

## L'Ania s'engage dans un pacte envers les consommateurs

© 10/05/2016 | Terre-net Média

L'association nationale des industries agroalimentaire, l'Ania, a présenté mardi un nouveau pacte alimentaire présentant les engagements de qualité, de transparence et de respect de l'environnement des fabricants, pour rétablir la confiance des consommateurs.



*Selon une étude menée par l'Ania, plus de 31 % des consommateurs disent ne pas avoir confiance dans les produits alimentaires.  
(©Terre-net Média)*

« **F**aire moins industriel », c'est la demande faite par une des consommatrices interrogée lors de la « consultation citoyenne » en ligne menée par l'Ania en début d'année, a raconté mardi son président Jean-Philippe Girard aux **Assises de l'agroalimentaire**. « Cela montre le chemin qu'il reste à faire », a-t-il souligné. « Si ces cinquante dernières années l'objectif était de répondre au boom démographique et aux changements dans les familles, le consommateur nous dit que ce n'est plus suffisant », a-t-il constaté.

Sur 8.800 répondants à l'étude menée par **l'Ania**, plus de 31 % disent ne pas avoir **confiance dans les produits alimentaires**. Entre le scandale des lasagnes à la viande de cheval, la guerre des prix et les manifestations d'agriculteurs, les consommateurs ne savent plus quoi penser et l'industrie est obligée de leur montrer les efforts que mènent les plus de 16.000 entreprises agroalimentaires françaises.

« Nous devons comprendre la perte de confiance des consommateurs alors qu'en 20 ans, nous avons fait tant de progrès », et que la France est saluée pour la qualité sanitaire de ses produits, selon Jean-Philippe Girard.

Ce pacte est donc l'occasion de lister les engagements déjà pris de certaines filières pour garantir la qualité des produits, évoluer avec les nouvelles études scientifiques en diminuant le sel ou le gras dans les préparations, ou encore en informant mieux sur **la composition des aliments**. Car c'est « l'information, l'éducation et la transparence » qui permettront de renverser la vapeur, a assuré Jean-Philippe Girard. Il faut « parler de nos recettes et de nos savoir-faire, mettre à l'honneur nos salariés, ouvrir nos usines », a-t-il clamé devant un parterre d'industriels.

Mi-2015, seuls 55 % des Français déclaraient avoir une bonne image de leur industrie alimentaire, selon un sondage de l'institut OpinionWay.