



Supplément
SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

La tentation du local

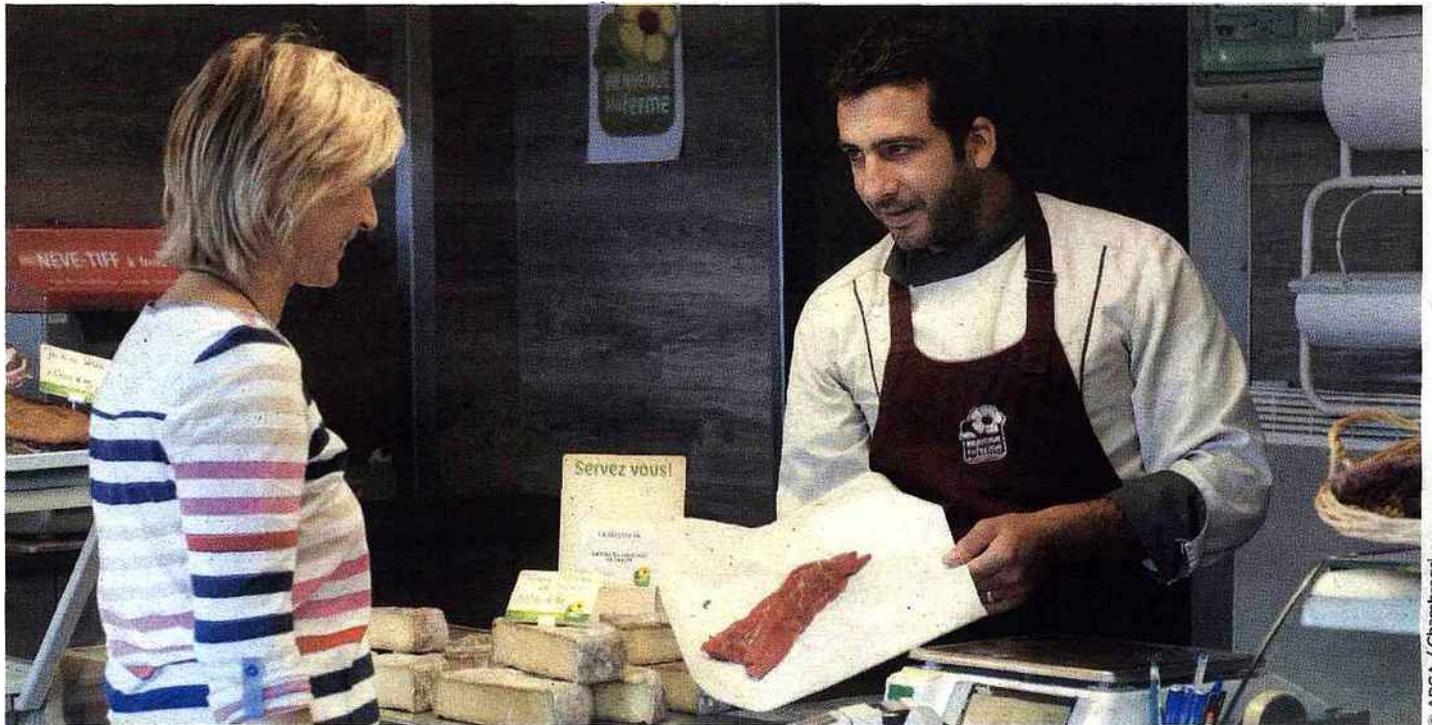
TENDANCE Proximité, nombre réduit d'intermédiaires, provenance connue... les filières courtes ont le vent en poupe. Focus sur un engouement déjà relayé par l'industrie agroalimentaire.

Echaudés par les scandales qui ont secoué le secteur de l'alimentation ces dernières années, les consommateurs se tournent de plus en plus vers le local. Si près de 7 Français sur 10 s'approvisionnent toujours en priorité en grandes surfaces, la même proportion déclare consommer plus de produits locaux depuis deux ans : 46 % y trouvent même un gage de réassurance, comme en témoigne l'enquête Ipsos menée en janvier dernier pour le réseau Bienvenue à la ferme. Ce leader de l'accueil et de la vente à la ferme, qui fête ses 25 ans, n'en finit plus de grandir. Ses 9 000 adhérents proposent leurs produits directement à l'exploitation ou via des circuits courts, dans toute la France. « Le contact avec le producteur vaut toutes les étiquettes !, explique Jean-Pierre Motte, président de

l'enseigne. L'engagement de l'agriculteur est une garantie de sécurité et de qualité pour le consommateur. De plus, avoir accès à des matières premières brutes lui permet de maîtriser son alimentation de bout en bout. »

■ DIFFÉRENTS MODES DE VENTE

Acheter local est une chose. Avoir le temps et les moyens de se déplacer pour le faire en est une autre. Mais si le client ne peut pas venir au fermier, pas de souci : ce dernier ira à lui ! Ainsi a vu le jour, en 2013 en Aquitaine, le premier drive fermier chez Bienvenue à la ferme. On en compte quatre aujourd'hui et vingt dossiers d'ouverture sont en cours. Le principe est simple : l'internaute locavore s'inscrit sur un site internet, saisit sa commande et passe la prendre dans un lieu de retrait situé en périphérie. Autre initiative, les magasins de producteurs, qui essaient aussi à tout va. « On crée un point de vente autour d'un groupe de 15 à



© APCA / Chambagri

Grâce au réseau de vente Bienvenue à la ferme, on peut s'approvisionner directement auprès des producteurs à travers toute la France.

20 producteurs qui se relaient sur place pour proposer entre 50 et 60 produits, détaille Jean-Pierre Motte. Tous se sont engagés à travers un cahier des charges précis : respect des règles sanitaires, vente de produits issus de sa propre ferme... »

Plus classiques, mais tout aussi plébiscités, les Marchés de producteurs de pays ne regroupent que des producteurs fermiers et artisanaux qui privilégient le contact direct avec le consommateur et sont organisés de façon ponctuelle sur tout le territoire. Mais les exploitants agricoles ne s'appuient pas forcément sur une marque ou un réseau. En revanche, ils bénéficient du soutien des Chambres d'agriculture et de la vitrine offerte par internet qui regorge d'annuaires verts recensant ce type d'initiatives. Le site

lescarottes.com offre ainsi un carnet d'adresses interactif qui géolocalise les circuits courts à proximité. Née en 2011, la Ruche qui dit oui, une plate-forme web qui met en relation producteurs et clients d'une même ville ou région, revendique 360 antennes, et plus de 200 en construction. Quant au site Ecopousse, il permet, via un puissant moteur de recherche, de dénicher les offres alimentaires durables près de son domicile.

■ SOLIDARITÉ ET REDISTRIBUTION

« L'important pour le consommateur est de connaître la provenance de ce qu'il mange, juge Elisabeth Laville, fondatrice du site MesCOURSES pour la planète. Le local remporte un franc succès car il devient accessible partout, offre à la fois des produits du terroir et de qualité, tout en

procurant le sentiment que la proximité réduit la déperdition de l'information. » Mais ce n'est pas la seule raison du succès de la tendance locavore. Vingt ans après la campagne de communication « Nos emplettes sont nos emplois » visant à promouvoir l'achat de « made in France », la solidarité économique joue à plein et près de 9 Français sur 10 disent ainsi privilégier les entreprises ayant une implantation locale (baromètre Ethicity). Les hypermarchés l'ont bien compris, et disposent tous désormais d'un espace dédié à la production de proximité. Les grandes marques ne sont pas en reste. Findus va même jusqu'à afficher un argument choc pour vendre ses barquettes de légumes : « Préférez une boîte qui maintient l'emploi en France ». M.H.

Applis et sites malins

Openfoodfacts.com

Ce site gratuit collecte des infos sur la composition de plus de 16 000 produits alimentaires dans le monde.

La Marché citoyen

Un site (lemarchecitoyen.net) et une appli (LMCphone) qui donnent accès à un répertoire interactif de quelque 4 000 commerces et services bio.

Mesadressesvertes.com

Destinés aux Parisiens, ce site et cette appli gratuite déclinent toutes les bonnes adresses où acheter sain.

Guid'alim

Avec cette appli gratuite, il suffit de scanner le code-barres d'un produit pour obtenir illico des infos sur ses valeurs nutritionnelles, ainsi que des alertes sur les teneurs en sucre et graisse, ou encore sur la présence d'additifs.

Mescoursespourlaplanete.com

En plus d'un fil d'actualités sur la consommation durable, on y trouve des guides pratiques (labels, made in France, produits de la mer...) à télécharger gratuitement.

Maconsomaplanete.com

En un clic, les jeunes internautes y obtiennent des news et infos pratiques sur la meilleure façon de consommer et de s'alimenter.

Prévenir les risques à l'échelle mondiale

Produits frais, transformés, viandes, légumes et fruits... comment fonctionne la sécurité alimentaire à l'heure de la mondialisation ?

Pour faire face à la complexité de la filière alimentaire, l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture mondiale (FAO) a mis en place avec ses États membres le programme EMPRES (EMPRES-Sécurité des aliments). Son objectif est de prévenir et maîtriser les risques sanitaires à l'échelle internationale en offrant à ses membres des services articulés autour de trois axes : alerte, réponse rapide, prévention des situations d'urgence. Ce dispositif est un élément clé du Cadre de gestion des crises pour la filière alimentaire (FCC) qui traite toutes les menaces, de la production à la consommation, sur la santé animale,

la protection des végétaux et la sécurité sanitaire des aliments. En Europe, le système de redevance qui finance les contrôles dans les secteurs du lait et de la viande doit être étendu à l'ensemble de la filière. Les micro-entreprises y échappent, mais elles sont tout de même sous surveillance. Les États membres de l'Union européenne ont pour obligation de délivrer des sanctions pénales ou administratives, même si le tarif varie suivant les pays : une fraude à l'étiquetage est passible de deux ans de prison en Grande-Bretagne, alors que la sanction maximale en France s'élève à 187 000 €.

M.H.



Le programme EMPRES a pour but de prévenir et maîtriser les risques sanitaires à l'échelle internationale.

© Noemie Debot-Ducloyer / Agriculture Information