



Réseau
Santé
Publique
Vétérinaire

« La confiance »

Diners-débat en Région entre acteurs, du public et du privé

En Touraine (Nouzilly) : le 20 Juin – 19 h 30

Dans le Rhône (Marcy l'Etoile) **AG 14 mars 2019**

Dans le Val de Marne (Maisons Alfort)



Enjeux des échanges entre secteurs public et privé (AG 2018)

République
Santé
Publique
Vétérinaire

Résilience des organisations : ensemble, comprendre les attentes sociétales et les évolutions de l'agriculture, des modes de vie et de consommation ; accompagner l'emploi et la formation

Compétitivité des entreprises et des activités libérales : anticiper et comprendre la réglementation ; participer à l'ouverture des marchés export

Efficiences de l'Etat : connaître les outils et méthodes du secteur privé pour mieux dialoguer lors de crises sanitaires ou questionnements d'éthiques, favoriser le dialogue public-privé



Diners-débat : le cadre proposé pour 2018/2019

Le thème : « la confiance »

- La chaîne des acteurs de la SPV, la confiance des consommateurs, et notre propre confiance ...



Le déroulé :

- constats, analyse des causes, partage sur les réponses en construction

- Bases de discussion : témoignages, articles lus, propos entendus, réflexions personnelles ... sont l'amorce de la discussion.



La synthèse

- sur le site du RSPV





Réseau
Santé
Publique
Vétérinaire

Participation variée et équilibrée entre public et privé

57 participants

6 tables de débat – 1 animateur RSPV/table

- 1 à Nouzilly (chercheurs, inspection vétérinaire, industrie pharmaceutique, génétique, laboratoire, praticien, ...)
- 2 à Marcy l'Etoile (chercheurs, enseignants, étudiants, génétique, industrie pharmaceutique, inspecteurs abattoir et santé animale, ...)
- 3 à Maison-Alfort (chercheurs, enseignants, étudiants, génétique, industrie pharmaceutique, inspecteurs abattoir et santé animale, praticiens ...)

40% - 60% des secteurs privé - public



Réseau

Santé

Publique

Vétérinaire

La logistique ...

Décidée par chaque organisateur

- Apéro - Diner froid acheté le jour même
- Apéro – Diner traiteur
- Apéro - Diner restaurant

Tout est possible ; l'apéritif est la seule constante ...

Repas financé par les participants

→ Tout membre du RSPV peut organiser un diner-débat



Réseau

Santé

Publique

Vétérinaire

Les principaux points abordés

La notion de crise

n'a pas la même résonance en Région et dans les instances parisiennes

Le fossé ville-campagne ; la pression croissante sur **le bien être animal**

L'information et le consommateur

- Les étiquetages/labels nutritionnels/notes d'hygiène
Les applications smartphone et
le comportement du consommateur (Agriconfiance, Alim'Confiance, Yuka, Openfoodfacts...)
- Les sites web vs les avis des agences nationales
-
- Les approches et postures très différentes des ONG : factuelles avec ou sans exagération des pb dénoncés (Welfarm, L214, Boucherie Abolition...)



Réseau

Santé

Publique

Vétérinaire

Les principaux points abordés

Les représentations que se fait le consommateur

- De l'animal heureux = ? En plein air
- De l'aliment sain et sûr = ? qui a du goût; qui est bio; qui est local (AMAP vs GMD...)
-

L'importance de la préparation du consommateur

- Compréhension des process industriels
- Compréhension risque et danger (crise Lesieur)
- Compréhension de ce que signifie produire « bio »
- Parallèle entre relation à l'aliment et à la vaccination
-

L'importance de l'éducation / de la culture

- Le poisson = bon pour la santé !?!
- La Listeria = fromages au lait cru
- Les coquillages pêchés plus sûrs que des conserves...



Réseau
Santé
Publique
Végétarienne

Les interrogations autour du mvt vegan

4% des consommateurs français se disent «vegan »

- 0,5% le sont vraiment
- 1,4 % sont végétariens
-

Dans les 3 régions , les participants se sont interrogés sur

- les moteurs du développement du mouvement vegan
- les tendances
- le role des vétérinaires, des éleveurs, ou des conseillers en nutrition, marketing IAA pour donner des informations sur les valeurs alimentaires et les modes de production
-



Réseau
Santé
Publique
Vendée

L'influence du management des entreprises

Capacité à répondre

- Le temps de la réponse
- La cohérence des interventions
- Le dialogue entretenu avant la crise

Solidité entretenue par les valeurs internes

- Une entreprise qui entretient des valeurs fortes auprès et grâce à ses employés résiste mieux aux secousses d'une crise
-

La certification, rassurante simulation des réponses aux questions du consommateur

(exemple GFSI)

-

Mise en place de blockchain, une réponse ?

- Des exemples dans la grande distribution
-



Réseau
Santé
Publique
Québec

L'influence du comportement des fonctionnaires sur la confiance

La confiance suscitée par le fonctionnaire inspecteur dépend de plusieurs facteurs :

Capacité à expliquer;

- La pédagogie est appréciée, notamment des élèves
- Comprendre permet d'accepter

Capacité d'écoute

- Montrer la pleine conscience des difficultés qu'engendre la réglementation
-
-



Réseau
Santé
Publique
Vétérinaire

La Confiance repose sur une convergence des visions privées et publiques

Compréhension des points critiques

- Le temps de la réponse
- La cohérence des interventions
- Le dialogue entretenu avant la crise

Actions visibles vers une meilleure santé publique vétérinaire

- Une entreprise/ un professionnel qui met en place des actions de progrès renforce plus la confiance de ses interlocuteurs que s'il reste sur un statu quo non critique mais peu satisfaisant

Langage commun entre entreprise et services d'inspection

augmente la cohérence de la communication

-

-



Réseau

Santé

Publique

Vétérinaire

Ils ont dit ...

-
- « Le respect de toutes les **normes** n'empêche pas les crises. Le plus important est la **manière de les maîtriser.** » (MI'E table 2)
 - « Le réseau social crée une **résonnance** par le système des forums. Les gens rentrent en résonnance entre eux et se complaisent dans leurs dires. » (MI'E table 1)
 - « La dynamique des crises de confiance a certainement beaucoup à voir avec **l'éducation et la culture.** » (MA table P)
 - « La construction d'une communication factuelle réaliste devrait être la base d'une **dissémination de la connaissance des pratiques de l'élevage.** » (N)
 - « **L'éducation sur la sécurité des aliments** paraît essentielle et encore déficiente : la fraude consistant à intégrer de la viande de cheval dans des lasagnes n'a pas moins inquiété les consommateurs que la présence de Salmonelles dans des laits infantiles. » (N)
 - « **40%** des français ne sont **pas confiants dans la vaccination** ; 98% des consommateurs interrogés indiquent préférer consommer des poulets non vaccinés »



Les apports et suites de ces diners-débat

Efficaces

Un regard et une approche de l'information différents (messages/moyens utilisés...) en fonction des générations, et des expériences professionnelles (Etat/industrie/org professionnelles agricoles)

Efficients

Des exemples partagés, beaucoup plus diversifiés car issus de plusieurs secteurs d'activité qui ne lisent pas les mêmes sources (newsletters, sites web, ...) et ne partagent pas les mêmes réseaux d'information

Point d'amélioration : compléter d'un apport/support en chiffres clé type infographie?

[Et ensuite ?]...



Réseau
Santé
Publique
Vétérinaire

Discussion

