

## RENCONTRES REGIONALES POUR L'AVENIR DE L'**AGROALIMENTAIRE** ET DU **BOIS**



### Atelier thématique IAA n° 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 (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

Anne PERRET, DRAAF Adjointe

- Par téléphone et courriel

*Bureau: 02 32 18 95 40*

*Mél: [anne.perret@agriculture.gouv.fr](mailto:anne.perret@agriculture.gouv.fr)*

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

*Date:*

*Lieu:*

## Constitution du groupe

### ☐ Membres

CHOLLET Agnès (CRIL / Interviande Haute-Normandie)  
CORMIER Béatriz (CCI de Dieppe)  
de FROMONT de BOUAILLE Gonzague (COFACE)  
HAYE Jacqueline (UBI France)  
LHOMMET Christelle (Comité Expansion Agroalimentaire de Normandie)  
MEURIC Jean-Louis (DAVIGEL SAS)  
VANDENBULCKE Anne (AHNORIA)  
GATTA BEUVIN Cécilia (Conseil Régional de Haute-Normandie)  
MORIN Christèle (Conseil Régional de Haute-Normandie)  
DURANTIN Béatrice (Direction régionale des douanes et droits indirects)  
THEARD Yann (Direction régionale des douanes et droits indirects)  
LEGRAND Myriam (DDPP de Seine-Maritime)  
MARC Caroline (DIRECCTE)  
PERRET Anne (DRAAF)  
BONNARD Ludovic (DRAAF / SREAF)  
GIRAULT Thierry (DRAAF / SREAF)

### ☐ Industriel pilote

Olivier POIGNY (Président de l'AHNORIA)

### ☐ Copilote

### ☐ Secrétaire

Mathilde LEVREL et Thierry GIRAULT,  
chargés de mission IAA à la Région et à la  
DRAAF Haute-Normandie

-

### Calendrier des réunions de travail

☐ Date 1 : Mardi 4 décembre 2012 – 14 h

☐ Adresse lieu 1 : Amphithéâtre côté esplanade du Champ de Mars - Conseil Régional de Haute-Normandie

*Absents:*

☐ Date 2 : Vendredi 11 janvier – 14 h

☐ Adresse lieu 2 : Conseil régional de Haute-Normandie - salle n° 1 au RDC - 5 rue Robert Schuman - Rouen

*Absents:*

☐ Date 3 :

☐ Adresse lieu 3 :

*Absents:*

## Cadrage du thème de travail: périmètre et définition

### ☐ 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 ?
- comment peut-on faciliter les exportations agroalimentaires françaises vers les pays tiers et diversifier les marchés ?
- quelles sont les actions d'appui à l'export les mieux adaptées (actions de promotion à destination des exportateurs déjà implantés à l'étranger ou 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 ?
- quels sont les couples pays-produits prioritaires pour les principales filières agricoles et agroalimentaires à l'export ?
- quelle utilisation de la marque France agroalimentaire dans le cadre des actions de promotion ?

### ☐ Appuis existants

*Etudes, rapports, actions collectives, dispositifs...*

[De même, reprendre les rapports et études mentionnés au « III. Principales recommandations et pistes de réflexion »]

[En ajouter le cas échéant]

## 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

La compétitivité des entreprises agro-alimentaires françaises est mauvaise, surtout à cause du coût du travail, du coût de la matière première et parfois de la vétusté du matériel productif. La petite taille des IAA haut-normandes peut amener ces dernières à s'éloigner de leur activité de base et à perdre des parts de marché.

Cette petite taille se traduit également par une insuffisance de moyens consacrés à l'export, d'autant qu'il existe un effet de seuil en deçà duquel l'embauche de personnes dédiées à l'export n'est pas possible.

La volonté insuffisante du dirigeant et l'absence d'une stratégie export clairement identifiée et bien intégrée à la stratégie globale de l'entreprise ont été soulignées.

L'absence de culture « export » serait particulièrement vif en Haute-Normandie.

### ☐ Interactions et synergies éventuelles avec d'autres ateliers régionaux thématiques

Le déficit de stratégie des chefs d'entreprise a été évoqué dans les 4 ateliers.

# Proposition d'actions

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

Plan d'actions (Comité stratégique de l'agroalimentaire et de l'agro-industrie); « Loi d'avenir ».

**5.3- S'appuyer davantage sur des structures intermédiaires permettant d'engager des stratégies à l'exportation et accéder aux marchés extérieurs** : bureaux d'achat présents en France et achetant des produits alimentaires (en dresser la liste), portage par de plus grande entreprises, appui sur la grande distribution (principal client des IAA actuellement et très portée vers l'international) et bureaux de vente.

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

**5.1- Accompagner les chefs d'entreprise dans la définition de leur stratégie d'export** et les soutenir dans leur première expérience d'exportation

**5.2- Aider les entreprises à être plus visibles** pour des clients étrangers et plus ouvertes à l'international

**5.4-Élaborer une base de données** recensant les entreprises ayant des produits exportables

**5.5-Renforcer la lisibilité des dispositifs d'accompagnement à l'exportation**


**5.6-Encourager le partage de moyens**

**5.7-Délocaliser en région (ou interrégion) le dispositif national « le vendre à »**



## Fiche-action n° 5.1

# Accompagner les chefs d'entreprise dans la définition de leur stratégie d'export

<p><b>ACTION:</b></p> <p><u>Nature</u> (nationale/régionale);</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);</p> <p><u>Durée et calendrier</u> de mise en œuvre.</p>	<p><u>Action régionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Faire connaître</b> les organismes et interlocuteurs pouvant apporter du conseil et un accompagnement pour établir une stratégie à l'international, réaliser des études de marchés, de la prospection...</li> <li>- <b>Inciter</b> les entreprises à <b>s'engager dans une stratégie de développement à l'international</b> (tester la capacité de l'entreprise, donner de l'information pour aborder l'export dans de bonnes conditions...</li> <li>- <b>Intégrer</b> la notion de <b>développement à l'international dans la formation</b> dispensée dans les grandes écoles dont celles des ingénieurs</li> <li>- <b>Sensibiliser</b> les chefs d'entreprise sur la <b>nécessité d'un accompagnement</b> (experts) pour conquérir efficacement des marchés à l'étranger (ne s'improvise pas)</li> <li>- En continu, de la phase d'élaboration de la stratégie à la mise sur le marché extérieur du produit</li> </ul>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Favoriser les exportations et armer les chefs d'entreprise à l'export pour développer des stratégies d'export plus offensives</li> <li>- Éviter les déconvenues à l'export qui peuvent être ensuite source de difficultés financières pour l'entreprise faute de conseil et d'une stratégie insuffisamment réfléchie</li> </ul>
<p><b>SYNERGIES:</b> <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dispositifs mis en place par UBIFRANCE, la Coface, chambres consulaires, comité restreint export</li> <li>- Peut être partagé avec d'autres secteurs d'activité</li> </ul>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les entreprises souhaitant exporter (avec une première cible d'une dizaine d'IAA)</li> <li>- UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA en synergie avec le service Agroalimentaire &amp; Proximité de la chambre régionale d'agriculture de Normandie), Conseillers au commerce extérieur de la France, DRAAF</li> </ul>
<p><b>COUT PREVISIONNEL:</b> Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p>	 <p>États-Unis - Égalité - Progrès RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</p> <p>MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT</p> <p>MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE</p>

## Fiche-action n° 5.2

### Aider les entreprises à être plus visibles pour des clients étrangers et plus ouvertes à l'international

<p><b>ACTION:</b> <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);</p> <p><u>Durée et calendrier</u> de mise en œuvre.</p>	<p><u>Action régionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Montrer l'importance de la communication et de l'image</b> que l'on donne de son entreprise</li> <li>- <b>Former</b> les chefs d'entreprises à la communication</li> <li>- <b>Encourager</b> les entreprises à être plus présentes sur les salons dédiés à l'export (semaine française à l'étranger,...) lors d'événements internationaux (jeux équestres mondiaux en Normandie en 2014, Armada 2013 à Rouen...)</li> <li>- <b>Améliorer l'accueil en région</b> des acheteurs étrangers</li> <li>- Recourir à la nomination d'un ambassadeur régional, et s'appuyer sur ses compétences diplomatiques et techniques pour promouvoir les initiatives collectives à l'exportation</li> <li>- Permanente</li> </ul>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Se faire connaître à l'étranger</b> auprès des donneurs d'ordres</li> <li>- <b>L'exportation passe notamment par une maîtrise de la communication</b> pour être présent durablement sur les marchés internationaux</li> <li>- Montrer l'existence des IAA françaises dans le paysage international</li> </ul>
<p><b>SYNERGIES:</b> <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dispositifs mis en œuvre par UBIFRANCE</li> <li>- S'appuyer sur l'offre des bureaux de presse d'UBIFRANCE à l'étranger</li> <li>- Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.</li> </ul>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chefs d'entreprises (PME) souhaitant exporter, en ciblant d'abord une quinzaine d'entreprises convoitant 3 pays</li> <li>- Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA)</li> </ul>
<p><b>COUT PREVISIONNEL:</b> Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financements possibles via la Coface, UBIFRANCE</li> </ul>

## S'appuyer davantage sur des structures intermédiaires permettant d'engager des stratégies à l'exportation et accéder aux marchés extérieurs

<p><b>ACTION:</b></p> <p><u>Nature</u> (nationale/régionale);</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);</p> <p><u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p>	<p><u>Action nationale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Recenser les bureaux d'achats étrangers</b> présents en France (succursales qui achètent pour l'étrangers)</li> <li>- <b>Se rapprocher de ces bureaux pour référencer les produits</b> agroalimentaires haut-normands (ou normand)</li> <li>- De par leur présence à l'étranger, <b>s'appuyer sur de grandes entreprises françaises</b> (EDF-GDF, Total, Schneider Electric...) qui peuvent apporter un soutien financier ou logistique, une expérience</li> <li>- Tournée également vers l'international, <b>prendre l'attache de la grande distribution</b> (principal client des IAA) pour projeter nos produits à l'extérieur, les faire connaître, créer des contacts</li> <li>- En permanence</li> </ul>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur;</p> <p>Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliser au maximum les réseaux intermédiaires existants pour pénétrer des marchés à l'export</li> <li>- Favoriser la participation des entreprises à des actions de prospection commerciale qu'elles n'auraient pas conduites de manière individuelle</li> <li>- Les bureaux d'achats sont une clé essentielle pour exporter et diffuser des produits sur place</li> <li>- <b>L'absence de relais</b> rend difficile les exportations</li> </ul>
<p><b>SYNERGIES:</b> <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programme « France-Export » mis en place conjointement par UBIFRANCE, CCI International, l'UCCIFE, Sopexa et Adepta</li> </ul>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les entreprises candidates à l'exportation</li> <li>- UBIFRANCE, CCI International Normandie, UCCIFE, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale, IRQUA-Normandie, DRAAF, DIRECCTE</li> </ul>
<p><b>COÛT PREVISIONNEL:</b> Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coface, UBIFRANCE</li> </ul>


## Fiche-action n° 5.4

### Elaborer une base de données recensant les entreprises ayant des produits exportables

<p><b>ACTION:</b></p> <p><u>Nature</u> (nationale/régionale);</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);</p> <p><u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p>	<p><u>Action régionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Identifier, recenser et classer</b> de manière concertée (avec le concours d'experts) <b>les entreprises selon leur potentiel d'export</b></li> <li>- <b>Tester la capacité de l'entreprise</b> à commercialiser à l'international par la réalisation d'un diagnostic</li> <li>- <b>Mutualiser la connaissance</b> sur les entreprises exportatrices de la région ou souhaitant exporter, sur leur compétences, les produits exportés ou pouvant l'être (+ volumes), les marchés visés...</li> <li>- <b>Etablir une cartographie</b> de ces entreprises (avec une fiche de présentation d'entreprises, leurs savoir-faire et gammes de produits proposés)</li> <li>- Recenser les produits de qualité haut-normands exportables en vue d'une promotion collective</li> <li>- <b>Sélectionner</b> les entreprises intéressantes pour les bureaux d'achat de pays étrangers</li> <li>- Permanente et dès que possible</li> </ul>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Mieux connaître</b> le paysage des entreprises agroalimentaires qui exportent ou qui ont des velléités en ce sens</li> <li>- <b>Mettre en place des actions plus ciblées</b> en termes d'accompagnement</li> <li>- <b>Optimiser</b> les exportations pour les entreprises qui commercent déjà avec l'étranger</li> </ul>
<p><b>SYNERGIES:</b> <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enrichir le site du ministère : franceagroalimentaire.com (cf. annuaire)</li> <li>- Ouverture de l'action à d'autres secteurs (aux produits de l'amont non transformés). Valable pour tous les secteurs de l'économie.</li> </ul>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les entreprises exportatrices et/ou candidates à l'exportation</li> <li>- UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale, IRQUA-Normandie, DRAAF, DIRECCTE</li> </ul>
<p><b>COUT PREVISIONNEL:</b> Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UBIFRANCE</li> </ul>

## Fiche-action n° 5.5

### Renforcer la lisibilité des dispositifs d'accompagnement à l'exportation

<p><b>ACTION:</b> <i>Nature</i> (nationale/régionale); <i>Descriptif</i> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);</p> <p><i>Durée et calendrier</i> de mise en œuvre.</p>	<p><u>Action régionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Identifier, recenser et simplifier</b> les dispositifs d'aide (national et régional) pouvant être sollicités, et organismes de conseil</li> <li>- <b>Rendre plus lisible</b> ces dispositifs souvent complexes, difficiles à appréhender pour des primo-exportateurs en simplifiant les démarches administratives et l'accès au financement</li> <li>- <b>Faire connaître</b> les structures pouvant apporter du conseil et un accompagnement à l'export</li> <li>- <b>Mieux informer</b> en réalisant une plaquette synthétisant les aides possibles et interlocuteurs en la diffusant auprès des IAA couplée avec une proposition d'entretien personnalisé</li> <li>- <b>Rassembler en un même lieu</b> la liste de toutes ces aides et organismes de conseil (site internet) en accentuant la promotion du site internet de la Région dédié à l'export</li> <li>- Promouvoir le crédit d'impôt à l'export</li> <li>- Permanente</li> </ul>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <i>impact</i> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <i>Cohérence</i> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <i>niveau de priorité</i> de l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Faciliter</b> la compréhension, le fonctionnement et les modalités d'accès aux aides à l'export,</li> <li>- <b>Vulgariser</b> dans un format plus lisible les dispositifs actuels pour stimuler l'export, qu'ils soient financiers, humains ou techniques</li> <li>- Faire connaître les structures spécialisées dans le conseil pour mieux accompagner les entreprises</li> </ul>
<p><b>SYNERGIES:</b> <i>Liens</i> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <i>Interaction</i> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <i>d'ouverture</i> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <i>d'expérimentation</i> dans la région (si action de niveau national).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En lien avec les offres de services de la CCI Internationale Normandie, la chambre régionale d'agriculture, AHNORIA</li> <li>- Ouverture de l'action à d'autres secteurs (aux produits de l'amont non transformés). Valable pour tous les secteurs de l'économie.</li> </ul>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <i>Cible</i> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <i>Acteurs</i> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principalement les entreprises primo-exportatrices</li> <li>- UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), IRQUA-Normandie</li> </ul>
<p><b>COUT PREVISIONNEL:</b> Liste et <i>montants indicatifs</i> des dépenses prévues; Pistes de <i>financements privés</i>; Modalités financières d'intervention <i>publique</i>.</p>	<div data-bbox="1682 1142 1891 1398">  <p>Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</p> <p>MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT</p> <p>MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE</p> </div>



## Fiche-action n° 5.6

### Encourager le partage de moyens

<p><b>ACTION:</b></p> <p><u>Nature</u> (nationale/régionale);</p> <p><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);</p> <p><u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p>	<p><u>Action régionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Favoriser le parrainage</b> des primo-exportateurs avec des entreprises commerçant déjà avec l'étranger</li> <li>- <b>Faire partager</b> l'expérience de l'export en favorisant les échanges, les actions collectives</li> <li>- <b>Inciter les entreprises exportatrices</b> à accorder du temps aux primo-exportateurs, à former des groupes de parrainage, encourager la constitution de réseaux</li> <li>- <b>Mutualiser les services</b> à l'export afin de réduire les coûts (groupement d'employeurs, mutualisation de transport de marchandises...)</li> <li>- Permanente et dès que possible</li> </ul>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Profiter de l'expérience</b> pour éviter des erreurs de stratégie pouvant être préjudiciable pour l'entreprise</li> <li>- <b>Réduire les coûts</b> d'accès aux marchés internationaux (surtout pour les PME)</li> </ul>
<p><b>SYNERGIES:</b> <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie</li> </ul>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destiné principalement les entreprises primo-exportatrices</li> <li>- Les entreprises exportant déjà, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), Région, DRAAF, DIRECCTE</li> </ul>
<p><b>COUT PREVISIONNEL:</b> Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aides publiques aux groupements d'employeurs</li> </ul>

# **Délocaliser en région (ou interrégion) le dispositif « Vendre à » pour permettre des rencontres directes entre acheteurs et exportateurs potentiels**

<p><b>ACTION:</b> <i>Nature</i> (nationale/régionale); <i>Descriptif</i> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes);  <i>Durée</i> et <i>calendrier</i> de mise en œuvre.</p>	<p>Action <u>régionale</u> (ou interrégionale) - <b>Favoriser les lieux d'échanges</b> entre acheteurs (pour le compte de pays étrangers) et les exportateurs potentiels de la région - <b>Délocaliser</b> en interrégion le <b>programme « Vendre à »</b> organisé à Paris (la Normandie : 2<sup>ème</sup> région au monde la plus connue après la Californie) - <b>Profiter d'événements internationaux</b> (Jeux équestres mondiaux 2014 en Normandie, Armada 2013 à Rouen...) pour organiser des rencontres avec des acheteurs - Permanente et dès que possible</p>
<p><b>OBJECTIF:</b> Quel <i>impact</i> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <i>Cohérence</i> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <i>niveau de priorité</i> de l'action.</p>	<p>- Permettre aux entreprises normandes de se faire connaître, de nouer des contacts avec les succursales d'achats étrangères - Profiter de la renommée de la Normandie</p>
<p><b>SYNERGIES:</b> <i>Liens</i> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <i>Interaction</i> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <i>d'ouverture</i> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <i>d'expérimentation</i> dans la région (si action de niveau national).</p>	<p>- S'appuyer sur les programmes d'UBIFRANCE et Sopexa relatifs à l'accueil d'acheteurs internationaux - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie</p>
<p><b>CIBLE ET PARTICIPANTS:</b> <i>Cible</i> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <i>Acteurs</i> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p>	<p>- Pourrait concerner dans un premier temps une vingtaine d'entreprises structurées à l'export - Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), la filière</p>
<p><b>COUT PREVISIONNEL:</b> Liste et <i>montants indicatifs</i> des dépenses prévues; Pistes de <i>financements privés</i>; Modalités financières d'intervention <i>publique</i>.</p>	