

Economie | L'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine est née



Il ne pouvait en être autrement: la Nouvelle Aquitaine première région agricole et agroalimentaire de France se devait de se doter d'un outil à la hauteur des enjeux de ses filières et de ses entreprises. C'est donc naturellement que les trois structures régionales, l'AAPrA en Aquitaine, l'IRQUA en Poitou-Charentes, et le CREPAL en Limousin, ont souhaité fusionner pour mettre en commun leurs compétences et leurs atouts au service de la qualité et de la promotion des produits et des entreprises régionales.

Cette fusion permet aujourd'hui aux acteurs du secteur de disposer d'un interlocuteur unique au service de la qualité, la promotion et l'accompagnement des entreprises sur leurs marchés. L'AANA s'est donnée trois missions principales: la qualité, la promotion et l'accompagnement des entreprises.

"1. Elaborer et mettre en œuvre une stratégie régionale des filières SIQO (Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine) de la région Nouvelle-Aquitaine en réponse aux attentes du marché et de la société. Coordonner et accompagner les démarches territoriales de qualité structurantes engagées par les filières de production organisées.

2. Concevoir Une Communication et une promotion visant à développer l'image et la notoriété des produits de la région Nouvelle-Aquitaine auprès des consommateurs et des prescripteurs au niveau local, national et international. Education et sensibilisation au goût et à l'équilibre alimentaire.

3. Accompagner et promouvoir collectivement les entreprises agricoles, agroalimentaires, maritimes et viticoles de la Nouvelle-Aquitaine en France et à l'international, à travers l'organisation ou l'accompagnement de salons, de manifestations ou rencontres sur une cible professionnelle ou grand public. Favoriser tous moyens permettant un meilleur approvisionnement en produits des filières qualité régionales. "

Par ailleurs, en choisissant de mettre en avant le terme ALIMENTATION dans sa dénomination, " l'AANA se positionne pour construire et apporter une réponse adaptée aux exigences de la société en matière de qualité,

d'origine, de traçabilité, de nutrition et de santé, d'équilibre alimentaire et de goût, et d'apporter une attention à l'impact environnemental. L'AANA portera ainsi un plan stratégique global basé sur l'accompagnement des producteurs, des entreprises et des filières, et sur des actions collectives à destination des professionnels et des territoires mais également de l'ensemble des consommateurs.

La qualité d'abord

La Qualité comme fer de lance : En co-construction avec l'ensemble des filières, l'AANA contribuera en outre à structurer et soutenir une politique de qualité régionale s'appuyant sur les SIQO ainsi que sur les démarches territoriales de qualité. Il s'agira de proposer aux consommateurs une offre adaptée à ses attentes, aux évolutions sociétales, selon une segmentation organisée en fonction des différents marchés. L'AANA mettra également ses compétences au service de l'affirmation et du développement d'Identifications Géographiques Non Agricoles (IGNA).

Une grande bannière régionale s'appuyant sur la force et la richesse des identités locales : " C'est le parti pris d'une Nouvelle-Aquitaine forte de ses territoires et de leurs caractères bien affirmés. S'appuyant sur nos produits de qualité emblématiques, en Chine ou aux quatre coins du monde, nos entreprises sont avant tout françaises, et nous contribuerons à porter haut et fort cette identité nationale et cette image de qualité tout en affichant nos spécificités. Sur nos marchés intérieurs, le lien à nos territoires est essentiel et correspond souvent à des attentes bien précises des consommateurs. Sur tous les segments de marché, du local au national, nous porterons ainsi les valeurs de la Nouvelle-Aquitaine. "

"Origine, qualité, lien au territoire, à ses valeurs et à ses savoir-faire, sécurité alimentaire et équilibre nutritionnel, culture, plaisir, goût et art de vivre seront les piliers de la construction de l'offre Nouvelle-Aquitaine que nous proposerons ensemble aux consommateurs." affirme l'AANA dans le communiqué qui accompagne sa nouvelle organisation. Celle-ci désormais repose sur quatre pôles de compétences : Pôle « Qualité », Pôle « Marketing & Communication », Pôle « Accompagnement des entreprises », Pôle « Administratif & Financier » Anne PALCZEWSKI qui dirigeait l'AAPRA) prend la tête de l'AANA sous la présidence de Jean-Pierre Raynaud vice président du Conseil régional en charge de l'Agriculture, de l'agroalimentaire, de la forêt, de la mer et de la montagne. Stéphane Marteau est directeur adjoint.

la rédaction

Crédit Photo : Constant Formé-Bècherat

Publié sur aqui.fr le 29/01/2017

[Url de cet article](#)