

THEME DE L'ATELIER :

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**.

Enjeux / Objectifs	Constats	Pistes de réflexion	Propositions d'actions (régionales ou nationales, issues de la synthèse des débats du 3 janvier et 1 ^{er} février 2013)
Créer les conditions favorables à l'exportation	Difficultés à trouver des cadres en mesure de s'exprimer en langues étrangères	Privilégier le renforcement de la connaissance des langues dans les formations professionnelles des commerciaux	Voir les questions de formation initiale et continue + question d'attractivité des métiers. En effet, toutes les écoles de commerce intègrent la connaissance des langues et il s'agit plutôt d'avoir les moyens d'attirer les bonnes compétences au sein des IAA que d'un problème de connaissance des langues.
	Rapport de force défavorable aux produits agroalimentaires européens dans les échanges internationaux	Multiplier les actions en vue de lever les barrières tarifaires et non tarifaires du commerce international	Faire remonter les informations du terrain : négociations des nouveaux programmes de l'UE en ce moment. Consultation accessible à tous : remontée à faire d'ici la mi-mars
		Mettre en cohérence les politiques d'importation et d'exportation au sein des instances européennes	
		Développer une stratégie européenne de lutte contre le protectionnisme déguisé de certains pays tiers	
	Mauvaise image de l'export des produits alimentaires et agroalimentaires pour la société (<i>ressenti des industriels</i>)	Communiquer positivement sur les stratégies à l'export (innovation, emploi, développement de la production, etc)	Travailler sur l'image de l'export par une campagne de communication positive (mettre en avant des expériences réussies pour créer une dynamique)
	Difficultés d'implantation dans les pays-cibles	Définir des stratégies d'exportation par produits et par pays cibles sur le long terme	
		S'appuyer sur un client bien implanté dans le pays cible pour asseoir et développer son débouché	
	Difficulté à créer une notoriété internationale d'un produit/d'une marque (marketing spécifique)	Aider au développement et à la reconnaissance de marques fortes, qu'elles soient propres à une entreprise ou collectives	
Améliorer la connaissance des dispositifs d'accompagnement à l'export	Méconnaissance des entreprises agroalimentaires sur le sujet export	Informer les entreprises sur les outils existants permettant de faciliter les différentes démarches "export"	Organiser une réunion sur le sujet "export" avec les exportateurs de produits végétaux et une avec les exportateurs de produits animaux comme cela avait été fait côté "végétal" par le SRAL en avril 2012 pour la présentation d'Expadon et des administrations intervenant dans les procédures "export"
		Faire connaître les structures opérant à l'export et leurs inter-connections	
	Manque de relais des autorités nationales dans les pays étrangers	Faire connaître le rôle des différents intervenants nationaux et développer leur réactivité	
	Hétérogénéité des interlocuteurs Manque d’aide dans les démarches	Mettre en place un « guichet unique export » régional spécifique aux IAA : <i>Son rôle serait notamment de :</i> Ø Communiquer sur les procédures « export » Ø Communiquer sur la réglementation Ø Communiquer sur les administrations et structures impliquées, leurs actions, leurs relations, leurs contacts Ø Faire connaître les sites internet d'information dédiés Ø Activer les réseaux nationaux (vétérinaires, conseillers agricoles des ambassades) Ø Mettre à disposition les informations relatives aux financements/assurances existants	Clarifier le rôle de chaque organisme intervenant sur l’exportation en proposant un dispositif de soutien public à l'export clair, compréhensible et adapté au contexte économique actuel Prévoir un accompagnement des chefs d’entreprises

Enjeux / Objectifs	Constats	Pistes de réflexion	Propositions d'actions (régionales ou nationales, issues de la synthèse des débats du 3 janvier et 1 ^{er} février 2013)
Mutualiser / Favoriser les stratégies collectives	Echanges/partenariats trop limités entre les entreprises françaises	Créer des "clubs export" pour mettre en commun les expériences, favoriser les échanges inter-entreprises et inter-secteurs	Recenser les entreprises ayant un projet d’exportation pour organiser leur accompagnement
		Mettre en œuvre un système de parrainage d'entreprises	Majorer, voire conditionner, les soutiens financiers à l’export lorsque les initiatives fédèrent plusieurs entreprises (y compris des entreprises de tailles différentes, PME /ETI)
		Organiser la complémentarité de l'offre à destination de marchés cibles	Développer et structurer les actions mutualisées à l'export sur des marchés cible type promotion, prospection, voyage d'études, salons internationaux...
	Investissement (humain, financier) trop lourd pour les PME/TPE	Développer la mise en commun des fonctions liées à l'export (commerciales, logistiques, prospectives)	Développer des fonctions mutualisées à l’export (mise en commun d’un commercial, de la logistique, complémentarité de l’Offre...) à l'exemple de Saveurs des Pyrénées / Structuration de l'amont et de l'aval
		Accompagner les entreprises dans la définition des produits et des cahiers de charges en lien avec les attentes des consommateurs des pays-cibles	Favoriser le transfert d'Innovation / SRI / Agrimip
Adapter les soutiens financiers aux spécificités de l’export	Besoin d’avoir une capacité d’autofinancement importante, notamment à cause des délais de paiement longs Risque client fort	Améliorer l'information des entreprises régionales sur les procédures de soutien financier à l'export	Faire connaître les aides accessibles au niveau régional et accompagner dans le montage des dossiers
		Reconsidérer l'accès aux soutiens financiers des entreprises, quelle que soit leur taille, dans le cadre de démarches d'exportation	Favoriser la reconnaissance du statut d'ETI au niveau européen pour leur permettre d'accéder aux aides. Cibler des aides en fonction de la taille (PME /ETI)
		Développer les soutiens de trésorerie	Créer un environnement favorable à l’export par des soutiens type :Crédit d’impôt export, Provision pour risques clients/pays-tiers, Garanties de la BPI
		Réactiver l'assurance COFACE	
		Faire connaître le rôle de la BPI	

