



Communiqué de presse
Paris, le 05 février 2009

Agri Confiance : une réponse aux enjeux de société en phase avec les attentes des consommateurs

La crise économique est en train de bouleverser fondamentalement les modèles et les repères en matière de production agricole. Le contexte tourmenté que nous vivons transforme ce qui n'était hier qu'une aspiration citoyenne, en réelle préoccupation pour des consommateurs qui attendent aujourd'hui des réponses concrètes. La récente synthèse des baromètres de l'alimentation du CREDOC (décembre 2008), qui fait état d'un retour aux valeurs refuges, le démontre parfaitement : les Français sont en quête d'authenticité, de lien social et de proximité, indissociable selon eux d'une production agricole de qualité, sûre et respectueuse de l'environnement.

La crise n'aurait donc pas que des effets négatifs et pourraient à moyen terme servir de catalyseur à une véritable révolution des modes de production et de consommation. Une situation qui profitera aux coopératives agricoles françaises, dont les valeurs sont reprises dans la signature Agri Confiance, et sont parfaitement en phase avec ces enjeux sociétaux :

- Une organisation qui redonne un sens aux liens qui unissent les hommes, les territoires et les produits
- Une échelle territoriale de production pertinente, face aux problématiques environnementales et de sécurité alimentaire
- Une réponse économique et sociale forte qui permet d'assurer la viabilité des exploitations agricoles et la mise en place, avec Agri Confiance, d'une démarche globale de responsabilité

Avec Agri Confiance, les valeurs traditionnelles des coopératives françaises comme « l'éthique » et la « responsabilité », indissociables du sociétariat, riment aussi avec « traçabilité, qualité, hygiène, sécurité », Cette signature Développement Durable de la coopération agricole française prend également tout son sens avec le Grenelle de l'environnement. Elle constitue un modèle de démarche collective à mettre en œuvre pour l'ensemble du secteur agricole : gestion raisonnée des intrants, des déchets, des ressources naturelles, des nuisances sonores, des paysages et des territoires.

Depuis 10 ans, le succès d'Agri Confiance ne se dément pas. Aujourd'hui plus de 31 000 producteurs sont associés à cette démarche, dont 10 000 ont déjà adopté son volet environnement. De plus en plus de produits signés sont disponibles dans les linéaires. Parmi les nouveaux arrivants, on compte :

Val de Vire : « valoriser la qualité du produit et du travail des producteurs de pommes à cidre »

Quelques jours après la Chandeleur, c'est au tour de Val de Vire, filiale de la coopérative Elle&Vire et numéro deux du cidre en France, d'annoncer la signature de son produit phare Mont Saint-Michel. Le logo Agri Confiance figurera dès le mois de mars prochain sur les bouteilles de cidre.

Jean-Marie Ollivier, Directeur Commercial et Marketing, croit en cette démarche pour les trois valeurs que celle-ci garantit aux yeux du consommateur : la qualité du produit, sa valeur éthique et la protection de l'environnement ».

Saint-Mamet s'engage avec Agri Confiance

Saint-Mamet s'engage dans une démarche développement durable valorisant une agriculture française respectueuse de l'environnement. Les produits concernés seront la gamme méditerranéenne : pêche ; poire ; bigarreaux. Saint-Mamet appartient à Conserves France qui regroupe des agriculteurs associés via la coopérative Conserve Gard. Fort de sa position de leader sur le marché Salade de Fruits, Saint-Mamet proposera ses premiers produits signés Agri Confiance dès juin 2009. Thierry Meynier de Salinelles, Président de Conserve Gard voit dans ce projet élaboré avec leur partenaire industriel Conserves France, une manière de valoriser le travail initié en amont par les producteurs par l'usage de la marque Agri Confiance® sur les conserves.