

COMPTE-RENDU
ATELIER IAA – EXPORT
Région : **CHAMPAGNE-ARDENNE**

Constitution du groupe

<u>Membres (et typologie : industries, distributeurs...) :</u>	<u>Professionnel(s) pilote(s) :</u>
Jean-Christophe RUIZ, DG Division alimentaire, Charbonneaux-Brabant	Jean-Christophe RUIZ, DG Division alimentaire, Charbonneaux-Brabant
Laurent GILLET, Pdt du Directoire, Union auboise	(en lien avec Jean-Thomas ROBICHON, animateur de l'ARIA Club I3A)
Jean-Michel HENRY, Directeur des Relations ext., Groupe Soufflet	
Charles-Antoine de FOUGEROUX, DG, Maison Fossier	<u>Secrétariat assuré par :</u>
Sandrine SIMONNOT, DG, Louise Bon	Francis BOUQUIN, Chef de la Mission Appui à l'international de la DIRECCTE
Cedric PENANT, DG, Terroir et Gourmandise	

Calendrier réunion(s) de travail

<u>Réunion(s) physique(s)</u>	<u>Echanges dématérialisés</u>	<u>Contributions isolées</u>
- Date : 18 janvier 2013 - Adresse : locaux de l'entreprise Charbonneaux-Brabant à REIMS.	Par mails au terme de la réunion (réunion du 18 janvier complétées par une réunion de travail en comité restreint avec UBIFRANCE le 31 janvier 2013 à la DRAAF.)	Aucune de reçu

Cadrage du thème de travail

Périmètre et définition du thème

Questions abordées en séance :

- Quelles sont les aides/outils/démarches les mieux adaptées aux PME pour le développement et la pérennisation des exports ?
- Quelles sont les barrières à surmonter pour développer l'exportation et quelles sont les propositions d'action pour les lever ?
- Comment massifier l'offre et favoriser le regroupement d'entreprises pour se positionner sur des marchés ?
- Quelles actions de promotion pourraient être conduites pour encourager l'export ?

Constat et analyse des enjeux

Constat général et analyse des défis et enjeux actuels et à venir pour l'industrie agroalimentaire régionale et française, au regard du thème choisi

Bien que 15ème région exportatrice française, la Champagne-Ardenne est, en 2011, la 4ème région par l'importance de son excédent commercial qui est principalement dû à son agriculture et à son industrie agroalimentaire. Les produits des industries agro-alimentaires, avec principalement le champagne, restent largement en tête des exportations de la région. A eux seuls, les postes «Produits des industries agro-alimentaires » et «Produits agricoles sylvicoles » constituent 42% du total des exportations de la région. Sans surprise, on trouve en première place les ventes de boissons avec un montant de 2,5 Mds€. Les boissons constituent ainsi 27% du total des exportations de la région. Parmi celles-ci, les ventes de champagne se sont élevées à 2,13 Mds€ pour 135,2 millions de bouteilles. Enfin, les plus fortes croissances d'exportation de la région en 2011 sont celles des produits de la culture et de l'élevage : 543 M€ (+ 51,6%), en résultat des excellentes récoltes 2011 et des prix soutenus du marché.

Propositions d'actions

Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau national

Constats et propositions d'actions formulés par les dirigeants en séance :

- VIE : la procédure VIE est reconnue pour son utilité. Mais lorsque le VIE a terminé son temps et que la PME voudrait le recruter, elle doit faire brusquement face à un surcoût important, qu'elle ne peut pas toujours assurer. Le recrutement du jeune serait grandement facilité s'il existait une aide « relai » pour ce recrutement.
- Les organismes français d'aide à l'export, SOPEXA ou UBIFRANCE, ne sont pas assez au service des entreprises concernant les affaires et s'arrêtent trop à la création du stand. Des rendez-vous d'affaires par exemple devraient être organisés, comme le font l'Italie et l'Allemagne par exemple. Multiplier les opérations « Made in France » ou bien « Made in Champagne » à l'occasion de « semaines françaises », « apéritifs à la française », etc. serait efficace.
- Les **interprofessions AA** *c'est-à-dire ?* ont des budgets export mal utilisés ; il faut réorienter leurs prestations.
- Il faut valoriser le rôle très utile joué à l'étranger par les clubs comme *Medef International*, qui non seulement savent organiser des missions à l'étranger, mais jouissent dans de nombreux pays de contacts privilégiés utiles aux entreprises.

Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau régional

Constats et propositions d'actions formulés par les dirigeants en séance :

- Les aides export réservées aux PME devraient être étendues à des entreprises de taille plus importante. Ainsi, en Champagne-Ardenne, les producteurs de champagne subissent une limite excessive (chiffre d'affaires maximum de 10M€ fixé par le Conseil régional pour accorder ses subventions aux entreprises de ce secteur d'activité).
- Les entreprises participantes, même expérimentées à l'international, s'avouent perdues dans le labyrinthe des aides à l'export. Elles voudraient y trouver un fil conducteur. Le principe d'un guichet unique qui aiderait les PME à « monter » leur dossier leurs semble une bonne solution.
- Travail en réseau : les participants constatent que contrairement à leurs voisins européens, les entreprises françaises ne s'entre-aident pas ou peu à l'international. Or, dans le cas d'entreprises non concurrentes, une coopération ou un simple échange d'information ou de bonnes adresses, faciliteraient grandement leurs tâches. Ce thème se décline en plusieurs propositions :
 - Créer des réunions d'échanges export en région avec les membres du club i3A
 - Travailler en filière ;
 - Participer en salons professionnels internationaux sous pavillon Champagne-Ardenne comme les autres régions de France

Proposition d'action n° 1

ACTION	<p><u>Nature</u> (nationale/régionale) Nationale</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) Aide à l'embauche après VIE</p> <p><u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre</p>
OBJECTIF	<p>Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme Diminuer le cout de l'embauche au terme d'un VIE afin que plus de VIE se solde par une embauche.</p> <p><u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur Permet de recruter des jeunes diplômés dans les IAA en vue notamment de les internationaliser.</p> <p>Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action</p>
SYNERGIES	<p><u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions A définir</p> <p><u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques</p> <p>Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs oui</p> <p>Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national) Difficilement envisageable</p>
CIBLE ET PARTICIPANTS	<p><u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME) PME</p> <p><u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs) UBIFRANCE</p>
COÛT PREVISIONNEL	<p>Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues Non déterminé</p> <p>Pistes de <u>financements privés</u></p> <p>Modalités financières d'intervention <u>publique</u></p>

Proposition d'action n° 2

ACTION	<p><u>Nature</u> (nationale/régionale) Nationale</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) Organisation plus régulière de rendez-vous d'affaires IAA internationaux</p> <p><u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre</p>
OBJECTIF	<p>Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme Profiter de l'image France pour internationaliser les ventes de nos IAA.</p> <p><u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur</p> <p>Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action</p>
SYNERGIES	<p><u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions</p> <p><u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques</p> <p>Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs Non, rester sur l'IAA</p> <p>Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national) Oui avec l'identité régionale savourez la Champagne-Ardenne</p>
CIBLE ET PARTICIPANTS	<p><u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME) PME</p> <p><u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs) UBIFRANCE, MEDEF, CGPME</p>
COUT PREVISIONNEL	<p>Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues Non déterminé</p> <p>Pistes de <u>financements privés</u> Faire contribuer les PME participantes à un niveau significatif pour s'assurer de leur implication</p> <p>Modalités financières d'intervention <u>publique</u> A étudier avec la COFACE, le Conseil Régional</p>

Proposition d'action n° 3

ACTION	<p><u>Nature</u> (nationale/régionale) Régionale</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) Création d'un guichet unique de l'export en région</p> <p><u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre Action déjà en cours</p>
OBJECTIF	<p>Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme Mieux orienter les entreprises exportatrices.</p> <p><u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur Permet aux besoins des IAA de trouver plus facilement des réponses (si les réponses existent).</p> <p>Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action</p>
SYNERGIES	<p><u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions Lien avec la charte régionale export</p> <p><u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques</p> <p>Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs oui</p> <p>Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national)</p>
CIBLE ET PARTICIPANTS	<p><u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME)</p> <p><u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs) Conseil Régional, Etat (DIRECCTE), CCI, UBIFRANCE, COFACE, Oséo (BPI), conseillers du commerce extérieur.</p>
COUT PREVISIONNEL	<p>Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues Non déterminé</p> <p>Pistes de <u>financements privés</u></p> <p>Modalités financières d'intervention <u>publique</u></p>