# **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