

**Compte rendu Atelier du 1<sup>er</sup> février 2013**

**THEME DE L'ATELIER :**

Soutenir l'**émergence de stratégies collectives** nationales et internationales de filières, et de **projets collaboratifs**, notamment par le **dialogue** professionnel et interprofessionnel, ainsi que par le dialogue social ; contribuer à l'**équilibre des relations commerciales** entre acteurs, de l'amont agricole au commerce de détail.

Enjeux / Objectifs	Constats	Pistes de réflexions <i>(suite à réunion préparatoire du 3 janvier 2013)</i>	Propositions d'actions (régionales <b>ou nationales</b> ) <i>(issues de la synthèse des débats du 3 janvier et 1<sup>er</sup> février 2013)</i>
<b>Renforcer la compétitivité des entreprises</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La compétitivité des TPE/PME agroalimentaires est insuffisante</li> <li>Les IAA ont peu de stratégies de mutualisation</li> <li>La recherche&amp;développement dans les TPE et PME est faible</li> </ul>	<p>Mettre en place des actions favorisant les synergies entre TPE/PME :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mettre en place des groupements d'achat entre plusieurs entreprises</li> <li>➤ Créer des fonctions nouvelles et/ou mutualisées</li> <li>➤ Financer l'accompagnement des entreprises (TPE-PME)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recenser les actions (ou projets) pouvant être mutualisées entre plusieurs entreprises (soit par bassin d'emploi, soit par thématiques de travail...) ; identifier les méthodes de travail mises en œuvre et leur mode de financement</li> <li>➤ Sensibiliser et accompagner les dirigeants des entreprises pour les inciter à développer des travaux mutualisés (par exemple pour créer des fonctions mutualisées : autour des achats, de la logistique, de l'export, ...)</li> <li>➤ Maintenir les soutiens financiers incitatifs des actions collaboratives entre entreprises (futurs fonds européens, autres fonds ?...)</li> <li>➤ Proposer une gouvernance régionale chargée notamment d'identifier, de sensibiliser et surtout de coordonner les divers réseaux d'appui aux entreprises qui existent sur le territoire régional</li> <li>➤ Travailler sur l'amélioration de l'accès à l'information des TPE/PME (notamment sur la propriété intellectuelle, les pratiques concurrentielles...), trouver les bons vecteurs d'information pour atteindre la cible TPE/PME : base de données « vivantes » du tissu industriel régional</li> <li>➤ Renforcer l'accompagnement individuel des entreprises pour favoriser les innovations dans les TPE/PME (notamment pour les innovations en réponse aux attentes des consommateurs). S'appuyer sur le potentiel de R&amp;D régional et notamment le pôle de compétitivité AGRIMIP Sud-Ouest Innovation.</li> <li>➤ <b>Accélérer les procédures administratives (notamment dans le cadre des SIQO)</b></li> <li>➤ <b>Maintenir les outils financiers spécifiques pour soutenir les investissements des entreprises agroalimentaires (taux d'aides majorés par rapport aux autres secteurs industriels)</b></li> </ul>
		<p>Améliorer l'accès à l'information pour les entreprises Conseiller sur la gestion de la propriété intellectuelle et la concurrence</p>	
<b>Améliorer le fonctionnement interprofessionnel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existence de rapports difficiles voire conflictuels au sein des interprofessions</li> <li>Manque de partage de l'information</li> <li>Manque de lisibilité pour consolider les filières</li> </ul>	<p>Faire émerger des cadres et des méthodes de dialogue entre acteurs pour la recherche d'intérêts communs.</p> <p>Travailler à construire ensemble des stratégies « produits » (production, transformation, commercialisation/distribution)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Constituer des groupes de travail techniques associant les différents acteurs volontaires des filières (y compris la distribution) pour favoriser le dialogue et construire ensemble de nouveaux partenariats sur divers thèmes : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ innovation produits,</li> <li>○ promotion des produits régionaux,</li> <li>○ partage de la valeur ajoutée,</li> <li>○ communication vers le consommateur</li> <li>○ etc</li> </ul> </li> </ul>
	Le rôle des interprofessions se limite à de la communication, elles ne peuvent plus intervenir	Résoudre les contradictions réglementaires <i>(interdiction des ententes sur les prix, renforcement du rôle des interprofessions)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Financer le fonctionnement des interprofessions</b></li> <li>➤ <b>Résoudre les contradictions réglementaires (interdiction des</b></li> </ul>

	dans la construction des prix ce qui serait pourtant indispensable		<i>ententes sur les prix, renforcement du rôle des interprofessions)</i>
	Déficit de structuration amont / aval de certaines filières	<p>Améliorer la structuration des filières :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identifier l’approvisionnement en produits agricoles des industriels régionaux</li> <li>➤ Développer, susciter et accompagner la transformation de la production agricole brute régionale</li> </ul>	<p>➤ Soutenir financièrement les interprofessions qui souhaitent identifier l’approvisionnement en produits agricoles des industriels régionaux (Interbio, Cilaisud,...) et accompagner les projets structurants favorisant la transformation de la production agricole brute régionale</p>

<p><b>Améliorer les négociations commerciales et la contractualisation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en œuvre de la contractualisation insuffisante qui résulte, pour partie, de la volatilité des prix et du manque de structuration de la production agricole</li> <li>• Le lien sur le long terme entre les différents acteurs (production, transformation et distribution) ne fonctionne pas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Rechercher des solutions « gagnant-gagnant » : développer des partenariats entre les entreprises et la distribution</li> <li>➤ Améliorer les outils (observatoire des prix et des marges, accord du 3 mai ...) pour favoriser le dialogue entre acteurs</li> <li>➤ Rechercher des méthodes innovantes pour développer et susciter les relations entre acteurs économiques</li> <li>➤ Favoriser les innovations en lien avec les attentes des consommateurs</li> </ul>	<p>➤ Constituer des groupes de travail techniques associant les différents acteurs volontaires des filières (y compris la distribution) pour favoriser le dialogue et construire ensemble de nouveaux partenariats sur divers thèmes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ innovation produits,</li> <li>○ promotion des produits régionaux,</li> <li>○ partage de la valeur ajoutée,</li> <li>○ communication vers le consommateur</li> <li>○ etc</li> </ul>
<p><b>Renforcer la communication vers le consommateur</b></p>	<p>Le consommateur n’est pas assez sensibilisé sur les conséquences de son acte d’achat.</p> <p>Pour la distribution, la communication sur l’offre de produits issus des entreprises régionales n’est pas satisfaisante (manque de lisibilité dans la communication faite sur l’offre de produits régionaux)</p>	<p>Pour sensibiliser le consommateur et orienter son acte d’achat vers la production régionale, communiquer sur l’impact social et économique de l’achat des produits issus des entreprises agroalimentaires régionales</p> <p>Mettre en place une communication collective, concertée et visible au sein des filières, conduite en partenariat avec la distribution</p> <p>Renforcer et améliorer la promotion des produits des entreprises de la région en lien avec les attentes des consommateurs,</p> <p>Adapter les « produits » en réponse aux attentes de la distribution qui recherche :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un produit de meilleure qualité,</li> <li>• promus par une Publicité sur le Lieu de Vente (PLV),</li> <li>• avec un rapport qualité-prix correct,</li> <li>• un produit marketé</li> </ul>	<p>➤ Constituer des groupes de travail techniques associant les différents acteurs volontaires des filières (y compris la distribution) pour favoriser le dialogue et construire ensemble de nouveaux partenariats sur divers thèmes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ promotion des produits régionaux,</li> <li>○ communication vers le consommateur</li> <li>○ innovation des produits</li> </ul> <p>➤ Mettre en place une communication collective, concertée et visible au sein des filières, conduite en partenariat avec la distribution</p>