

RENCONTRES REGIONALES POUR L'AVENIR DE L'**AGROALIMENTAIRE**



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFECTURE DE LA
RÉGION CENTRE



Région Centre

Atelier thématique n°5:

Thème - « Stimuler les stratégies d'exportation des entreprises, identifier et lever les principaux freins et améliorer l'efficacité de la promotion des produits. »

Introduction: objectifs et cadre général (1/2)

ATELIERS REGIONAUX THEMATIQUES

☐ Objectifs généraux

Mobiliser l'ensemble des acteurs de l'agroalimentaire dans les territoires

Contribuer au redressement productif en **stimulant** durablement le développement et la compétitivité du secteur

☐ Leviers de conduite de la réflexion: 7 thèmes de travail, dont 3 obligatoires*

Attentes des consommateurs, qualité et traçabilité des produits, proximité de la production

Innovation, recherche et développement, propriété intellectuelle

Projets d'entreprises, accès aux financements publics et privés

*Emploi, attractivité des métiers, conditions de travail, formations initiale et continue

*Stratégies d'exportation, promotion des produits

Attentes de la société, enjeux environnementaux et pratiques agro-industrielles

*Stratégies collectives, projets collaboratifs, relations commerciales entre acteurs

D'autres thèmes peuvent être proposés localement puis traités

☐ Objectif opérationnel

Etre **pragmatique** – Formuler des propositions opérationnelles destinées à nourrir un plan d'actions national concerté, à finaliser pour mai, dans la perspective de la « Loi d'avenir » prévue pour mi 2013.

Introduction: objectifs et cadre général (2/2)

APPUI: REFERENT AGROALIMENTAIRE DRAAF/DIRECCTE (et son équipe)

❑ Objectifs – mission

Le référent se mobilise pour la mise en œuvre, dans sa région, des *Rencontres régionales*.

A ce titre, le référent:

- Coordonne l'action des services de l'Etat, en étroite collaboration avec le Conseil régional, pour le bon déroulement des ateliers régionaux: choix des thèmes de travail, constitution des groupes, réunion des groupes;
- Participe, en tant que de besoin, à un point d'étape avec l'ensemble des industriels pilotes des ateliers thématiques de la région;
- S'assure, auprès des services de l'Etat et du Conseil régional, de la consolidation, par les ateliers thématiques de la région, de leurs travaux selon la présente trame;
- Veille à la réalisation, par le comité de rédaction, de la synthèse régionale des travaux de l'ensemble des ateliers, qui sera envoyée aux administrations centrales.

Contact : Catherine PERRY

- Par téléphone et courriel

Bureau: 02 38 77 40 01

Mél: catherine.perry@agriculture.gouv.fr

- Participation au(x) point(s) d'étape

Date: 5 mars 2013

Lieu: DRAAF

Trame de feuille de route de l'atelier thématique (1/2)

☐ Institutionnels

M Villevalois (ARIAC)

M Vours et Melle Guillon (Coop de France)

M Nussbaumer et Mme Gotrot Besse (Direccte)

Mme Pradere (DRAAF)

Mme Genet (CESER)

M Bluet (Centreco)

Mme Gerin (CCIR)

Mme Maitre (CCI 45)

M Marche et Mme Robin (Conseil régional)

M Dutheil (Coface)

M Remaud (Ubifrance)

M Morin (Gip alfa centre)

Entreprises

M Machado (Antartic)

M Geerts et M Boye (LSDH)

Mme Massai (Axereal)

M Gueroult (Allaire)

M Lanchais (Biscuiterie St Michel)

M Thirouin (Coop de Boisseaux)

☐ Industriel pilote : M Gueroult (sté Allaire)

☐ Copilote

☐ Secrétaires : Mme Gotrot Besse
(DIRECCTE) /Mme Pradère (DRAAF)

☐ Animateur : M Villevalois

Trame de feuille de route de l'atelier thématique (2/2)

Calendrier des réunions de travail

☐ [Date 1: 20 décembre 2012](#)

☐ [Adresse lieu 1: Direccte](#)

Absents:

☐ [Date 2: 17 janvier 2013](#)

☐ [Adresse lieu 2: DRAAF](#)

Absents:

☐ [Date 3: 5 mars 2013](#)

☐ [Adresse lieu 3: DRAAF](#)

Absents:

☐ Périmètre et définition du thème

Problématiques retenues pour le thème

Quels sont les facteurs qui expliquent la dégradation de la position de la France vis à vis de ses concurrents européens et des pays émergents depuis 2000 notamment pour les produits autres que les vins et spiritueux ?

Comment peut on faciliter les exportations agroalimentaires françaises et diversifier les marchés ?

Quelles sont les actions d'appui à l'export les mieux adaptées ? : par exemple doit financer des actions de promotion à destination des exportateurs déjà implantés à l'étranger ou doit on faciliter l'arrivée de nouvelles entreprises sur les marchés d'exportation ?

Quelles sont les aides à l'export au niveau national et régional les mieux adaptées aux PME ?

Comment mieux les coordonner avec des actions de promotion menées par des partenaires du dispositif national d'aide à l'appui à l'export ?

Le dispositif national mis en place pour créer les conditions à l'exportation est il suffisamment connu des acteurs à l'exportation et valorisé ? Quelles synergies peuvent être mises en place avec initiatives régionales ?

Appui existant

Etude du CR qui couple produit et pays

Constat et analyse des enjeux - Synergies

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

L'export est une nécessité car le marché français est saturé et la GMS amène les entreprises françaises à se faire concurrence entre elles.

Malgré les atouts de l'industrie agroalimentaire française avec un foisonnement des signes de qualité, une réglementation sur la qualité sanitaire des produits, une réputation de la gastronomie française, la présence de la GMS à l'export, le solde commercial de ce secteur régresse.

L'implication des différents niveaux dont celui de l'Etat n'est pas réel. Il est nécessaire de passer d'une exportation opportuniste à une exportation stratégique .

Il convient de garder la VA des entreprises de transformation et de pas devenir uniquement le grenier ou la vache de certains pays .

Les entreprises ont noté le manque de lisibilité dans les aides à l'export et la multitudes des acteurs et la méconnaissance de ces acteurs par les PME.

L'affichage et la communication de certaines régions des salons à l'international ne favorise pas nécessairement la promotion des produits français.

De nombreuses entreprises en région Centre ne dépassent pas les 50 salariés et la réglementation sociale est un frein au développement de ces entreprises.

Les grands groupes font de l'ombre aux PME et TPE.

Il est nécessaire de faire évoluer la mentalité des chefs d'entreprise pour lever la frilosité de certains pour aller à l'export ;

Proposition d'actions

☐ Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau national

- Impulsion au niveau de l'Etat (amener des industriels français ; transformer les ministres en VRP de l'agro)
- ne pas rajouter de réglementation
- revoir les seuils d'entreprises (PME)
- développer et faire connaître le made in France
- coupler l'offre française à la demande des pays
- travailler la protection des brevets français

☐ Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau régional

S'appuyer sur l'ARIAC et Coop de France Centre pour développer des actions collectives
« Export »

Clarifier et communiquer sur le rôle des différents interlocuteurs locaux intervenant dans le domaine de l'export

Présenter ce qui existe en région et faire témoigner des entreprises

Faire évoluer la mentalité des chefs d'entreprise

Développer les moyens de stockage, mutualiser la logistique

Fiche-Action : Mise en place d'un club export

Action : Régionale

Mise en place d'un club export dans les IAA pour passer d'un export opportuniste à une stratégie d'export.

- élaboration d'un questionnaire à l'attention des IAA sur leurs attentes et les freins à l'export
- journée de sensibilisation avec présentation des rôles et missions des acteurs régionaux, présentation de l'étude besoins-offre française du secteur, témoignages d'entreprises (juin 2013)
- création d'un club export (juin 2013)
- action collective pour accompagner des primo exportateurs (2014)

Objectifs :

CT : connaître et identifier les acteurs, le marché potentiel et les aides à l'export

MT : croiser offre et besoins pour identifier entreprises potentielles et secteurs de la région

LT : mettre en place une stratégie d'export et amener des primo exportateur vers l'export

Synergie : néant

Cible et participants :

Cible : 70 entreprises pour la journée de sensibilisation ; 10 primo exportateurs dans un club export et intégrant l'action collective

Acteurs : ARIAC, Coop de France Centre, Conseil Régional, DIRECCTE, CCIR, UbiFrance, Coface, Centrexport, entreprises, Banques, SOPEXA...

Coût : support de communication, plaquette, animation de club : 18 000€ pour 2013

Financement public et entreprises