

« Quel New Deal alimentaire pour répondre au monde de demain ? »

Il était question du monde d'après lors de la table ronde annuelle organisée par l'ARIA Nouvelle-Aquitaine qui avait pour thématique « Quel New Deal alimentaire pour répondre au monde de demain ? ». La nouvelle place du consommateur, l'adaptation des recettes pour proposer des produits moins transformés, la frugalité, l'éducation alimentaire... ont été au cœur des échanges de cet atelier d'intelligence collective qui a été lancé par trois experts représentant la jeunesse et le futur.

Manger vrai pour vivre mieux

Dans un contexte où une augmentation de 10 % de la consommation d'aliments ultra-transformés est associée à une augmentation de 14 % de la mortalité, **Aris CHRISTODOULOU**, Président Fondateur de SIGA, est venu présenter aux entreprises la méthode d'évaluation de la transformation des aliments qui œuvre pour une alimentation de qualité.

SIGA est, en effet, une démarche scientifique qui prône une approche holistique des aliments, c'est-à-dire une approche globale et non purement quantitative, dans le but d'améliorer la qualité de nos assiettes. Elle propose aux acteurs de la filière alimentaire ses services et outils pour leur permettre de décrypter les aliments ultra-transformés, grâce à son score, et les accompagne dans la construction d'une offre alternative plus saine, c'est-à-dire des recettes plus simples et plus naturelles, donc moins transformées. Aris CHRISTODOULOU conseille de privilégier le bio, les produits bruts, de saison, locaux et les produits végétaux.

Les marques de demain sont les marques qui se co-construisent avec les consommateurs

Hélène JESSUA qui représente Didier LIVIO, cofondateur de l'Atelier consommateur et citoyen fondé par C'est qui le patron ?! a mis en lumière le besoin pour le consommateur de reprendre le contrôle sur son alimentation quotidienne. L'ambition des Ateliers Consommateurs et Citoyens (Ateliers C&C) est d'accélérer la transformation positive des produits de notre quotidien. Ce ne sont pas des panels, mais des groupes de consommateurs-citoyens engagés qui analysent le produit d'une entreprise, en toute transparence et bienveillance, et imaginent leur produit idéal, allant ainsi jusqu'à prendre la main sur la rédaction du cahier des charges du produit étudié. Des points de progrès à court, moyen et long terme sont établis. Parallèlement, les consommateurs citoyens définissent les prix qu'ils sont prêts à payer.

L'éducation alimentaire, une priorité

Fanny BASTEAU, Fondateur de L'oiseau vert, *Changer tout l'air de rien*, va même plus loin dans la prise en compte de l'avis des consommateurs : elle propose aux entreprises de les inclure dans leur Conseil d'Administration ! La reconnexion au monde agricole est également incontournable et fait écho à la frugalité, au sens de la sobriété et du mieux pour la santé, une attente pour de plus en plus de Français.

Dans le monde de demain, le consommateur doit devenir acteur de la chaîne alimentaire et partie prenante de l'amont-aval du secteur, en particulier avec les industriels. Comment ? en initiant des démarches collectives,

pour co-construire des produits que les consommateurs attendent (importance grandissante pour le développement durable et la transparence ; le goût ne suffit plus), afin de s'orienter vers une transformation positive et de redonner confiance aux consommateurs vis-à-vis des marques.

En effet le consommateur ne s'y retrouve plus aujourd'hui compte tenu des multitudes d'informations qu'il a à sa disposition et sur lesquelles il n'est pas forcément averti, ce qui crée de la confusion, de la culpabilité et qui peut aller jusqu'à la défiance.

La question de l'éducation alimentaire est aussi à remettre au cœur des priorités pour garantir une transformation positive, ainsi que la reconnexion avec le monde agricole.

Contacts presse

Caroline DESSEREZ caroline.desserez@aria-nouvelle-aquitaine.com 06 07 23 79 30

Véronique HUCAULT : 06 68 56 13 29

[À propos de l'ARIA Nouvelle-Aquitaine](#)

L'ARIA Nouvelle-Aquitaine est l'organisme professionnel représentatif de toutes les industries alimentaires de Nouvelle Aquitaine au service de la compétitivité, du développement de la filière et de l'attractivité du territoire.

Elle représente et défend les intérêts de la filière agro-alimentaire, auprès des pouvoirs publics (Etat et Région) en contribuant à la définition et à l'orientation des politiques publiques en matière d'aides aux investissements des entreprises, de formation etc... L'ARIA accompagne également les entreprises sur le plan opérationnel en détectant et ciblant de nouveaux marchés et/ou canaux de distribution, en les aidant à mettre leurs produits en marché (organisation de rencontres ou salons avec les distributeurs), et en matière de RSE ou de mutualisation logistique. De plus, l'ARIA contribue à la notoriété de ses entreprises adhérentes par la promotion des produits au travers de sa marque collective « Produit en Nouvelle-Aquitaine (PeNA) ».