

RENCONTRES REGIONALES POUR L'AVENIR DE L'AGROALIMENTAIRE

“STRATEGIE D'EXPORTATION ET PROMOTION DES “ PRODUITS”



6 Février 2013 / 14h30 à 17h30
Lycée de l'Oisellerie, ANGOULEME (16)



Thème 5. Stimuler les **stratégies d'exportation** des entreprises, identifier et lever les principaux freins (barrières sanitaires, démarches administratives, normalisation non conforme) et améliorer l'efficacité de la **promotion des produits.**



Introduction: objectifs et cadre général

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

M. Johann LEIBREICH, Directeur régional adjoint de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt

- Par téléphone et courriel

Bureau: 05 49 03 11 19

Mél: johann.leibreich @agriculture.gouv.fr

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

Date:

Lieu:

Constitution du groupe

☐ Membres

15 participants :

Entreprises : 5

Réseaux : 3

Institutionnels : 2

Administrations : 5

☐ Industriel pilote

M. Gilles Merlet, distillerie Merlet (16)

M. Antoine Sardin, société From'à cœur
(16)

☐ Copilote

Mme Nathalie Courrèges (ARIA)

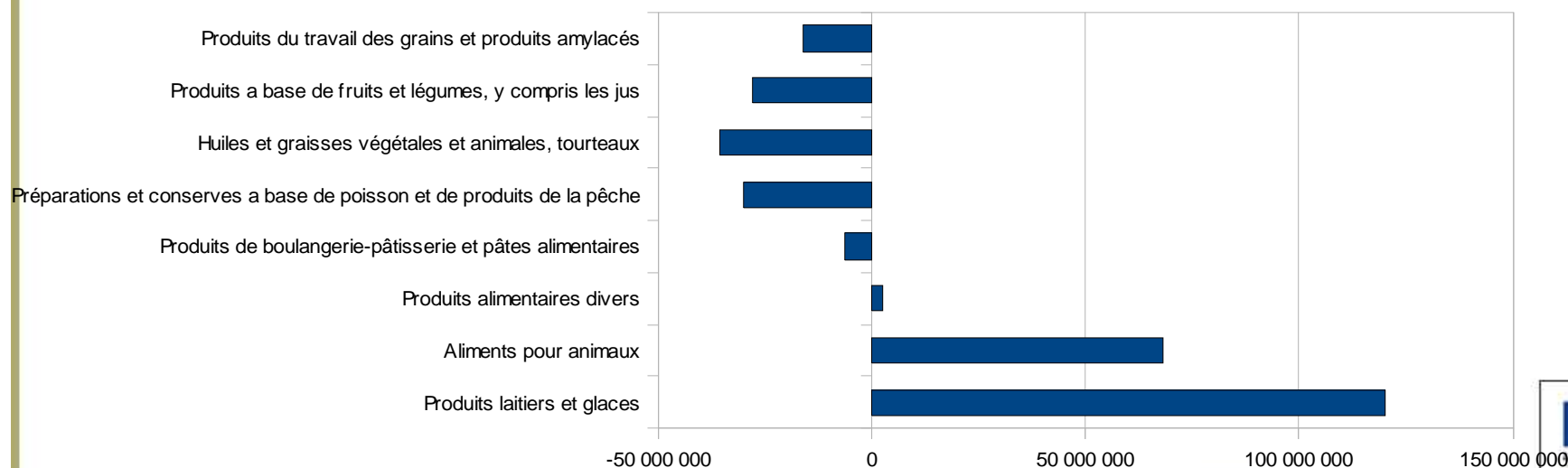
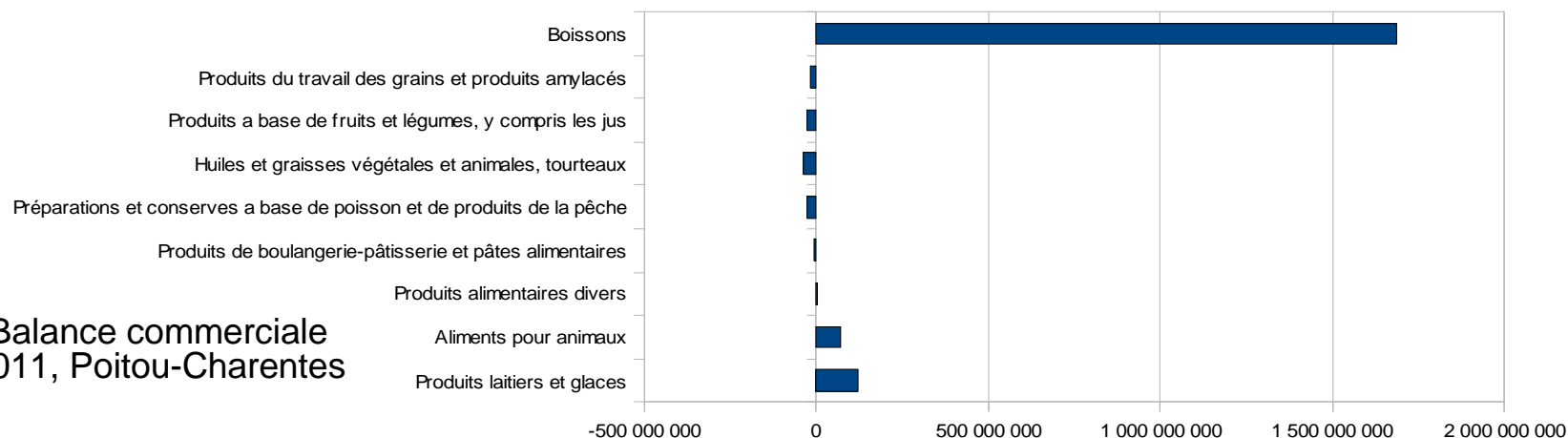
☐ Secrétaire

M. Dominique Couteau (conseil régional)
et Mme Valérie Dutruel (DRAAF)

Éléments de contexte

Un solde commercial positif qui cache de profondes disparités

**Balance commerciale
2011, Poitou-Charentes**



Source : Douanes

Eléments de contexte

		Export 2011	Balance commerciale 2011
C10A	Viande et produits à base de viande	277 722 154	189 328 289
C10E	Produits laitiers et glaces	200 205 773	119 956 255
C10K	Aliments pour animaux	76 771 148	68 243 872
C10H	Produits alimentaires divers	53 286 806	2 559 372
C10G	Produits de boulangerie-pâtisserie et pâtes alimentaires	7 092 532	-6 074 020
C10B	Préparations et conserves à base de poisson et de produits de la pêche	3 326 816	-29 870 349
C10D	Huiles et graisses végétales et animales, tourteaux	2 538 094	-35 634 143
C10C	Produits à base de fruits et légumes, y compris les jus	1 410 755	-27 762 629
C10F	Produits du travail des grains et produits amylacés	1 000 044	-15 828 155
C12Z	Tabacs manufactures	0	-270
	<i>Total hors boissons</i>	623 354 122	264 918 222
C11Z	Boissons	1 745 786 886	1 688 900 735
	Total produits des industries agroalimentaires (IAA)	2 369 141 008	1 953 818 825

Données en euros, Poitou-Charentes

Source : Douanes

- **Les exportations de la France augmentent moins rapidement que celles de ses concurrents**
 - Petite taille des entreprises
 - Coût salarial plus élevé
 - Normes sanitaires et sociales exigeantes
 - Accès au financement complexe et différent selon les régions
 - Des investissements moindres
 - Soutien public concentré sur l'amont

Des exportations concentrées sur une quinzaine de pays, 6 premiers européens (Allemagne, Belgique, RU, Italie, Espagne, Pays-Bas)

Palmarès sur les trois premiers clients, Poitou-Charentes

Viande et produits à base de viande

Italie	109 650 080	39,48%
Grèce	32 223 515	11,60%
Allemagne	22 401 950	8,07%

Produits laitiers et glaces

Espagne	44 698 053	22,33%
Allemagne	43 259 271	21,61%
Italie	34 235 335	17,10%

Aliments pour animaux

Italie	22 991 676	29,95%
Espagne	12 173 700	15,86%
Tunisie	4 706 507	6,13%

Produits alimentaires divers

Espagne	8 086 081	15,17%
Russie (fédération de)	5 896 133	11,06%
Pays-bas	4 303 908	8,08%

Données en euros

Source : Douanes

Eléments de contexte

Palmarès sur les trois premiers clients, Poitou-Charentes

Produits de boulangerie-pâtisserie et pâtes alimentaires	Portugal	3 333 258	47,00%
	Belgique	1 086 401	15,32%
	Allemagne	993 852	14,01%
Préparations et conserves a base de poisson et de produits de la pêche	Espagne	2 449 771	73,64%
	Belgique	357 736	10,75%
	Italie	226 321	6,80%
Huiles et graisses végétales et animales, tourteaux	Belgique	1 547 482	60,97%
	Espagne	742 520	29,26%
	Russie (fédération de)	88 808	3,50%
Produits a base de fruits et légumes, y compris les jus	Belgique	403 122	28,57%
	Royaume-uni	359 703	25,50%
	Espagne	244 203	17,31%
Produits du travail des grains et produits amylacés	Côte-d'Ivoire	221 759	22,17%
	Espagne	131 949	13,19%
	Nouvelle-Calédonie	129 204	12,92%
Boissons	Etats-unis	516 707 811	29,60%
	Singapour	363 394 259	20,82%
	Chine	201 509 902	11,54%

Données en euros

Source : Douanes

Eléments de contexte

Palmarès global sur les cinq premiers clients

Total produits des industries
agroalimentaires (IAA)

Etats-unis	521 809 293	22,03%
Singapour	365 738 579	15,44%
Chine	214 046 576	9,03%
Italie	183 761 544	7,76%
Allemagne	134 828 523	5,69%

Données en euros, Poitou-Charentes

Source : Douanes

Eléments de contexte

- Meilleure résistance à la crise des entreprises exportatrices
- Difficulté d'accès, de compréhension et de mise en oeuvre de la réglementation (en particulier pour le "Grand export")
- Méconnaissance des habitudes alimentaires et des modes de distribution à l'étranger, alors que les stratégies sont à adapter à chaque pays, en passant par des relais locaux
- Manque de moyens dédiés (fonctions support, compétences linguistiques, moyens financiers)
- Faible visibilité de l'action des différents acteurs institutionnels (DDPP, Douanes, DIRECCTE, DRAAF, CCI, Ubifrance, Sopexa, Région)
- Insuffisance de stratégies collectives d'entreprises complémentaires (filière ou produits) et de regroupements à l'export
- Faible connaissance et intérêt pour l'agrément Opérateur Economique Agréé

Initiatives nationales mises en oeuvre

- **Lever les barrières au commerce (tarifaires et non tarifaires)**
- **Consolider l'appui à la promotion pour accompagner de façon collective :**
 - Plan d'orientation Export Agroalimentaire (MAAF et ministère du commerce extérieur), partenaires techniques : ADEPTA, SOPEXA (pays à potentiel et marchés très concurrentiels, logos "France" et "France Bon Appétit") Ubifrance, FranceAgriMer et CCI.
 - Dispositif communautaire destiné aux organisations collectives
- **Améliorer et valoriser les outils :**
 - Dépliant sur dispositif Sanitaire et Phytosanitaire français à l'exportation
 - Rénovation d'Expadon
 - Audit des pratiques de certification à l'exportation ayant pour objectif une amélioration de l'organisation régionale des services chargés de l'instruction des dossiers d'agrément et de certification
 - ...



Initiatives régionales mises en oeuvre

- **Agence régionale à l'internationalisation des entreprises et à la relocalisation des activité / Plan à l'Internationalisation des IAA**
- **Contrat d'accompagnement à la stratégie internationale** (environ 30 dossiers d'IAA en 2012, 3000 € en moyenne) de la Région
- **Assurance prospection premiers pas (A3P) de la Coface**
- **Convention régionale de l'exportation (numéro vert inutilisé)**
- **Guide pratique des aides publiques pour le développement international des entreprises (DIRECCTE)**
- **Ateliers de sensibilisation sur la problématique de l'OEA par CCI et douanes**
- **Différents salons agroalimentaires avec aides de la Région**
- **Regroupement des entreprises à l'export (ex : Oslo)**
- **Existence de marques reconnues à l'étranger**
- **Valorisation conjointe de produits et utilisation de l'image de la Région**

Périmètre et définition du thème de travail

Comment accéder de façon plus efficace à l'information ?

- Quelles informations sont nécessaires pour qu'une entreprise développe son activité export?
- Une entreprise désirant se développer à l'export trouve-t-elle les informations nécessaires?
- Comment optimiser, coordonner et renforcer les dispositifs à l'export?

Quelles compétences pour l'export?

- Quelles compétences sont nécessaires et lesquelles font défaut actuellement?
- Comment pallier le manque de compétences, selon la taille des entreprises?

Quelle stratégie à l'export?

- Comment harmoniser et exploiter les marques existantes (origine France garantie, France, France bon appétit...)
- Comment déployer au niveau régional les couples pays-produits du Plan d'orientation export agroalimentaire?
- Quels regroupements entre entreprises?
- Le portage par des grands groupes est-il envisageable?

Quel accompagnement par les institutionnels?

- Quel accompagnement technique et par qui dans la démarche à l'export pour :
 - l'obtention des agréments et certificats,
 - la promotion et la prospection...
- Quel accompagnement financier? Le dispositif actuel est-il connu et apporte-t-il satisfaction? Comment doit-on l'améliorer?

Constat et analyse des enjeux -

Une politique nationale et régionale de soutien à l'export avec des moyens mais dont l'efficacité et la lisibilité doivent être renforcés

Un objectif quantitatif de plus 300 entreprises à l'export en Région à moduler.

Des informations peu lisibles.

Certains dispositifs peu efficaces et non accessibles (Roads Scow, SOPEXA)

Des dispositifs insuffisamment exploités.

Des avis partagés sur les aides financières allouées : trop limitées en montant pour impacter réellement les projets...

Un manque de coopération entre les entreprises.

Des démarches à l'export des entreprises insuffisamment construites.

Des contrôles sanitaires vus comme pénalisants.

Certification OEA mal connue.

Barrière de la langue.

Les assurances ne couvrent plus les marchés à risque.

La dimension marketing dans les projets export insuffisamment prise en compte.

Proposition d'actions

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

Limitier les barrières non tarifaires spécifiques à chaque pays car les agréments nécessaires apparaissent comme arbitraires et insurmontables.

Accompagner les entreprises dans l'obtention des agréments sanitaires et phytosanitaires.

Adapter le dispositif de la Sopexa aux besoins des TPE et des PME, en effet les tarifs appliqués par cet organisme sont inaccessibles et dissuasifs pour ce type d'entreprises.

Revoir le champ de couverture de la COFACE, faciliter la mise en place de contrats d'assurance sur des marchés non couverts.

Proposition d'actions

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

Renforcer l'efficacité de l'appui aux entreprises :

- Mettre en place un guichet unique export au sein de la filière capable d'apporter toutes les informations (sanitaires, économiques, promotion, formations, aides publiques et autres financements..) ou de réorienter l'industriel vers les interlocuteurs adéquats.
- Réaliser un document synthétique présentant l'ensemble des acteurs intervenant dans le domaine de l'exportation et ce qu'ils font (« Qui fait quoi ») et le mettre à disposition des entreprises.

Mettre en place un parcours d'accompagnement structuré et durable, labelliser les parcours et conditionner les aides à la réalisation des parcours. Renforcer et cibler les aides sur les projets les plus pertinents et significatifs.

Développer les démarches à l'export sur les produits de niche haut de gamme en s'appuyant sur l'image de qualité des produits français.

Valoriser la notoriété et l'image des produits phares du Poitou-Charentes ainsi que la présence des entreprises à vocation internationale implantées en Région dans les démarches export.

Proposition d'actions

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

Faire venir des acheteurs étrangers en région :

- Créer un salon international de l'alimentation dans la région, couplé à des rendez-vous acheteurs dans les entreprises,
- Réaliser une étude de faisabilité au préalable.

Préparer les entreprises à la certification OEA (organisme économique agréé) : sensibilisation, formation voire financement.

Favoriser la réalisation d'études marketing et de marchés pour adapter les produits régionaux aux marchés étrangers, en lien avec les écoles et universités.

Apporter les compétences nécessaires aux PME par la mutualisation des fonctions support à l'export : linguistiques, juridiques, commerciales (identifier les besoins, mobiliser les groupements d'employeurs).