

PLAN STRATÉGIQUE 2017-2021 POUR LE DÉVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS ET L'INTERNATIONALISATION DES FILIÈRES AGRICOLES, AGROALIMENTAIRES, FORÊT-BOIS ET DES PRODUITS BIO-SOURCÉS



Le développement des exportations françaises issues des filières agricoles, agroalimentaires, forêt-bois, et des produits bio-sourcés représente une voie prioritaire pour valoriser nos produits et notre savoir-faire en vue de créer de la valeur, de la richesse et des emplois.

Accompagner efficacement le développement des entreprises et des filières sur les marchés européens et internationaux, en synergie avec l'ensemble des partenaires impliqués sur les thématiques export, est à ce titre un objectif prioritaire partagé.



L'EXPORT : UNE PRIORITÉ POUR NOS FILIÈRES ; UNE PRIORITÉ POUR LE MINISTÈRE ET SES PARTENAIRES

Les chiffres clés de l'export

- ➔ L'agroalimentaire, une force à l'export : troisième excédent commercial de la France, 9,3 Md€ d'excédent en 2015.
- ➔ Une demande mondiale en forte croissance : +8% par an depuis 2000 soit un triplement en 15 ans.
- ➔ Un secteur forêt-bois encore peu présent sur les marchés internationaux : balance commerciale négative à - 440 M€ pour les activités de sciage et emballage bois, volume des exportations cependant en forte croissance : +12% entre 2015 et 2016.



©Cheick.saidou/Min.Agrif.Fr



©Xavier Remongin/Min.Agrif.Fr

De nombreux atouts à faire valoir...

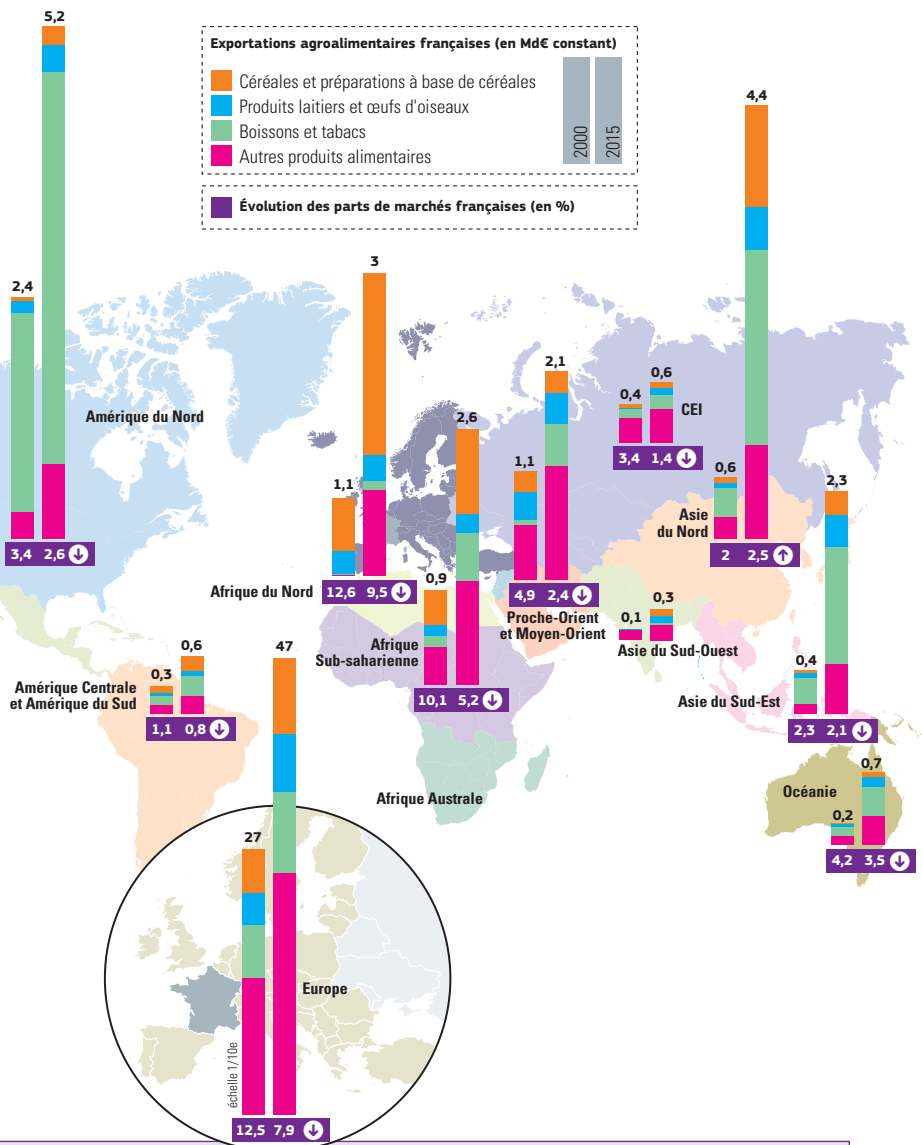
- ➔ Une image d'excellence.
- ➔ Une position de leader mondial sur plusieurs secteurs (vins et spiritueux, produits laitiers, semences, légumes transformés, etc.).
- ➔ Une capacité d'innovation reconnue.

...mais également des fragilités

- ➔ Un excédent commercial reposant sur un nombre de secteurs limités.
- ➔ Peu d'entreprises exportatrices (25% contre 80% en Allemagne).
- ➔ Une culture de l'exportation insuffisamment développée.

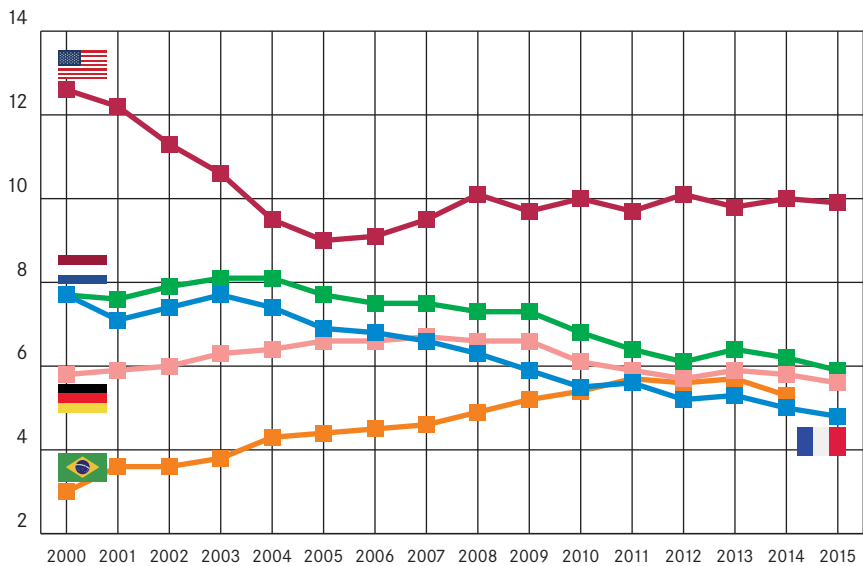
L'export est porteur de croissance pour nos filières et nos entreprises : dans le prolongement de la politique du commerce extérieur mise en place par le gouvernement, le ministère souhaite, avec l'ensemble de ses partenaires, mobiliser ses moyens et ses compétences à leur service, pour les accompagner dans leurs démarches et leur donner les moyens de réussir durablement à l'international.

ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS ET DES PARTS DE MARCHÉ DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES DE LA FRANCE ENTRE 2000 ET 2015



Un constat partagé qui doit guider nos actions : une progression des exportations en valeur mais un recul global de nos parts de marchés, particulièrement en Europe qui représente 63% des exportations agricoles et agroalimentaires.

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉS DANS LE MONDE



UNE STRATÉGIE QUI REPOSE SUR UNE VISION PARTAGÉE

La stratégie 2017-2021 s'inscrit dans le cadre d'une vision partagée de l'ensemble des acteurs visant à :

- 1 **regagner des parts de marché en Europe et à l'international** : renforcer la dynamique du commerce extérieur de la France en augmentant la création de valeur ajoutée à l'export en Europe et à l'international pour améliorer le positionnement des filières agricoles et agroalimentaires françaises ;
- 2 **développer la présence de tous les secteurs et améliorer la balance commerciale de l'ensemble des filières** : diversifier la contribution au commerce extérieur des différentes filières en élargissant la nature et la gamme des produits exportés ;
- 3 **augmenter le nombre d'entreprises positionnées à l'export** : amener plus d'entreprises à l'export en renforçant durablement la présence et la performance des PME et des ETI en Europe et dans les pays tiers ;
- 4 **favoriser l'investissement des entreprises à l'international** et le développement des partenariats commerciaux des entreprises françaises en Europe et à l'international, voire dans certains cas d'investissements étrangers dans des entreprises françaises à l'étranger ;
- 5 **permettre l'accès des entreprises aux outils existants aux niveaux national et communautaire.**

UNE MÉTHODE AU SERVICE DES ENTREPRISES

- ✓ **donner plus de visibilité et d'efficacité à l'accompagnement des entreprises agricoles et agroalimentaires tout au long de leur parcours, depuis le niveau local, où elles sont implantées, jusqu'en Europe et à l'international ;**
- ✓ **développer cette stratégie en synergie avec l'ensemble des acteurs publics et privés agissant aux échelons régional, national et international pour l'internationalisation des entreprises, en s'appuyant sur les représentants professionnels et en mobilisant les instances de coopération existantes ;**
- ✓ **favoriser les démarches collectives mutualisant les moyens et permettant aux entreprises de « passer le cap » de l'exportation ou de s'implanter sur de nouveaux marchés ;**
- ✓ **mieux former et informer les entreprises et les acteurs publics en charge de promouvoir les exportations ;**
- ✓ **faire de la diversité de l'offre française une force à l'export en proposant des actions qui puissent répondre aux besoins de toutes les entreprises, petites et grandes, et de tous les secteurs.**

UNE STRATÉGIE QUI S'ARTICULE AUTOUR DE 3 INITIATIVES PRIORITAIRES

Accompagner les entreprises dans la durée

- en déployant simultanément nos actions aux niveaux régional, national et international pour accompagner les entreprises tout au long de leur parcours à l'export, depuis leurs lieux d'implantation jusqu'aux marchés cibles ;
- en informant mieux nos entreprises sur les marchés, les outils existants, les démarches, etc ;
- en développant une culture de l'export par la formation initiale et la formation continue.

Ouvrir de nouveaux marchés et favoriser l'accès aux marchés existants

- en développant et partageant une veille stratégique pour orienter les entreprises vers les marchés porteurs ;
- en défendant nos intérêts offensifs dans les négociations commerciales conduites au niveau européen et en tirant parti de la mise en œuvre des accords déjà conclus ;
- en œuvrant à la levée des barrières non tarifaires, en particulier sur les sujets sanitaires et phytosanitaires ;

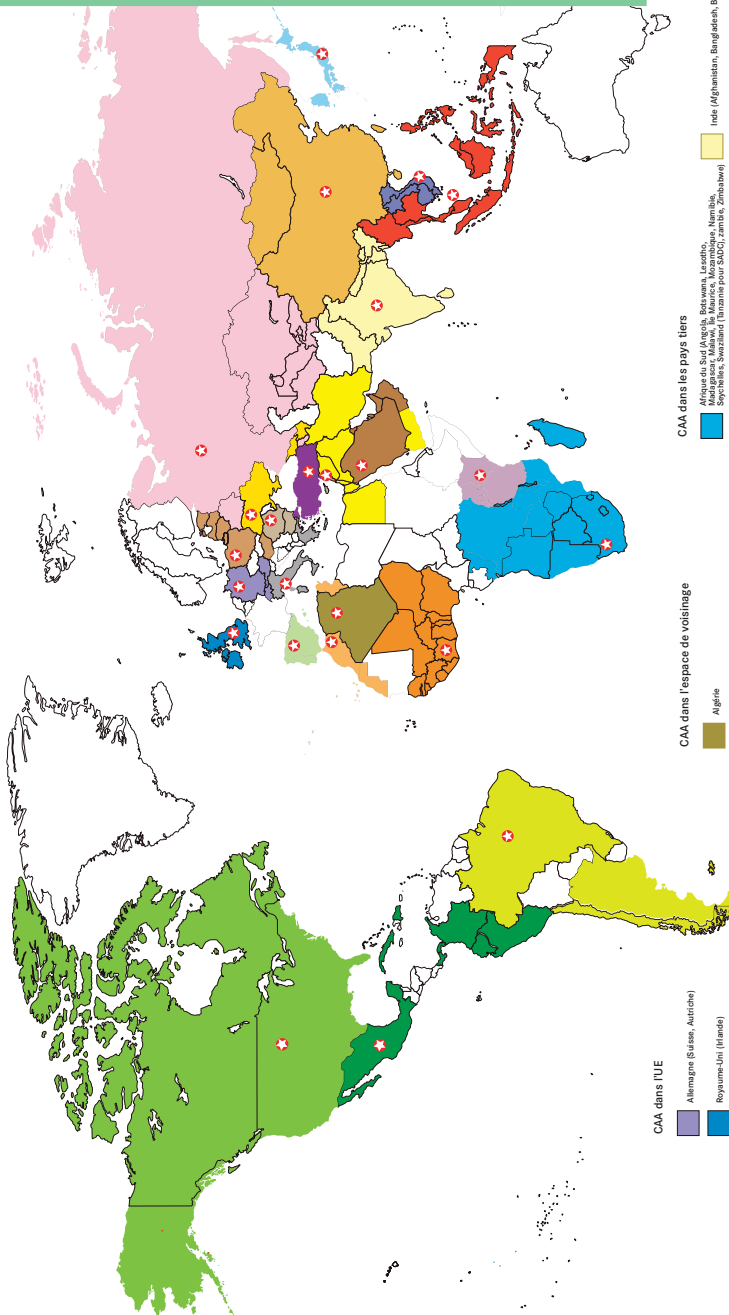
- en faisant valoir les spécificités et caractéristiques de l'agriculture, de l'agro-alimentaire et de l'industrie du bois dans les outils financiers mis en œuvre par l'État en faveur des exportations et de la compétitivité ;
- en favorisant l'adaptation de l'offre française à la demande mondiale.

Promouvoir les produits français

- en mobilisant au mieux et en optimisant les dispositifs de promotion existants, y compris européens, pour renforcer l'image de la France et de nos produits ;
- en utilisant le levier de la coopération pour faire connaître nos produits, nos savoir-faire et nos technologies.
- en renforçant les opportunités d'échanges « business » lors des rencontres officielles : diplomatie économique.



LE DÉPLOIEMENT DU RÉSEAU DES CONSEILLERS AUX AFFAIRES AGRICOLES DANS LES SERVICES ÉCONOMIQUES DES AMBASSADES : UNE ORGANISATION EN PLATE-FORMES RÉGIONALES



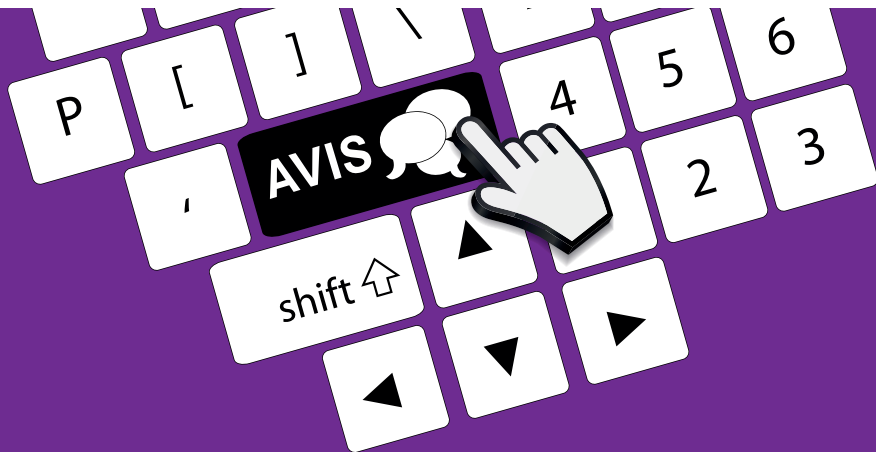
- CAA dans l'UE**
- Allemagne (Autriche)
 - Belgique (Irlande)
 - Espagne (Portugal)
 - Italie (Grèce, Chypre, Malte)
 - Pologne (Estonie, Lettonie, Lituanie, Hongrie)
 - Roumanie (Bulgarie)

- CAA dans l'espace de voisinage**
- Algérie
 - Arabie Saoudite (Bahrain, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Qatar, Oman, Qatar)
 - Maroc (Tunisie)
 - Liban (Égypte, Irak, Iran, Israël, Jordanie, Syrie, Territoires Palestiniens, Yémen)
 - Turquie

- CAA dans les pays tiers**
- Afrique du Sud (Angola, Botswana, Lesotho, Madagascar, Malawi, République de Namibie, République démocratique du Congo, Zimbabwe)
 - Côte d'Ivoire (Bénin, Burkina Faso, Cap-Vert, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Libéria, Mali, Niger, Nigeria, Ouganda, Sierra Leone, Togo)
 - Kenya (Burundi, Éthiopie, Ouganda, Rwanda, Tanzanie)
 - Briés (Argentine, Chili, Pérou)
 - Chine (Mongolie, Thaïlande)
 - États-Unis (Canada)

- Inde (Afghanistan, Bangladesh, Bhoutan, Maldives, Népal, Pakistan, Sri Lanka)
- Japon (Corée du Sud)
- Russie (Arménie, Biélorussie, Kazakhstan, Kirghizistan, Turkménistan, Ouzbékistan, Tadjikistan)
- Singapour (Birmanie, Brunéi, Indonésie, Malaisie, Philippines, Thaïlande, Timor-Orientale)
- Ukraine (Moldavie, Géorgie, Azerbaïdjan)
- Vietnam (Laos, Cambodge)
- Mexique (Colombie, Équateur, Panama, Pérou, Cuba, République Dominicaine)

Pays de résidence du CAA, entre parenthèses les extensions régionales



Votre avis nous intéresse !

L'action du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, en soutien à l'export, se veut au service des entreprises et des filières.

Sa complémentarité et sa cohérence avec les actions mises en œuvre par l'ensemble des partenaires publics et privés travaillant à l'accompagnement des exportations est également une priorité pour le ministère, et ce en vue d'optimiser les moyens de tous et d'être plus efficace.

Pour remplir ces exigences, le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt souhaite mener une large consultation sur le plan stratégique qui guidera son action pour les années à venir : l'ensemble des partenaires sont invités à se prononcer avant le **15 avril 2017**, en vue de l'améliorer / la compléter.

Vous trouverez le document en ligne à l'adresse suivante
**[http://agriculture.gouv.fr/
plan-strategique-pour-le-developpement-
des-exportations-et-l'internationalisation-des-filieres](http://agriculture.gouv.fr/plan-strategique-pour-le-developpement-des-exportations-et-l'internationalisation-des-filieres)**