

## **RENCONTRES REGIONALES POUR L'AVENIR DE L'AGROALIMENTAIRE – NORD – PAS – DE – CALAIS**

### **Atelier thématique n° 4 :**

Exportation et promotion des produits des filières agroalimentaires

## 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: 6 thèmes de travail,

- \*Innovation, recherche et développement
- \*Accès des entreprises aux financements publics et privés
- \*Emploi, attractivité des métiers, formations
- \*Stratégies d'exportation
- \*Enjeux environnementaux
- \*Structuration des filières agroalimentaires, relations entre acteurs

#### ☐ Objectif opérationnel

Être **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.



## Cadrage du thème de travail: périmètre et définition

### ☐ Périmètre et définition du thème

- Comment permettre aux entreprises agroalimentaires (en particulier les TPE/PME) d'accéder aux marchés à l'export?
- Quelles démarches et quels moyens communs pour la promotion des produits régionaux?

### ☐ Constat général et analyse des défis et enjeux actuels et à venir pour l'industrie agroalimentaire régionale et française, au regard du thème de la structuration des filières

- Les exportations agroalimentaires de la France augmentent moins rapidement que celles de ses concurrents.
- Les parts de marchés des exportations agroalimentaires françaises se réduisent chaque année.
- Dans le contexte de crise économique actuelle et de déficit commercial élevé, l'accompagnement à l'exportation des 2 800 entreprises agroalimentaires régionales et des 38 000 emplois qu'elles représentent est plus que jamais nécessaire.
- Une région pas encore reconnue comme grande région agroalimentaire française à l'international
- Un tissu important de TPE/PME ne disposant pas forcément des capacités humaines et financières pour se développer à l'export
- Une région pauvre en ETI agroalimentaires

# Proposition d'actions

## ❑ Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau régional

- Soutenir la mise en adéquation de l'offre régionale avec les attentes des marchés à l'export (action transversale avec l'innovation)
- Favoriser le développement de groupements de PME export dans la filière
- Mettre en place des cellules de veille réglementaire et des cellules de résolutions des problèmes rencontrés
- Soutenir la promotion des produits régionaux et l'identification de solutions, notamment collectives, pour promouvoir ces produits

## Trame de fiche-action

<b>ACTION:</b>	<p><b>Favoriser le développement de groupements de PME export dans la filière</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mutualiser les ressources pour la conquête des marchés internationaux sous réserve d'accords possibles sur des objectifs communs (cohérence produits, cible marché, zone de prospection dans le marché cible, objectifs stratégiques, moyens ...).</li> <li>-S'inspirer des modèles de l'AWEX en Belgique (cotisation de 500 € par entreprise /an) ou de French craft brewers (<a href="http://www.frenchcraftbrewers.com/">http://www.frenchcraftbrewers.com/</a>)</li> <li>-A promouvoir notamment à travers les club inter entreprises, qui peuvent être un vecteur favorisant les groupements</li> </ul>
<b>OBJECTIF:</b>	La plupart des TPE PME agroalimentaires de la région ne disposent pas en interne de moyens suffisants pour porter à elles seules une démarche active de prospection export. Il faut dépasser le problème de cherté des opérations de promotion à l'international (salons notamment).
<b>SYNERGIES:</b>	-Démarche initiée en région par le Pôle d'excellence Agroé, CCI International et la Chambre d'Agriculture de Région (voir suites de la réunion du 4 avril 2013 à Arras)
<b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b>	
<b>COUT PREVISIONNEL:</b>	<p>Temps d'animation pour initier les groupements</p> <p>Appui au démarrage des projets (financement type FRAIL ou des collectivités)</p> <p>Réflexion à préciser sur le portage financier de telles démarches (en particulier mode de contribution des entreprises)</p>

## Trame de fiche-action

<b>ACTION:</b>	<p><b>Soutenir l'adaptation de l'offre régionale avec les attentes des marchés export (action transversale avec l'innovation)</b></p> <p>Les entreprises pourraient être soutenues dans une démarche de ce type :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Valider le couple produit / marché et mener dans l'entreprise une réflexion de fond sur sa capacité à internationaliser de son offre (diagnostic export)</li> <li>-Identifier le savoir-faire et la structuration de l'entreprise (diagnostic innovation)</li> <li>-Mettre en adéquation le savoir-faire de l'entreprise avec les attentes en termes qualitatifs, quantitatifs, gustatifs, organoleptiques, sensoriels des consommateurs étrangers ciblés (ex : Agrosup Dijon lié à l'INRA a mené des études sensorielles sur le goût de la pomme de terre)</li> <li>-Aider l'entreprise à bâtir une communication cohérente avec le marché ciblé (logo, langue, code couleur...)</li> <li>-Diagnostic pays par pays : vérifier au cas par cas l'adaptabilité de la recette avec les process de l'entreprise</li> </ul>
<b>OBJECTIF:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Adapter l'offre marché aux attentes de consommateurs peu ou pas connues</li> <li>-Concilier l'image de la gastronomie française et les goûts étrangers</li> </ul>
<b>SYNERGIES:</b>	Travaux à mener en lien avec les centres techniques par exemple, et dans le cadre de réflexions globales de l'entreprise sur son développement à l'export
<b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b>	Entreprises réalisant une démarche de diagnostic pour un développement à l'export
<b>COUT PREVISIONNEL:</b>	Moyens humains pour l'appui des entreprises sur une telle démarche

## Trame de fiche-action

<b>ACTION:</b>	<p><b>Mettre en place des cellules de veille réglementaire et des cellules de résolutions des problèmes rencontrés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Mettre à disposition des IAA des ressources opérationnelles de veille réglementaire et pour cela : <ul style="list-style-type: none"> <li>-Faire un catalogue des besoins d'informations des entreprises (identifier les pré- requis par pays)</li> <li>-Mettre à jour des cahiers des charges par pays pour éviter l'émission de documents invalides</li> <li>-Informersur le référencement des produits agricoles (calibrage, forme, variété ...) bloquant l'accès aux marchés export</li> </ul> </li> <li>•Identifier un service ressource de proximité (DRAAF par exemple) pour la transmission des informations, la résolution immédiate des problèmes ou litiges (solution type call center)</li> </ul>
<b>OBJECTIF:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Anticiper sur les modifications ou les nouvelles barrières non tarifaires (protectionnisme) mises en place dans les pays tiers (hors UE)</li> <li>-Fournir rapidement des informations aux entreprises qui rencontrent des problèmes à l'export</li> </ul>
<b>SYNERGIES:</b>	Coordonner les actions de France Agrimer, des ambassades, des Draaf , des CCI
<b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b>	
<b>COUT PREVISIONNEL:</b>	Mise en place de moyens humains au niveau national (pour centraliser les informations) et au niveau régional (pour transmettre l'information)

## Trame de fiche-action

<b>ACTION:</b>	<p><b>Soutenir la promotion des produits régionaux et l'identification de solutions, notamment collectives, pour promouvoir ces produits</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Maximiser les aides publiques sur les salons internationaux</li> <li>•Mettre en place une offre de petits stands collectifs, moins chers mais permettant d'assurer la présence de l'entreprise et de promouvoir dans le même temps la région</li> </ul>
<b>OBJECTIF:</b>	Dépasser la problématique de cherté des opérations de promotion à l'international (salons) et assurer la visibilité des produits régionaux et nationaux
<b>SYNERGIES:</b>	En lien avec les services d'aide à l'export (Ubifrance, Sopexa,...)
<b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b>	Une dizaine d'entreprises régionales par salon. Environ 5 salons spécialisés par an.
<b>COUT PREVISIONNEL:</b>	



## Trame de fiche-action

<b>ACTION:</b>	<b>Soutenir l'internationalisation des ETI en en renforçant les compétences</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Sensibiliser et aider les entreprises afin qu'elles disposent de moyens appropriés pour déposer , gérer les aides et subventions</li> <li>•Développer des outils et formations en matière d'audits de gestion des risques et des crises mis à disposition des entreprises</li> <li>•Optimiser l'intelligence économique à l'exportation au sein des ETI avec des formations solides et adaptées aux besoins des intervenants (en matière d'INCOTERMS, de gestion des risques, de gestion des lettres de crédit...)</li> </ul>
<b>OBJECTIF:</b>	Consolider des entreprises dimensionnées pour l'export
<b>SYNERGIES:</b>	En lien avec les services de formation et d'aide à l'export
<b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b>	Les quelques ETI régionales intéressées
<b>COUT PREVISIONNEL:</b>	