

**Dossier**

**Que pensent les acteurs  
de la traçabilité ?**



## Synthèse de 50 interviews d'acteurs de la métropole lyonnaise

La démarche d'APE a été de concrétiser son analyse de presse et de synthèse documentaire par la réalisation de 50 entretiens, dont voici la synthèse :

### Les industriels :

Ils ont en général une définition assez unanime de la traçabilité. C'est une identification et un suivi d'un produit depuis le producteur jusqu'au consommateur.

Les industriels mettent en général en place les systèmes de traçabilité en même temps que les démarches qualité. Cette traçabilité leur semble maîtrisée au sein de leur entreprise mais certains industriels interviewés se posent des questions sur ce qui est réalisé en amont et en aval.

Selon eux, ce sont les diverses crises alimentaires et la réaction des consommateurs qui leur ont fait prendre conscience de la nécessité et de l'utilité d'un outil de traçabilité performant.

Au sein des entreprises, la mise en place du système de traçabilité semble relativement difficile à chiffrer du fait qu'elle fait partie intégrante de la démarche qualité. La traçabilité semble se généraliser puisque, pour la plupart, la connaissance de l'origine des produits qu'ils achètent est un critère principal lors du choix des fournisseurs.

Les contrôles effectués pour éprouver le système semblent relativement stricts et sévères tout en étant assez bien acceptés de manière générale. Les entreprises enquêtées semblaient plus ou moins toutes disposer d'un système de traçabilité depuis plusieurs années, mais les récentes crises ont amené à renforcer et améliorer ce système. Il semble relativement difficile d'utiliser la traçabilité comme un argument marketing vis à vis des consommateurs car ceux-ci ne se rendent pas compte des efforts entrepris en amont et pensent, peut-être à juste titre, que la sécuri-

té « totale » est un dû et non un privilège. Le consommateur ne sait pas exactement ce qu'il veut. L'essentiel consiste à réaliser une analyse complète et approfondie de l'ensemble de la filière afin d'identifier les points faibles ou les freins. La traçabilité constitue en ce sens un enjeu essentiel pour certaines entreprises en manque de dynamisme.

### Les producteurs :

La traçabilité se définit comme une connaissance et une maîtrise des différentes étapes subies par le produit. Cela passe donc par la connaissance de leur origine, ce qui concerne les producteurs en premier lieu.

Il semble pour l'instant que la traçabilité soit de type "artisanal" mais elle est en cours d'informatisation. Ce sont les réglementations et la loi qui sont à la base du développement de ce type de pratiques. Il convient toutefois de relativiser cela par le fait que les exploitants réalisant de la « transformation produit » sur leur site sont obligés d'avoir des pratiques plus strictes (rigueur, bagues, Direction des Services Vétérinaires...)

Les producteurs sont nombreux à mettre en doute l'efficacité de la traçabilité en aval sur l'ensemble de la filière. Cependant, ils accueillent cette pratique avec attention car elle constitue un bon moyen pour eux de se défendre lorsqu'on les accuse lors des crises alimentaires.


Ils pensent que la traçabilité va se banaliser et devenir obligatoire. Ils préconisent, de ce fait, un contrôle de l'information à divulguer au consommateur en terme de qualité et de quantité afin de ne pas lasser et de ne pas réduire la crédibilité des acteurs.

### Les restaurateurs :

Les restaurateurs semblent bien informés en ce qui concerne la traçabilité, qui est un phénomène récent. Elle est à leurs yeux aujourd'hui indispensable car il y a eu trop d'abus. Pour eux il s'agit d'une garantie qui tranquillise les consommateurs. Elle devrait se développer encore dans l'avenir (bien qu'elle coûte cher). Ils se sentent très concernés, et ont pour devoir de proposer de bons produits et donc de bien choisir leurs fournisseurs. Ensuite, ils leur font confiance. Eux n'interviennent pas vraiment dans le travail de traçabilité et ne pensent pas que cela viendra dans leur profession. Ce n'est pas leur rôle. Les consommateurs demandent rarement l'origine des produits (surtout la viande), et sont peu intéressés directement par la traçabilité. Il y a quand même une prise de conscience sur l'importance de la qualité et certains restaurateurs mettent en avant la provenance de leurs produits (France). En tant que consommateurs, ils semblent peu sensibles aux crises alimentaires et ne changent pas leurs habitudes de consommation.

### Les laboratoires :

Selon le responsable du laboratoire d'analyses César, la traçabilité est tout bénéfique pour les consommateurs, mais aussi pour les producteurs car elle assure une couverture irréprochable en cas de problème. Pour lui, les consommateurs ne sont pas conscients de l'importance du dispositif de traçabilité et de qualité mis en place tout le long des



filiales. Les médias ont tendance à exagérer les crises et ne mettent pas assez en évidence les efforts déployés par les acteurs de la filière. Il y a un gros problème de communication. Le problème est que la traçabilité est invisible pour le consommateur. Pour lui, la traçabilité n'est jamais totale, et dépend de chaque filière. Elle n'est qu'une partie de l'assurance qualité. Dans le futur, les principaux risques alimentaires seront les bactéries virulentes, les OGM et les dioxines. La traçabilité permettra de fournir un peu plus de transparence.

#### **Les enseignants-chercheurs (Mr Bouvier et Mme Vachette)**

Le consommateur privilégie la traçabilité descendante. La traçabilité résulte d'une volonté des pouvoirs publics, qui ont un rôle de santé publique (sécurité du consommateur), et ce besoin a été conforté par les récentes crises alimentaires. La traçabilité se développe très vite dans la filière bovine, et s'étend aussi aux autres filières viandes. Parallèlement se développent les concepts de qualité, HACCP, normes ISO. D'ici à 5 ans ce phénomène devrait se développer dans l'ensemble des secteurs (il n'y a pas encore de réglementation pour les produits non carnés). La traçabilité doit être élaborée par l'ensemble d'une filière. Si le consommateur n'est pas trop exigeant en terme de traçabilité (manque d'information et de connaissance du problème), il est en revanche très sensible aux crises alimentaires. Il se focalise sur l'origine française du produit. Le coût du dispositif de traçabilité est très important, mais indispensable. La grande distribution pousse à la traçabilité.

#### **Les artisans**

Les boulangers interrogés se sont montrés peu prolixes à ce sujet et ont même eu tendance parfois à fuir les questions. Si l'un définit cor-

rectement le terme de «traçabilité», l'autre semble se limiter à sa propre position dans la chaîne du pain : provenance de sa farine (or la farine est issue de tel blé, lui-même issu de tel champ sur tel sol dans telle région,...). Globalement, ils ne semblent pas vraiment avoir assimilé complètement la notion de traçabilité. La confusion avec la notion de qualité est forte.

Le cas du poisson est particulier car, comme l'explique lui-même le poissonnier sollicité, la notion d'origine reste floue (produits de la mer) et il y a peu d'intermédiaires. Le seul document dont se sert le poissonnier est le certificat vétérinaire apposé lors de la vente à la criée. Selon lui, la notion de traçabilité n'a donc de sens dans ce secteur que pour le saumon d'élevage Label Rouge pour lequel on garantit l'origine de la nourriture distribuée aux poissons. Il explique qu'il ne s'agit cependant pas d'un retard par rapport aux autres filières, mais simplement d'une absence de nécessité étant donné que le produit est beaucoup plus « naturel ».

Un ancien boucher qui s'est reconverti dans la sandwicherie, est fortement imprégné de la culture viande. Il connaît la notion de traçabilité et a des idées sur la question. Toutefois, son commerce n'est pas impliqué. Le terme de «confiance» surgit à nouveau, et les renseignements qu'il demande et obtient sur ses produits sont flous.

En revanche, un patron de boucheries a eu un discours qui impliquait beaucoup plus sa marchandise. Baignant complètement dedans, le boucher de métier apparaît comme étant passionné par l'évolution de la traçabilité et la formidable perfection du circuit viande actuel. Alliée à un label rouge charolais, la grande étiquette sur portoir vert indique clairement que la traçabilité est ici un argument de vente. La sécurité du consommateur, le fait qu'il se sente rassuré lorsqu'il vient

acheter son bifteck, tels sont les soucis d'un boucher professionnel. Contrairement aux précédents, les clients du boucher questionnent au sujet du produit et boycottent la viande bradée depuis les crises médiatiques de ces dernières années. Ainsi le boucher n'achète plus que de la carcasse française, garantit un niveau de qualité avec son label, et affiche ostensiblement la carte d'identité du bovin tué correspondant aux morceaux du jour. Comme un peu tous les autres interrogés sauf le boucher professionnel, un fromager pense que le stade atteint aujourd'hui est suffisant et qu'aller plus loin signifierait davantage d'astreintes administratives, de documents à conserver, et amplifierait le phénomène de psychose alimentaire. Bien qu'il ne possède qu'un petit commerce, le fromager retire un produit en cas de doute, car c'est son image qui est alors en jeu.

#### **Les distributeurs**

Avec les distributeurs l'implication est plus grande. La notion de traçabilité est apparue plus tôt et leur rend service sur le plan de la logistique. Ils semblent convaincus de l'état d'avancement des choses. Un manque d'homogénéité a été exprimé, toutes les régions n'ayant pas les mêmes exigences. Il n'est pas surprenant qu'un responsable de chez Auchan nous annonce que la traçabilité fait partie des critères de choix d'un fournisseur. On apprend que chez Casino, c'est chaque semaine un produit ayant suscité des remarques de plusieurs clients qui revient au « service achat » pour y être analysé avant d'être remis en rayon. Si un problème est détecté, ils remontent la filière pour chercher les causes et prendre des mesures. Les clients sont vus comme ayant changé leur comportement d'achat (attention, méfiance/prix bas, etc.). On peut noter qu'à



leur sens, l'étiquetage et la traçabilité ont une grande importance sur le choix des produits mis en vente, alors que les producteurs estiment que seul le prix des entités alimentaires vendues intéressent les distributeurs. La norme ISO 9002 impose à certains distributeurs un auto-contrôle strict (audit) et des contrôles extérieurs annuels (AFAC). La signature d'un cahier des charges avec un industriel ne se fait pas sans une garantie de provenance du produit.

### Les consommateurs

Les consommateurs interrogés semblent peu préoccupés par la quantité d'informations présentes sur les emballages : la plupart du temps, elle est estimée suffisante. Les données qui sont recherchées sont les suivantes : composition, matière grasse, date limite de consommation, prix, fibres. Les critères de qualité de l'alimenta-

tion leur sont très difficiles à déterminer. Certains critères sont souvent cités : marque, composition, prix. D'autres personnes sont imprécises et mentionnent leur expérience dans le produit, la provenance, le type de production ou le lieu d'achat. La confiance dans le vendeur ou le producteur semblent être de mise. Presque tous déclarent avoir été sensibles aux crises alimentaires, sans savoir toutes les énumérer, même si dans l'ensemble des entretiens on arrive tout de même à en recenser la plupart. Elles déclarent aussi dans la moitié des cas ne pas avoir changé leur système d'alimentation, ni être plus exigeantes quant à la qualité de ce qu'elles consomment. Dans tous les cas, l'origine est un critère important en ce qui concerne les attentes des consommateurs, tant sur les produits viande que sur les légumes, fraises, fromages, fruits, poissons ou laitages.

Le thème de la traçabilité ne leur est pas inconnu, puisque beaucoup d'entre eux en ont entendu parler à la radio ou à la télévision. Ceux qui nous en donnent une définition sont très proches de la réalité. Les implications supposées de la mise en place de la traçabilité sont par contre très hétérogènes : on parle de rentabilité supérieure pour le producteur, de meilleure image donnée au produit, de complexification du travail du producteur ou du transformateur, et d'investissements lourds. Pour certains, ceci permettra de limiter l'achat de produits étrangers, et pour d'autres, cela n'empêchera pas les "magouilles". Dans tous les cas, les personnes interrogées se déclarent prêtes, quand ce n'est pas déjà le cas, à prendre ce critère pour critère d'achat.



## Interview de Patrick Bouvier

enseignant-chercheur à l'ISARA (Institut Supérieur d'Agriculture Rhône-Alpes)

### **APE : pouvez vous nous donner une définition de la traçabilité ?**

Mr Bouvier : c'est ce qu'il faut mettre en place pour retrouver l'origine d'un produit en cours d'élaboration ou fini, et pour prévoir quelle va être l'affectation des matières premières ou d'un produit fini. La traçabilité peut être ascendante ou descendante. Le consommateur privilégie la traçabilité ascendante, c'est-à-dire de pouvoir remonter à l'origine d'un produit. C'est donc ce volet de la traçabilité qui est le plus marqué actuellement.

### **Quelle est l'origine de la problématique ?**

C'est à la base une volonté des pouvoirs publics qui n'est pas récente. Des éléments récents ont accéléré le processus notamment dans la filière viande bovine en France. Au niveau européen et mondial, l'ESB a réactivé ce problème. D'autres « incidents majeurs » (dioxine, listeriose, Coca-Cola...), qui ne sont pas forcément des phénomènes nouveaux, confortent le besoin de traçabilité sur l'ensemble des produits alimentaires.

### **Quels sont les principaux acteurs de la traçabilité ?**

En premier lieu, on peut citer les pouvoirs publics qui se préoccupent de questions de santé publique. Ils ont un rôle prépondérant. Les autres acteurs sont ceux des filières entières :

agriculteurs, transformateurs (intéressés pour des questions d'argent), distributeurs et consommateurs (intéressés pour des questions de santé). La traçabilité ne peut pas se raisonner de manière individuelle, mais seulement par filières entières. Les différents acteurs ont donc des intérêts communs, à des niveaux différents.

### **Quelle est selon vous la position actuelle du consommateur ?**

Le consommateur, par manque d'information, n'est peut être pas aussi exigeant qu'on le dit sur ces questions de traçabilité et de sécurité alimentaire. Par contre, il prend peur à la moindre alerte. Les chefs de boucheries ont actuellement peu de questions venant des consommateurs, et surtout des questions d'origine (anglaise ou non). Ils pensent que le consommateur va se mobiliser, mais qu'il n'est encore pas trop au courant. C'est donc actuellement surtout un problème État/filières. Le consommateur mélange un peu tous les termes (traçabilité, qualité...). Il est informé, mais pas formé. Sur la masse globale, les consommateurs ne sont donc actuellement pas très conscients mais ça pourrait venir.

### **Quels sont les principaux problèmes de la traçabilité ?**

On ne peut pas mettre toutes les informations concernant les produits

sur une simple étiquette. Pour l'instant, les consommateurs sont rassurés par les numéros de lots correspondants à la traçabilité. Le but de la traçabilité est de donner le plus d'informations transparentes possible. Quand il fait ses courses, le consommateur est plutôt passif. Il n'a pas le temps d'être acteur. Les associations de consommateurs agissent un peu mais pas les consommateurs individuels. Sur la filière viande, il y a de gros changements depuis quelques années (étiquettes, code barres à faire suivre à chaque découpe supplémentaire, ce qui est très contraignant). Ceci demande du temps, de la main d'œuvre, des adaptations de matériel...

### **Quelle est votre vision de l'évolution à court terme de la traçabilité ?**

On avance très vite sur les viandes bovines. Certaines personnes anticipent et mettent en place la traçabilité dans les autres filières viande. Ceci est renforcé par un mouvement du gouvernement. Les secteurs non viande sont aussi concernés par la traçabilité. Ce phénomène est à mettre en lien avec les notions de qualité, HACCP, normes ISO... Dans les 5 ans, il pourrait y avoir anticipation et généralisation dans tous les secteurs.

## Interview de Jean Guillaume Mouchel

restaurateur (Comptoir des Marronniers)

### **APE : Qu'est ce que la traçabilité à votre sens ?**

Mr Mouchel : Je pense que c'est un moyen de retrouver l'origine d'un produit. Cette traçabilité est devenue importante à cause de crises comme la "Vache Folle", et est née à cause des abus de l'homme.

### **Ces abus existent-ils toujours dans le monde professionnel ?**

Bien au contraire, on a aujourd'hui tendance à aller dans le sens opposé, de manière un peu excessive peut-être. Mais dans l'ensemble, producteurs et transformateurs ont pris conscience du problème et se sentent réellement concernés.

### **Et vous en tant que restaurateurs, avez-vous des contraintes quant à cette traçabilité ?**

Nous avons le devoir de choisir un bon produit, mais si le travail est fait correctement à la base, il n'y a pas de problèmes.

### **Quels sont vos critères de choix lorsque vous achetez vos produits ?**

Le principal facteur sur lequel je peux jouer pour avoir des produits de qualité, ce sont les fournisseurs. Je les choisis en fonction de ce que je souhaite proposer à mes clients.

### **Vous faites allusion à la qualité, est-ce un de vos arguments marketing ?**

Je m'inscris dans une démarche qui tend à proposer des produits de qualité, c'est pourquoi l'origine des produits est inscrite sur ma carte. Je reconnais qu'il s'agit d'un argument de vente, mais j'estime que c'est le minimum que l'on doit fournir à ses clients si l'on souhaite qu'ils aient confiance.

### **Avez-vous déjà eu des problèmes avec des clients ?**

Ça ne m'est jamais arrivé et j'espère que cela ne m'arrivera jamais. Ma

clientèle a confiance en la qualité de mes produits et je les en informe.

### **Donc selon vous, les clients sont conscients des efforts entrepris pour la traçabilité.**

Je crois que le consommateur en est conscient, mais il n'est pas encore prêt à payer la différence. Le problème que l'on entend souvent ressortir lorsqu'on parle de traçabilité ou de qualité, c'est le prix.

### **Pensez-vous que cette nouvelle tendance rentrera dans les mentalités des gens ?**

Je reste très pessimiste face à cette possible évolution. En effet, bien que les gens soient conscients qu'une alimentation de qualité soit meilleure pour eux, je crains qu'on ait la mise en place dans les années futures de deux régimes de qualité alimentaire, selon le niveau de vie des gens.

## Interview de Bernard Gabelle

arboriculteur

**APE : Selon vous, que signifie le terme « traçabilité » ?**

Mr Gabelle : C'est la possibilité de suivre le produit depuis sa production jusqu'à sa vente. Elle permet de connaître toutes les transformations subies et elle s'est surtout développée après la crise de la « Vache Folle ».

**Existe-t-il une traçabilité au sein de votre entreprise ?**

Notre système de traçabilité permet de connaître la parcelle sur laquelle ont été produits les fruits. Le producteur est également identifiable grâce à un système de numérotation.

**Les efforts engagés dans la mise en place du suivi traçabilité permettent-ils de répondre aux exigences des consommateurs ?**

Je le pense sincèrement. Les

consommateurs (mais surtout les distributeurs) exigent des marchandises garanties par un système de traçabilité. Ils sont de plus en plus soucieux et se posent beaucoup de questions suite aux crises alimentaires.

**A propos de ces crises, croyez-vous que la traçabilité est un moyen sûr de les contrer ?**

Toutes les démarches de traçabilité d'un produit visent à apporter un service de sécurité alimentaire aux consommateurs. Mais ces phénomènes vont se banaliser et devenir obligatoires.

**La généralisation d'une telle pratique ne risque-t-elle pas d'apporter l'effet contraire souhaité ?**

Cette banalisation de la traçabilité va atteindre ses limites d'ici peu de

temps, c'est pourquoi il convient de s'interroger sur sa vraie signification. La traçabilité devrait être un argument de qualité et non de vente. En fait c'est pour le client un moyen de sélectionner ses fournisseurs. Cependant elle devrait permettre d'augmenter le prix du produit. Les industriels cherchent actuellement à utiliser ce filon.

**Vous paraissez relativement sceptique face à cette traçabilité. Que reprochez-vous à son utilisation ?**

Tout simplement qu'elle est trop abusive.

## Assurer la traçabilité pendant les moissons

enquête menée par Olivier Pilat, revue "Réussir", novembre 1999

**Une bonne valorisation des blés de qualité demande une logistique rigoureuse pendant la moisson. Un mauvais aiguillage d'un lot ou une erreur d'analyse peuvent annuler tous les efforts consentis pendant la campagne. Capafrance, une coopérative du Val d'Oise, a mené la réflexion jusqu'au bout. Reportage.**

Les exigences des consommateurs en terme de qualité se répercutent jusqu'aux producteurs. Il faut obtenir à la fois un produit avec des garanties sanitaires irréprochables, qui répond aux critères technologiques des industriels et qui prenne en compte l'environnement. Le tout doit être prouvé pour rassurer tous les intervenants de la filière. L'enjeu est de taille puisque qu'il s'agit d'obtenir une traçabilité totale depuis la parcelle. Capafrance, une coopérative du Val d'Oise, a fait le pari avec ses clients meuniers et une enseigne de la grande distribution d'obtenir cette qualité et de la certifier par un organisme indépendant, Qualité France. Elle a mis en place une logistique très intéressante pour valoriser au mieux les lots de blé. De la ferme aux meuniers, le produit subit des contrôles draconiens visant à supprimer les risques d'erreurs. Une démarche qui s'inspire des certifications Iso, mais plus contraignante car elle impose une garantie de la qualité intrinsèque du produit. Partant du constat simple qu'il est très difficile techniquement d'alloter le blé quand tout est livré à la coopérative pendant la moisson, Capafrance a favorisé le recours au stockage à la ferme. Près de 80 % de sa collecte est stockée en ferme. Une prime spécifique de la coopé-

rative de 3,5 francs le quintal (quelque soit la période de livraison) aide à l'investissement. Mais le stockage à la ferme doit répondre à certaines exigences : échantillonnage de chaque benne, lots par variété et par parcelle, ventilation recommandée (sinon une seule matière active insecticide autorisée : la deltaméthrine). Tout doit être consigné sur le plan de stockage, un document mentionnant par espèce, le numéro de lot, la variété, la parcelle.

### Traçabilité parfaite

Pour les livraisons à la coopérative, une procédure a été instaurée pour éviter les erreurs d'aiguillage. « Sur chaque benne est indiqué le numéro de l'adhérent, cela facilite le travail de la personne à la bascule », indique Bernard Hecquet, directeur de la coopérative. L'échantillon de la benne subit une batterie d'analyses : humidité, protéines, indice de Hagberg, force boulangère (pour la première benne d'une parcelle, sur les autres si la première est déclassée). Des tests qui prennent 6 minutes par échantillon ! Et effectivement, il y a un bouchon devant la bascule, entre ceux qui arrivent et ceux qui veulent repartir ! De quoi favoriser le stockage à la ferme ! « Nous avons changé toute notre chaîne informatique. Selon les critères de qualité du blé, l'ordinateur propose la cellule adaptée », poursuit Bernard Hecquet. Et il a le choix, pas moins de 64 cellules sont disponibles pour isoler les lots ayant les mêmes caractéristiques. Avant de quitter la bascule, on remet au livreur un « bon de déchargement » indiquant le numéro de la fosse où il doit benner et qu'il doit donner au

responsable du silo. « Une procédure qui évite les oublis et bien des erreurs de manipulation. Une benne dans une mauvaise fosse et toute une cellule peut être déclassée ! », indique le directeur. Un échantillon est conservé par la coopérative indiquant le nom du livreur, la variété, le numéro de cellule et le numéro du bon de livraison. Un moyen de remonter rapidement la chaîne en cas de problèmes.

### Acteur de la filière

Ainsi, la récolte est dès le départ bien répartie, soit à la ferme, soit dans les cellules de la coopérative. Il est maintenant beaucoup plus facile de répondre aux besoins des clients. « On peut faire des mélanges à la carte très précisément quand on connaît les caractéristiques intrinsèques du produit et ses méthodes de production », précise Bernard Hecquet. Un moyen d'accéder à des marchés plus haut de gamme et d'accroître la valeur ajoutée des céréales. Le Camp Rémy a été payé à l'agriculteur 90 francs le quintal cette année pour un rendement de 70 à 80 quintaux à l'hectare. L'équivalent d'un blé fourrager dont le rendement dépasse les 100 q/ha. Les agriculteurs connaissent leurs clients et le marché, un moyen d'être acteur de la filière, de participer plutôt que de subir. Une façon aussi de retrouver un sens à son métier d'agriculteur, et d'après Bernard Hecquet « dans l'absolu, de manger son blé à travers le pain qu'il achète dans son hypermarché ».



## Conclusion

---

Au travers de cette étude, nous avons pu mettre en évidence l'ambivalence qui apparaît à nos yeux aujourd'hui : les différentes crises alimentaires et leur médiatisation ont entraîné un phénomène de prise de conscience massive (se traduisant par un souci de qualité et de sécurité alimentaire) qui s'oppose aux tendances de la société de consommation de la dernière décennie, à savoir rapidité, praticité et simplicité du mode de restauration.

Face à cette nouvelle demande des consommateurs, l'ensemble des acteurs du domaine agroalimentaire ont pris conscience du phénomène et prennent les mesures nécessaires à un meilleur suivi des entités alimentaires. La mise en place de la traçabilité, dans une optique d'amélioration de la qualité et de la sécurité alimentaire, est donc aujourd'hui intensifiée. Malgré cela, ne doit-on pas admettre l'existence d'un réel problème social, lié à la généralisation de la vie urbaine. Tenu à l'écart de la production des aliments qu'il consomme, le consommateur développe un sentiment d'inquiétude.

Mais les consommateurs, que nombre de professionnels affirment considérer comme les acteurs et décideurs de l'évolution du système agroalimentaire,

sont-ils réellement acteurs ou simples spectateurs ? On est en droit de se demander si le système évolue en fonction des attentes du consommateur ou si l'attitude parfois alarmiste des médias, l'exagération soudaine de l'attention qui lui est portée ne sont pas les facteurs qui conditionnent sa demande et nous font penser qu'il reçoit une réponse à ses attentes.

Si l'on ne veut pas que la traçabilité devienne un simple attrait "publicitaire" aux vertus apaisantes et rassurantes, il faut avant tout travailler dans le sens d'un souci d'information et de formation.

Conscients du fait que ce que nous consommons aujourd'hui conditionne ce que nous serons demain, nous avons voulu, en tant qu'étudiants et jeunes acteurs de la vie lyonnaise, partager notre réflexion et notre point de vue sur nos préoccupations alimentaires. Les rencontres avec des professionnels de l'agroalimentaire nous ont permis d'enrichir nos idées et d'en débattre.

A l'occasion du forum « Qualité et sécurité alimentaire : quelles stratégies ? », étudiants et professionnels seront amenés à partager leurs réflexions et leurs points de vues.

