

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

Atelier thématique :

« Conquête des marchés. »

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.



Constitution du groupe

☐ Membres

20 personnes (liste en annexe)

☐ Président de séance

Président de Coop de France Ouest: Jean-Marie GABILLAUD

Coprésidence

CRA Pays de la Loire – SPPL: Guy Guillaume

☐ Rapporteur

Jean-Yves Delaune (Vice Président de Cluster Ouest, en charge de l'international)

Cadrage du thème de travail: périmètre et définition

☐ Les problématiques identifiées

- Comment identifier et entraîner les entreprises non exportatrices, de taille restreinte, non structurées à l'export mais à fort potentiel (problème de moyens lourds à mettre en œuvre) ; notamment pour les TPE (fonds propres, ressources financières assez solides pour attendre les premiers retours sur investissements).
- Identifier des couples « filières/produits » et « zones géographiques/pays » notamment pour :
 - élargir les zones habituelles de prospection,
 - améliorer les dynamiques inter-filières
- Harmonisation nécessaire des aides nationales et régionales existantes, dans le cadre de la future BPI, en vue de mieux répondre aux besoins exprimés par les entreprises. Nécessité également de faire connaître ces dispositifs d'aide et de les rendre lisibles auprès des entreprises.
- Nécessité d'une plus forte visibilité : poursuivre et accroître la collaboration avec Sopexa et Ubifrance au sein des pavillons identifiés « France Bon Appétit ». Développer, en lien avec les interprofessions, la communication générique sur les produits phares de la région en s'appuyant sur l'analyse produits/pays (comme cela existe déjà pour le vin, les fruits et légumes, par exemple).
- Analyser le potentiel d'une inter-régionalité : avec la région Centre (viticulture, végétal spécialisé); avec la Bretagne (produits carnés, produits dérivés laitiers, les ingrédients, les produits nutrition-santé).
- Questions d'ordre réglementaire ou de comparaison des positions nationales (barrières douanières, dégradation vis-à-vis de nos concurrents européens, etc.)

☐ Appuis existants

Dispositifs publics à l'export (Ubifrance, Sopexa, Adepta, Franceagrimer)

Portage export et recours aux CCEF

Marque « France Bon appétit »

Audit DGAL relatif à la certification sanitaire officielle

SREED Conseil Régional PDL en 2011



Constat et analyse des enjeux – Synergies (1/3)

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

En Pays de la Loire, les produits des IAA :

- 4^e poste d'exportation avec 2 794 M€ en 2011,
- 17 % du total des exportations ligériennes (contre 15 % en 2010)
- augmentation de 20 % par rapport à 2010 (contre 5,5% l'année précédente).

Le schéma institutionnel d'appui aux entreprises est aujourd'hui clarifié : une panoplie d'aides régionales cohérentes vient renforcer le dispositif national.

L'implication de tous les acteurs, notamment les pôles et les clusters, doit encore être fortifiée pour affiner la sélection des marchés cibles et entraîner plus d'entreprises à l'export.

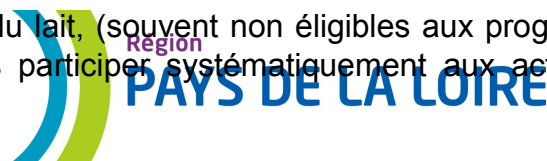
Un meilleur positionnement de l'offre alimentaire ligérienne doit être recherché, dans le cadre des campagnes nationales, pour stimuler cet entraînement notamment auprès des TPE et PME.

L'entraînement des entreprises de la filière est suivi par le réseau consulaire, porte d'entrée du dispositif :

- **Le « SPPL »** Service Promotion agroalimentaire des Pays de la Loire. Il est l'un des maîtres d'œuvre du programme régional d'actions collectives dans le secteur agro-alimentaire.
- **CCI International** qui propose un accompagnement des entreprises ligériennes par des conseillers en développement, des journées d'informations techniques et journées pays.

D'autres acteurs tels Ubifrance, les pôles de compétitivité Végépolys, Valorial, les entreprises clés de leur filière à l'international, les interprofessions, Ligéria, Coop de France Ouest, Cluster West, etc..., participent à cette démarche d'entraînement concertée en région, en phase avec les orientations nationales.

Les grandes entreprises, notamment des secteurs de la viande et du lait, (souvent non éligibles aux programmes d'aides) mènent en propre leurs actions à l'international, sans participer systématiquement aux actions de promotion de l'offre nationale ou ligérienne.



☐ Des opérateurs IAA en voie d'internationalisation accélérée, notamment dans les grandes filières (viandes, lait...)

Enjeux :

- Conquérir et/ou développer des PdM sur les marchés en forte croissance (pays émergents...), pouvant absorber des volumes conséquents. Et s'implanter dans la durée
- Reconquérir de la valeur (meilleur fonctionnement de la transmission des prix sur la chaîne alimentaire, grâce à une diversification des circuits de commercialisation)
- Renforcer le pouvoir global de marché, face à des concurrents européens et mondiaux qui accélèrent aussi leur internationalisation
- Gérer le mix produits des entreprises (présence simultanée sur plusieurs marchés) afin de renforcer leur résilience (capacité à absorber des chocs conjoncturels)

Défis :

- Passer de stratégies individuelles d'entreprise à des approches filières : stratégie pays, ...
 - . Appui à l'analyse macro économique de marchés...
 - . Adaptation des produits à des nouveaux consommateurs : recherche/innovation...
- Gérer l'articulation des gammes à l'export (commodités, produits à valeur ajoutée), en lien avec les outils industriels (convergence des outils)

Constat et analyse des enjeux – Synergies (3/3)

☐ 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 concertation entre les acteurs aboutit sur la mise en œuvre d'un **programme régional annuel d'actions collectives à l'international**

Panoplie complète d'aides à l'exportation mise en place en région :

- dispositifs nationaux (VIE, Crédit d'impôt pour dépenses de prospection commerciale, Produits d'assurance Coface...), abondée ou non par le Conseil régional,
 - Aides purement régionales (Init'export, Prim'Export, dispositif de portage « Alliance Export »).
- ⇒ aider l'entreprise à toutes les étapes de son parcours à l'international
- ⇒ De 2009 et 2012, plus de **1200 accompagnements Prim'export** ont été attribués aux entreprises agroalimentaires, viticoles et horticole, soit une moyenne de 300 dossiers d'aide par an. (40 % des entreprises régionales bénéficiaires)

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

Interaction avec l'atelier « Formation et Ressources Humaines » et l'atelier « Innovation »



Proposition d'actions

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

- Susciter une culture de l'export
- Disposer d'étude par Pays et par filière (exemple: Chili sur filière Lait ou Viande)
- Intervenir sous la bannière « France »
- Proposer aux distributeurs français installés à l'étranger des relations de partenariats avec les IAA fournisseurs.

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

- création d'un guichet unique pour orienter les IAA dans les dispositifs d'aides, pour une meilleure visibilité des outils et des interlocuteurs.(nombreux organismes publics)
- Mettre en réseau les IAA et les exportateurs sur un pays bien identifié.
- intensifier des journées de sensibilisation et d'information sur les us et coutumes, pratiques commerciales, protection juridique, spécificité comportementale, session de formation par Pays
- Intervenir sous la bannière « OUEST »
- Disposer d'outils visant à sensibiliser les décideurs d'entreprises pour orienter leur stratégie.

Trame de fiche-action

<p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p>	
<p>OBJECTIF: 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>	
<p>SYNERGIES: <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>	
<p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <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>	
<p>COUT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p>	

Proposition d'action n°[Numéro de l'action]