

## Compte-rendu de la réunion annuelle de la Fédération de l'Industrie Alimentaire (FEVIA), Bruxelles, le 17 novembre 2004

La réunion annuelle de FEVIA rassemblait cette année environ 500 personnes, représentantes de sociétés et d'organisations actives dans le secteur agro-alimentaire ainsi que des autorités et administrations publiques.

A cette occasion, FEVIA a dévoilé les résultats d'une étude qu'elle a commandée à la société Beckx&X et qui s'intéresse au comportement alimentaire du ménage belge de 1925 jusqu'en 2025. Cette étude se base sur une enquête téléphonique auprès de 600 personnes. Elle met en évidence les attentes des consommateurs pour l'avenir. Les nouveaux aliments de 2025 devraient trouver leur inspiration dans trois grands thèmes :

- les aliments préparés et les en-cas,
- la santé et le bien-être,
- le plaisir de manger.

Pour 2025, cinq défis ont été mis en évidence pour l'industrie alimentaire :

- le développement du segment des plats à emporter et à manger chez soi,
- le développement du segment des hors-d'oeuvre (petites entrées et bouchées 'à croquer'),
- le développement du segment des enfants,
- l'évolution du segment des produits de base (café, thé, sucre proposés en vrac),
- des consommateurs de plus en plus exigeants et critiques (de nombreuses organisations cherchent à influencer les producteurs).

FEVIA a remis lors de cette réunion les Fine Food Awards 2004 qui priment des produits belges. Huit catégories avaient été retenues : ambassador, convenience, good taste, handy pack, kid'skitchen, go between, go resto, growing business.

Les réalisations de FEVIA durant l'année 2004 ont été présentées par son président, Michel Delbaere. On retiendra, entre autres choses :

- le travail de réflexion de FEVIA en dialogue avec la Fédération des distributeurs (FEDIS) et le Boerenbond concernant les modes de fonctionnement et de financement de l'Agence Fédérale de Sécurité de la Chaîne Alimentaire (AFSCA). Les discussions menées devraient d'ailleurs aboutir à la publication, dans les prochaines semaines, d'une décision des autorités publiques.
- La campagne d'information concernant l'Arrêté Royal du 14/11/2003 organisée avec l'AFSCA.
- La mise en place de canaux d'information vers le consommateur,
- L'élaboration d'un code d'éthique publicitaire.

Pour rappel, FEVIA apporte aussi à ses membres un soutien dans des matières qui relèvent plus de la gestion journalière : affaires sociales, environnement, politique alimentaire et économie. De plus, FEVIA est membre du Pôle Technologique Agro-alimentaire.

Note : Pour obtenir de plus amples informations concernant les différents sujets évoqués ci-dessus, vous pouvez vous adresser à [nvl@fevia.be](mailto:nvl@fevia.be).