



Plan de relance du commerce agroalimentaire français à l'international

Octobre 2020



EDITO DU MINISTRE

La crise de la Covid-19 est un événement sans précédent qui frappe la France et le monde entier. Dans des contextes différents selon les pays et parfois complexes, tous les acteurs des filières agricoles et alimentaires ont la lourde responsabilité de garantir l'approvisionnement alimentaire des populations, partout dans le monde, avec des aliments sains, sûrs, durables et tracés. Plus que jamais, le caractère stratégique du secteur agroalimentaire a mis en lumière à cette occasion. Plus que jamais, il apparaît que l'alimentation n'est pas une marchandise comme les autres, et qu'il nous faut tenir compte de son caractère stratégique. Plus que jamais, la légitimité de chaque pays à définir la meilleure manière d'assurer sa souveraineté alimentaire, est confirmée. Plus que jamais le besoin d'échanger, de coopérer dans le respect mutuel et la réciprocité, est une nécessité pour faire face aux défis nouveaux qui se posent à l'échelle mondiale.



Durant le confinement, grâce à la mobilisation de tous, la circulation des marchandises a été maintenue et les restrictions aux exportations qui aurait pu déstabiliser les marchés ont été limitées. Les échanges commerciaux de produits agricoles et alimentaires ont joué, et continueront à jouer demain, un rôle important dans la souveraineté alimentaire des pays et régions du monde. D'une part, ces échanges contribuent aux grands équilibres alimentaires : ils sont essentiels, notamment pour les pays à déficit vivrier structurel ou en cas d'aléas climatiques ou sanitaires qui se multiplient (sécheresse, criquets, peste porcine...). D'autre part, ces échanges sont une source de devises pour nombre de pays et une source de revenu indispensable pour de nombreux exploitants agricoles et territoires de par le monde. Enfin, ces échanges contribuent à développer les relations interculturelles, et ce, notamment grâce aux échanges de produits élaborés sous indication d'origine et autres produits typiques.

Pour ce faire, ces échanges commerciaux doivent être basés sur la réciprocité et sur des règles claires et transparentes, intégrant les enjeux mondiaux et les attentes légitimes de nos concitoyens. Il nous faut tenir compte tout à la fois des enjeux climatiques et environnementaux, des enjeux de sécurité alimentaire et nutritionnelle, des enjeux de sécurité sanitaire, des enjeux sociaux, ainsi que de la nécessité de renforcer la résilience des systèmes alimentaires, en veillant toujours davantage à la cohérence des politiques.

Durant la crise de la Covid-19, les fournisseurs français apportent chaque jour la preuve qu'ils sont des partenaires fiables, attachés à construire des relations de long terme avec leurs partenaires commerciaux, même dans un contexte dégradé. Ils ont démontré leur capacité à se mobiliser, à s'adapter et à trouver rapidement des solutions pour remplir leurs engagements et surmonter les difficultés, notamment logistiques et de certification à l'exportation.

Cette crise sanitaire a déjà comme conséquence une crise économique aux répercussions considérables sur l'économie mondiale. Avec ce plan de relance du commerce agroalimentaire français à l'international, l'objectif est de consolider l'ensemble des dispositifs d'exportation mis en place ces dernières années, tout en tirant les premières leçons de la crise. Ce plan constitue la nouvelle feuille de route, à mi-parcours, du plan gouvernemental sectoriel 2018-2022 dédié à l'international, discutée en commission thématique internationale de FranceAgriMer.

Il s'agira tout d'abord de soutenir le retour de nos entreprises sectorielles sur les salons et autres opérations collectives organisés en Europe et à l'International par Business France. Dès lors que les conditions sanitaires le permettent. Cet appui à travers le chèque-export gouvernemental apparaît essentiel à la fois pour soutenir l'économie et les équilibres de nos territoires et pour continuer à répondre aux besoins et attentes de nos partenaires et clients à l'international.

Aussi, comme Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, je m'engage à faciliter, avec l'ensemble des acteurs concernés, l'émergence d'une offre française créatrice de valeur. Cette offre sera soutenue par une campagne de communication globale d'envergure inédite portée par la nouvelle marque « Taste France » pour la gastronomie, l'agroalimentaire et l'agriculture.

Reconquérir notre souveraineté alimentaire ne signifie pas se replier sur soi. Au contraire, le commerce international permet de répondre aux demandes de nos partenaires et clients. Il représente aussi un formidable levier de croissance pour nos filières et nos territoires en offrant une large variété de produits, alliant qualité sanitaire et qualité gustative. La marque Taste France incarne les valeurs d'excellence, de responsabilité, de plaisir, d'authenticité et d'innovation que portent notre agriculture.

Plan de relance du commerce agroalimentaire français à l'international

LA FRANCE EST LE PREMIER PRODUCTEUR AGRICOLE EUROPEEN ET UN ACTEUR MAJEUR DU COMMERCE AGROALIMENTAIRE MONDIAL

La France est le premier producteur agricole au sein de l'Europe. Dans ce contexte, les entreprises du secteur agricole et agroalimentaire contribuent de façon significative au dynamisme économique des territoires et à la performance du commerce extérieur français (3^{ème} solde positif, +7,8 Md€ en 2019).

La France est jusqu'ici le 6^{ème} exportateur mondial de produits agricoles et agroalimentaires (64 Md€ en 2019), principalement vers les pays de l'UE27 (55%, et 62% si on ajoute le Royaume-Uni) et de manière croissante vers les pays tiers. Les États généraux de l'alimentation (EGA) ont souligné l'importance de ce commerce comme source de valeur ajoutée dans l'économie des filières. Le commerce international est stratégique pour un grand nombre de nos filières, et contribue également aux grands équilibres et à la sécurité alimentaire mondiale.

LES PREMIERES STATISTIQUES CONFIRMENT L'IMPACT NEGATIF DE LA CRISE COVID-19 SUR LES RESULTATS DU COMMERCE EXTERIEUR AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS

La crise Covid-19 a eu un impact négatif important sur l'ensemble des secteurs de l'économie, dont le secteur agroalimentaire. Les premières statistiques reçues, faisant état de l'impact de la crise sur les résultats du commerce extérieur agroalimentaire français en témoignent : les exportations françaises de produits agricoles et agroalimentaires ont globalement chuté de 13% par rapport au mois d'avril 2019.

Les exportations à destination de l'ensemble des zones géographiques sont impactées : de mars à avril 2020, les exportations françaises de produits agricoles et agroalimentaires vers l'UE ont chuté de 17% (solde commercial de -301,3 M€ en avril 2020, contre +49,7 M€ en mars 2020), et de 12% par rapport à avril 2019. Les exportations vers les pays tiers ont quant à elles reculé de 6% entre mars et avril 2020, et de 14% par rapport au mois d'avril 2019 (solde commerciale de +609M€ en avril 2020).

Les chiffres relatifs aux exportations vers nos principaux partenaires commerciaux témoignent également des effets de cette crise : entre mars et avril 2020, les exportations vers les Etats-Unis ont baissé de 33% (et de 41% par rapport à avril 2019) ; les exportations vers l'Allemagne ont baissé de 23% (et de 14% par rapport à avril 2019), vers la Suisse les exportations enregistrent également une baisse de 11% (et de 9% par rapport à avril 2019) ; de même pour Singapour (baisse de 3% entre mars et avril 2020 et de 56% par rapport à avril 2019) ; pour le Canada (baisse de 2% entre mars et avril 2020, et de 3% par rapport à avril 2019) ; et pour Hong-Kong (baisse de 25% par rapport à avril 2019). Certaines hausses sont également constatées, elles concernent les exportations vers la Chine (hausse de 62% entre mars et avril 2020, et de 24% par rapport à avril 2019), l'Algérie (hausse de 31% entre mars et avril 2020, et de 16% par rapport à avril 2019), et dans une moindre mesure le Japon (hausse de 4% entre mars et avril 2020, baisse de 1% par rapport à avril 2019).

La plupart des filières ont été significativement impactées par cette crise. Par rapport à avril 2019, les exportations de fruits et légumes ont baissé de 3%, et celles de produits laitiers de 4% (ont été particulièrement touchés les fromages AOP, mal référencés en grande distribution). Les exportations de viandes et produits carnés ont baissé de 13% (ont été fortement impactés le foie gras, les volailles de spécialité (canard, cailles) ; concernant les bovins vivants les exportations vers l'Espagne, la Tunisie, l'Algérie ont été impactées, alors que le débouché italien s'est maintenu), les exportations de produits d'épicerie ont quant à elles baissé de 15%. La baisse la plus importante enregistrée est celle des exportations de vins et spiritueux, avec une chute de 25% entre mars et avril 2020 et de 40% par rapport au mois d'avril 2019, la filière étant très fragilisée sur trois de ses principaux marchés (Etats-Unis (chute des exportations de 50% par rapport au mois d'avril 2019), Royaume-Uni et Chine/Hong-Kong). Le malt, les produits de la mer et les huiles essentielles ont également été touchés par la crise sanitaire. Ainsi, alors que certaines filières faisaient face à des difficultés antérieures à la crise qui pesaient sur les dynamiques d'exportation (en particulier la filière vitivinicole), la

crise Covid-19 a contribué à les accentuer. Seules les exportations de **céréales** semblent avoir augmenté, enregistrant une hausse de 7% entre mars et avril 2020 et de 5% par rapport au mois d'avril 2019, du fait d'un niveau d'exportation exceptionnel vers la Chine et vers l'Algérie notamment. Par ailleurs, les exportations de viande porcine vers la Chine ont repris. De manière inédite, le solde excédentaire des produits céréaliers d'avril 2020 (+779 M€) dépasse celui des vins et spiritueux (+568 M€).

Données exportations douanes / tous produits agricoles et agroalimentaires

Partenaire	avr-19	janv-20	févr-20	mars-20	avr-20	Δ /mars 2020	Δ /avril 2019
_Monde	5 691 M€	5 257 M€	5 300 M€	5 684 M€	4 957 M€	-13%	-13%
UE27	2 995 M€	2 962 M€	2 916 M€	3 176 M€	2 622 M€	-17%	-12%
Royaume Uni	443 M€	427 M€	398 M€	446 M€	387 M€	-13%	-13%
Etats-Unis	432 M€	384 M€	348 M€	383 M€	255 M€	-33%	-41%
Chine	234 M€	144 M€	163 M€	181 M€	292 M€	62%	24%
Allemagne	601 M€	602 M€	580 M€	671 M€	518 M€	-23%	-14%
Suisse	167 M€	140 M€	149 M€	170 M€	152 M€	-11%	-9%
Japon	110 M€	89 M€	104 M€	105 M€	109 M€	4%	-1%
Canada	69 M€	47 M€	64 M€	68 M€	67 M€	-2%	-3%
Hong Kong	68 M€	44 M€	51 M€	41 M€	51 M€	25%	-25%
Singapour	93 M€	70 M€	75 M€	42 M€	41 M€	-3%	-56%

DIAGNOSTIC – ETUDE DES CONSEQUENCES DE LA CRISE COVID-19 SUR LE COMMERCE INTERNATIONAL DE PRODUITS AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES

I – La crise Covid-19 a profondément affecté la demande et l'offre mondiales de produits agricoles et agroalimentaires, de manière tant conjoncturelle que structurelle, et les filières françaises en sont fortement impactées

1 – La crise Covid-19 a replacé les concepts de souveraineté et de sécurité alimentaire au cœur des préoccupations gouvernementales et a profondément modifié les attentes sociétales

Au cours de la crise Covid-19, les entraves à la production et aux échanges ont fait craindre, au sein de plusieurs pays du monde, la survenue de crises alimentaires. La crise sanitaire a également rappelé l'importance de la fiabilité sanitaire des produits agricoles et agroalimentaires. Cela a eu pour effet de **replacer les concepts de sécurité et de souveraineté alimentaire au cœur des préoccupations sociétales**.

Cela s'est traduit par **la mise en place de diverses stratégies par les gouvernements** : restrictions des exportations mises en place par certains pays; sécurisation des importations de produits stratégiques dans les pays traditionnellement importateurs; mise en place d'objectifs d'augmentation de la production locale à court, moyen et long-terme, en particulier pour les pays dépendant fortement des importations (ex. Singapour, dont l'alimentation dépend à 90% des produits importés).

Ces évolutions des préoccupations gouvernementales et des attentes sociétales ont eu et auront dans l'avenir un impact déterminant sur la demande et l'offre mondiale de produits agricoles et agroalimentaires.

2 – La crise Covid-19 a induit une forte transformation de la demande mondiale de produits agricoles et agroalimentaires

En juin 2020, la FAO a révélé que **l'indice mondial des prix alimentaires a chuté à son plus bas niveau depuis septembre 2018**, reflétant la faiblesse de la demande due à la pandémie, sur fond de stocks record.

Cette **baisse de la demande** est d'abord **conjoncturelle** : la baisse du pouvoir d'achat, la fermeture des restaurants, les perturbations logistiques qui ont engendré une augmentation des coûts, en sont à l'origine. A noter que pour certaines denrées la demande s'est maintenue, notamment pour plusieurs produits de première nécessité.

Au-delà de ces évolutions conjoncturelles, la crise Covid-19 semble avoir amorcé une dynamique de modification structurelle de la demande mondiale. Sont craintes dans certaines sociétés une baisse structurelle du pouvoir d'achat, dont pourrait découler une **baisse structurelle de la demande mondiale**. Des **transformations structurelles de la demande mondiale sont également à attendre du fait des mutations des préoccupations gouvernementales et des attentes sociétales** : la volonté accrue de consommer des produits locaux pourrait se traduire par la baisse de la demande de produits importés. De même, les préoccupations en matière de souveraineté alimentaire pourraient accélérer la mise en place de politiques visant à assurer la souveraineté alimentaire (ex. Singapour, qui pendant la crise s'est donné pour ambition d'atteindre plus rapidement l'objectif de 30% d'autosuffisance alimentaire d'ici à 2030). A contrario, la demande de certains produits stratégiques pourrait augmenter sous l'effet de la hausse des préoccupations des pays importateurs nets désireux de sécuriser leurs approvisionnements sur le long-terme. Une orientation de la demande de certains pays vers les produits de qualité, issus de l'agriculture durable, pourrait également constituer une évolution structurelle notable qui pourrait être modulée par la baisse structurelle du pouvoir d'achat.

Il est à noter que la reprise de la demande sera progressive et différenciée selon les zones géographiques : les données actualisées laissent entrevoir une reprise qui commencerait en Asie, avant de s'étendre à l'Europe, puis à l'Amérique et à l'Afrique.

3 – La crise Covid-19 a induit une forte transformation de l'offre mondiale de produits agricoles et agroalimentaires

Dans le cadre de la crise Covid-19, la baisse de la demande a eu pour corollaire une **évolution de l'offre**, qui apparaît comme étant **principalement conjoncturelle**. Si certains pays ont diminué leur offre de produits agricoles et agroalimentaires afin d'assurer leur propre sécurité alimentaire (mise en place de mesures de restrictions aux exportations dans toutes les régions du monde – ex. riz dans plusieurs pays d'Asie; céréales en Russie et en Ukraine), la tendance globale indique une augmentation importante des stocks de produits agricoles et agroalimentaires du fait de la raréfaction des débouchés engendrée par les perturbations logistiques. En résulte une baisse des prix des produits et une baisse de la rentabilité de certaines filières : selon la FAO, les prix des produits laitiers ont baissé de 7,3% en un mois (19,6% en un an), ceux de la viande ont baissé de 0,8% (-3,6% en un an), le prix des céréales recule de 1% et celui des huiles végétales de 2,8%.

La crise Covid-19 pourrait également se traduire, à moyen et long-terme, par une **évolution structurelle de l'offre** de produits agricoles et agroalimentaires. Les difficultés économiques dans certains pays pourraient avoir des répercussions durables sur certaines productions. Face à la montée des préoccupations en matière de souveraineté alimentaire, certains gouvernements vont peut-être favoriser certaines productions au détriment d'autres, et envisager une réduction durable de leurs exportations. Face aux mutations des attentes sociétales, enfin, il est possible que certains pays se tournent davantage vers la production de produits reconnus pour leur qualité et issus de méthodes de production respectueuses de l'environnement.

Comme la reprise de la demande, la reprise de l'offre sera progressive et différenciée selon les zones géographiques.

- Face à la crise Covid-19, si **certaines des évolutions de l'offre et de la demande de produits agricoles et agroalimentaire** sont uniquement conjoncturelles, d'autres semblent à même de s'ancrer dans le temps, et **susceptibles de recomposer durablement les équilibres des échanges au niveau mondial**. Dans ce contexte international nouveau, et mouvant, il importe de conforter nos marchés historiques, de s'adapter à ces évolutions et d'être en capacité de saisir de nouvelles opportunités.

II – La crise Covid-19 a mis en lumière la vulnérabilité de nos circuits logistiques et permis de prendre conscience de l'importance de les sécuriser

La crise sanitaire a engendré des perturbations logistiques majeures sur les circuits d'approvisionnement internationaux en matière agricole et alimentaires.

- **En matière de transports** : la suspension de certaines activités productives, les mesures de confinement, ainsi que la quasi-fermeture du trafic aérien, ont fortement **désorganisé le fonctionnement des services de transport de marchandises, entraînant des surcoûts importants** pour les entreprises (parfois exorbitants pour le fret aérien et maritime), de façon particulièrement dommageable pour les produits alimentaires périssables
- Le confinement a également perturbé **la délivrance des formalités administratives à l'exportation** (absences et fermetures dans les administrations publiques et réseaux consulaires, échanges et signature physique de documents compliqués par le confinement, services postaux perturbés).

Ces difficultés ont été progressivement surmontées progressivement, par le recours à de nouveaux outils (e-commerce, adoption de procédures simplifiées et dématérialisées). **Le surcoût des services de transport, ainsi que la faible disponibilité du fret cargo continuent cependant de peser sur les circuits d'approvisionnement.**

- Ces difficultés ont permis de prendre conscience de l'importance de la sécurisation de nos circuits logistiques et de la coopération internationale en matière de développement des normes SPS.

III – Les évolutions de l'offre et de la demande mondiales de produits agricoles et agroalimentaires induites par la crise Covid-19 laissent apparaître de nouvelles opportunités d'exportations stratégiques

Dans ce contexte, de nombreuses opportunités nouvelles d'exportation apparaissent pour la France, 6^{ème} exportateur mondial de produits agricoles et agroalimentaires, bénéficiant d'une véritable notoriété en matière de politiques agricoles et dont la qualité des produits est reconnue mondialement.

Divers types d'exportations stratégiques se dessinent :

- Les **exportations vers des pays importateurs nets désireux de sécuriser leurs approvisionnements et bénéficiant d'une solidité financière** (Singapour – qui a d'ores et déjà signé des accords bilatéraux en matière alimentaire ; Chine ; Pays du Golfe – pendant la crise l'Arabie Saoudite a ouvert son marché à plusieurs pays européens afin de garantir son approvisionnement en animaux vivants et viandes ; qui pourraient être rejoints en Asie par des pays comme la Corée du Sud ou le Japon) ;
- Les **exportations vers des pays** bénéficiant d'une solidité financière et **souhaitant importer des produits porteurs des valeurs françaises de qualité** (cf. pays mentionnés ci-dessus)
- **Pays importateurs nets** à la santé financière plus fragile, **se reposant sur l'importation de produits français pour se fournir en produits de première nécessité** (notamment Algérie, Egypte, Tunisie, souhaitant sécuriser leurs stocks céréaliers)

Cette situation pourrait permettre à la France à la fois de **sécuriser certains débouchés existants et de saisir de nouvelles opportunités :**

- **Certaines filières disposent d'une offre en adéquation** avec la demande mondiale (quantitative, qualitative, tarifaire – cas des céréales notamment).
- La mutation de la demande et l'ouverture de nouveaux marchés peut permettre **trouver de nouveaux débouchés**, ce qui rend possible la **diversification des exportations**, notamment pour certaines filières dont les débouchés traditionnels ont été affectés par la crise Covid-19.

LE PLAN DE RELANCE DU COMMERCE AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS A L'INTERNATIONAL PROPOSE UNE REPONSE FORTE, COHERENTE ET AMBITIEUSE AUX DEFIS POSES PAR LA CRISE COVID-19

Dans le contexte de sortie de crise Covid-19, le **plan de relance du commerce agroalimentaire français à l'international** est une réponse aux principales conséquences de la crise. Par ailleurs, parce que les données du commerce international ont fortement été perturbées par la crise, le plan **actualise, à mi-parcours, la feuille de route du plan stratégique gouvernemental 2018-22 pour le développement des exportations et l'internationalisation des filières agricoles, agroalimentaires, forêt-bois et produits bio-sourcés.**

Pour accompagner les entreprises et les filières françaises sectorielles à l'international, ce plan porte **trois ambitions** : (i) sécuriser les dispositifs d'exportation, (ii) promouvoir l'offre française à l'international, en particulier sur nos marchés stratégiques et (iii) diversifier nos exportations à la fois pour répondre aux opportunités nouvelles mais aussi pour soutenir les filières fortement affectées par cette crise.

Ce plan ambitieux **mobilise l'ensemble des partenaires de l'export** déjà impliqués par la mise en œuvre du plan stratégique export agroalimentaire 2018-22, dont la gouvernance est assurée par la Commission internationale agricole et agroalimentaire de FranceAgriMer (CTI de FAM).

PLAN DE RELANCE DU COMMERCE AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS A L'INTERNATIONAL

Feuille de route 2020-2021 du

PLAN STRATEGIQUE 2018-2022 POUR LE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS ET L'INTERNATIONALISATION DES FILIERES AGRICOLES, AGRO-ALIMENTAIRES, FORET-BOIS ET DES PRODUITS BIO-SOURCES

I - Sécuriser les dispositifs d'exportation pour consolider les flux commerciaux à l'international

● **Logistique**

1. Améliorer la connaissance des flux logistiques et renforcer l'action de veille

- a) Identification des flux et des opportunités d'optimisation de la logistique retour et de l'intermodalité (cf. réflexions déjà avancées par Intercéréales et mission en cours de lancement par le CGAAER et le CGEDD sur les flux logistiques)
- b) Veille sur les actualités logistiques et capitalisation des informations
 - Veille basée sur les études existantes, notamment l'étude menée par FAM sur les coûts de la logistique céréalières et la prospective du CEP sur la géographie du système alimentaire français

2. Renforcer la gouvernance interministérielle de la logistique

- a) Participation du MAA au comité interministériel de la logistique (CILOG)
- b) Participation de la DGPE aux instances relatives au fret fluvial (CA de VNF), ferroviaire (COOPEERE), et montée en puissance du réseau de contacts sur le fret aérien et maritime
- c) Développement des relations avec France Logistique, en lien avec la DGTIM et les organisations professionnelles du secteur agricole

3. Porter les enjeux des filières agricoles et agroalimentaires dans les dossiers structurants

- a) Axe Seine et Canal Seine-Nord-Europe
- b) Ports maritimes
- c) Nouvelles routes de la soie
- d) Dématérialisation des procédures

- **Des enjeux renouvelés pour les négociation SPS**

- 4. Consolider le dispositif de priorisation

- a) Faire monter en puissance les premières stratégies export filières publiées en 2019 : professionnalisation des objectifs, qualité des dossiers de demande d'ouverture de marché, intégration des pratiques d'export collaboratif ;
- b) Intégrer dans les critères de priorisation les exigences en terme de sécurité, de risques de diffusion des dangers sanitaires, les attentes sociétales (éthique, bien-être animal) et les nouvelles tendances de consommation ;
- c) Distinguer des priorisations de court terme, d'urgence ou de relance (dont la gestion de stocks sans leur débouché habituel national ou intraUE en période de crise) des priorisations de moyen et long terme visant des flux pérennes et structurants
- d) Rendre plus lisibles et plus systématiques nos priorités en matière d'agrément export : obtention de facilités pour les modalités d'agrément (mettre fin aux exigences de preclearance, obtenir la possibilité d'obtention d'agrément par sondage), faciliter l'extension du nombre d'entreprises agréées (audits privés, prelisting) ;
- e) Sécuriser le dispositif de certification bien-être animal / halal pour l'exportation vers les Pays du Golfe, la Turquie et l'ASEAN

- 5. Faire évoluer les outils pour faciliter la négociation ou la certification

- a) Evaluer à court terme l'intérêt de conserver voire de généraliser certaines procédures de certification dématérialisée introduites pendant la crise et développer à moyen terme la certification dématérialisée SPS notamment au travers de la consolidation et l'accélération du projet Expadon 2.
- b) Favoriser la mise en place et/ou l'obtention par les pays tiers de nouvelles modalités d'audit dans la continuité des essais organisés en période COVID tels que des visio-audits
- c) Poursuivre le travail d'harmonisation des conditions de certification de l'amont (qualité des demandes de certificat et des préparations export) à l'aval (instruction par les services certificateurs de l'Etat)
- d) Clarifier les responsabilités au sein de l'Etat et des collectivités en matière de certification pour certaines marchandises à pilotage interministériel (MAA, MINEFI / Fraudes, Chambres de commerce...)

- 6. Professionnaliser les réponses aux exigences des pays tiers (professionnels et services du MAA)

- a) Réaliser des formations avec des auditeurs des autorités pays tiers (« ex. Chinese school ») et des formations des primo exportateurs ;
- b) En cas d'exigences pays tiers allant au-delà de la réglementation UE (modalités d'inspection, fréquences de contrôle, etc.), identifier des solutions compatibles avec le fonctionnement des opérateurs et des services de l'Etat : mise en place de journées de productions export dédiées, valorisation des auto-contrôles encadrés par des cahiers des charges, etc.
- c) Renforcer la formation en région des DDSCPP aux pratiques de l'Export et renforcer les formations destinées aux structures intermédiaires telles les agences de développement régionales, la Team France Export, les Interprofessions, afin de pouvoir accompagner au mieux les entreprises sur les questions réglementaires et logistiques. Ces formations peuvent être initiées par la DRAAF avec FAM et la DGAL
- d) par des actions renforcées dans les pays tiers des agents DGAL/FAM (vous avez l'aval des DG/CS de la DGAL et de FAM?)
- e) par une fiabilisation de la gestion des agréments exports avec les interpros/FAM et les établissements candidats à l'export, à savoir :
 - la responsabilisation des fédérations et interprofessions sur l'importance du volet agrément, première entrée pour les entreprises pour exporter, y compris en régions.

- le renforcement des formations au volet agrément pour les opérateurs et les services instructeurs, notamment en régions et départements.
 - la consolidation et l'harmonisation des instructions pour la validation des dossiers (modes opératoires, NS, vademecum, grilles d'inspection) ;
 - la prise en compte des exigences spécifiques d'enregistrement de certains pays tiers (ex : Chine, obligation d'inscription dans la base CIFER) ;
 - la consolidation du module agrément Expadon 2 avec les lots apportant plus d'outils de vérification et d'alertes (ex gestion des renouvellements d'agrément) ;
- f) par une fiabilisation de la gestion des non conformités SPS. Des processus de coopération pourraient aussi être développés plus avant pour faciliter les échanges (ex : coopération interlaboratoires) => Priorité à fixer par le MAA au GIP ENSV-FVI
- g) par un engagement plus rapide dans des démarches permettant de concilier le maintien de notre organisation SPS et l'affichage de notre volonté/capacité à prendre en compte leur réglementation SPS (même si l'objectif reste d'obtenir des accords d'équivalence système), notamment via :
- la mise en place des formations faisant appel à des auditeurs des autorités pays tiers (« ex. Chinese school »).
 - La prise en compte les exigences pays tiers allant au-delà de la réglementation UE (modalités d'inspection, fréquences de contrôle, etc.) avec des solutions compatibles avec le fonctionnement des opérateurs et des services de l'Etat : mise en place de journées de productions export dédiées, valorisation des auto-contrôles encadrés par des cahiers des charges, etc.
- h) Consolider la stratégie d'influence UE :
- en développant les relations d'influence à l'export avec le niveau européen au niveau des CAA auprès des délégations UE pays tiers ;
 - en encourageant le développement de la concertation et de la coopération (partage d'analyses, de documents, de traduction ; démarches conjointes) avec les conseillers agricoles et économiques des autres États membres, voire des pays tiers.
 - en instaurant une relation régulière au niveau central auprès des interlocuteurs de la Commission Européenne (DG AGRI, DG TRADE, DG SANTE). Avec la DG TRADE, ce rdv pourrait avoir lieu à l'occasion de la semaine de l'OIE.
 - en investissant plus avant les outils mutualisés au niveau européen (base de données MADB, outils de certification, TRACES, etc.).

• Assurance-crédit export

7. S'assurer de l'adaptation des nouveaux dispositifs proposés par « Bpifrance Assurance Export » aux besoins spécifiques du secteur agricole

- a) Cap Relais / Cap France export / Cap France Export+.
- b) Enjeux filières céréales, vins, fruits et légumes, viande...

• Plan d'investissement national

8. Relancer la réflexion sur les investissements nécessaires pour sauvegarder le potentiel export (outils et compétences) et garder / regagner de la compétitivité.

II – Proposer une offre française adaptée à la demande des clients et partenaires à l'international

- **Structurer la réponse aux opportunités de marché**

- 9. Assurer une veille efficace des opportunités de marché

- a) Etudes marché.
- b) Réseau à l'international (Business France et Conseillers agricoles).

- 10. Développer une méthode de concertation pour analyser la capacité de réponse à ces opportunités et faciliter l'émergence d'une offre adaptée

- a) Démarche préfiguratrice en réponse à la demande Singapourienne (Ministère du Commerce et de l'Industrie et Singapore Food Agency) => demande de signer une déclaration facilitant l'approvisionnement de Singapour en certains produits français de base à identifier
- b) Systématiser la démarche en constituant un groupe de travail dédié de la CTI de FAM pour (i) centraliser les opportunités de marchés à l'international identifiées par le réseau ou les études adhoc, (2) analyser l'offre correspondante en lien avec les filières et (3) mobiliser les acteurs et opérateurs pour y répondre

- **Renforcer les actions en cours et développer de nouvelles dynamiques**

- 11. Concevoir une stratégie de diversification des exportations dans certaines filières (vins notamment, fragilisée sur 3 de ses principaux marchés (Etats-Unis, Royaume-Uni et Chine/Hong-Kong)

- 12. Garantir notre capacité à répondre à la demande en produits de base (céréales notamment)

- 13. Adapter les priorités pays (Chine, Japon, Corée du Sud, Taïwan, Pays du Golfe).

III - Promouvoir l'offre française à l'international sur les marchés stratégiques

- **Communication globale s'appuyant sur la marque France**

- 14. Développer les outils de communication, notamment digitaux

- a) Finaliser les outils de communication digitaux de la marque « Taste France » - Taste France Magazine et Taste France Business.
 - b) S'associer à Business France pour le déploiement de « Choose France » dans le secteur agro.

- 15. Lancer une campagne globale renforcée dans les pays stratégiques

- a) Taste France pour les produits agricoles et agroalimentaires (campagne inédite de promotion internationale « Taste France », en particulier dans les pays prioritaires et portée par son puissant écosystème digital).
 - b) « Choose France »/ « French Fab » pour les agroéquipements.

- **Portage à haut niveau des sujets agricoles**

- 16. Renforcer la diplomatie économique sur les enjeux agricoles

- a) PR, PM, et autres ministres, dont MEAE et DG Trésor.
 - b) MAA, notamment à l'occasion des grands salons internationaux (CIIE Chine/Etats-Unis, SIAL).
 - c) Corée/Bœuf, Algérie/céréales.

- 17. Activer les leviers d'action au niveau UE

- a) Négociations SPS.
 - b) Mise en œuvre et suivi ALE (obstacles SPS, OTC) : priorité Brexit.
 - c) Promotion 1144, OCM.

- **Accompagnement renforcé des entreprises à l'international**

18. [Assurer un accès gratuit aux informations d'intelligence économique au travers de la plateforme des solutions de Business France](#)

19. [Développer les outils digitaux de prestation d'accompagnement](#)

20. [Baisser les coûts supportés par les entreprises pour participer aux opérations collectives](#)

- a) « Chèque relance export » gouvernemental.
- b) « **Chèque relance export agro** » du ministère de l'agriculture et de l'alimentation.

21. [Faciliter le recours aux VIE](#)

- a) VIE partagés.
- b) VIE portés par une Fédération et placés sur des marchés stratégiques.
- c) VIE mutualisés au niveau régional par l'intermédiaire des ARIAs.
- d) VIE « ambassadeurs de la filière » qui auraient sur les marchés à potentiel pour mission de réaliser une veille sectorielle et de communiquer largement sur les entreprises, filiales et réalisations françaises.

22. [Développer l'exportation collaborative](#)

23. [Travailler au référencement des produits français sur les circuits e-commerce dans les pays cibles](#)

24. [Accélérer le déploiement des Team France Export Agro en région, avec l'appui des DRAAF et des régions](#)

PLAN STRATEGIQUE 2018-2022 POUR LE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS ET L'INTERNATIONALISATION DES FILIERES AGRICOLES, AGRO-ALIMENTAIRES, FORET-BOIS ET DES PRODUITS BIO-SOURCES

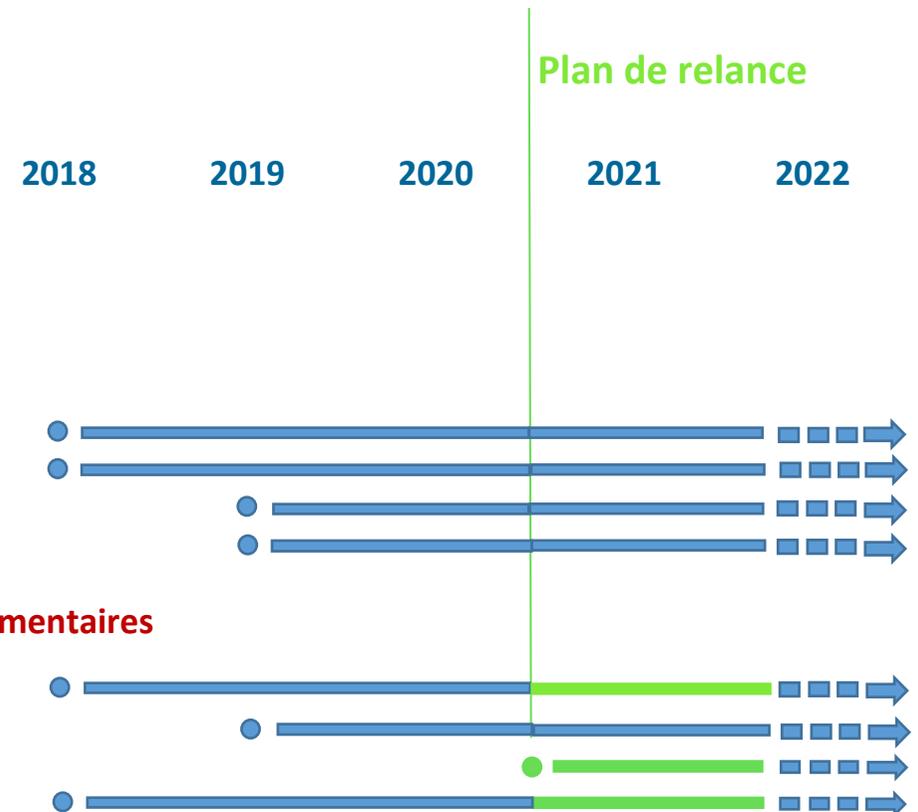
PLAN D'ACTION AXE 1 : Accompagner les entreprises dans la durée

1) Organiser la « Team France export agroalimentaire »

- Mettre en place les guichets uniques régionaux
- Mettre en place les guichets uniques pays
- Établir des conventions entre acteurs (qui fait quoi?)
- Renforcer la compétence internationale en DRAAF

2) Développer des outils pour le parcours export des entreprises agroalimentaires

- Développer la plateforme digitale Expadon2 (certification sanitaire dématérialisée)
- Développer une plateforme digitale des solutions pour le « parcours à international »
- Réduire les coûts des prestations d'accompagnement BtoB à l'international
- Veiller à l'adaptation du dispositif public d'assurance-crédit export aux spécificités agro



PLAN D'ACTION AXE 1 : Accompagner les entreprises dans la durée

3) Favoriser le collectif et le collaboratif à l'export

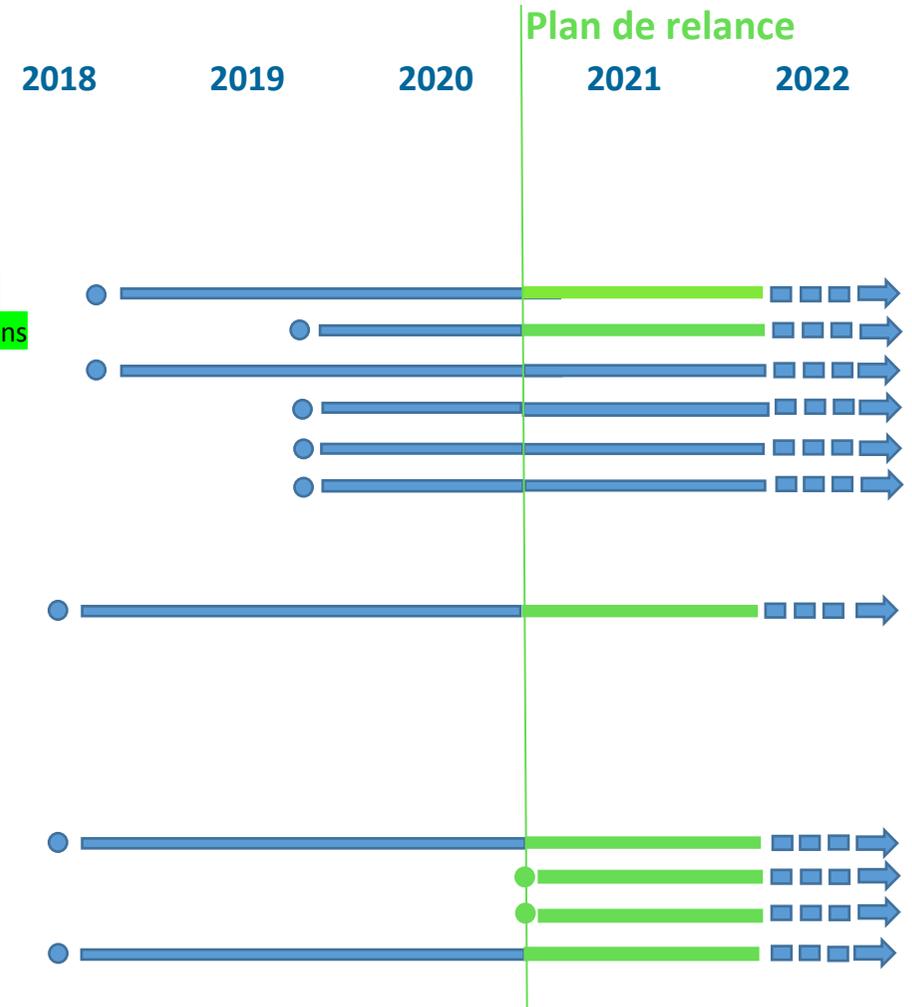
- Créer une Commission internationale pour une gestion collective, ciblée et multi-filières
- Accélérer le développement de l'exportation collaborative au niveau national et en régions
- Développer le volet export des plans de filières
- Accompagner la structuration de filières et l'adaptation de l'offre à la demande
- Développer le volet export du Contrat stratégique de la filière agroalimentaire
- Développer les clubs, associations et comités export agroalimentaires en région

4) Informer, former et aider les entreprises pour l'export

- Organiser des journées & webinaires export a/n national et régional
- Renforcer l'orientation vers les métiers de l'export dans l'enseignement agricole
- Développer des partenariats enseignement-entreprises françaises à l'international
- Proposer aux entreprises des dispositifs de formation continue

5) Renforcer la logistique pour l'export

- Relancer la réflexion sur la logistique dans le domaine céréalier
- Consolider le fonctionnement des chaînes logistiques (aérien/maritime/ferroviaire)
- Améliorer les dispositifs logistiques d'approvisionnement
- Mise en place d'un groupe de travail « Routes de la soie »



2018

2019

2020

Plan de relance

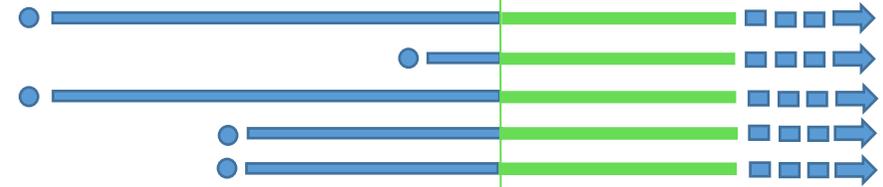
2021

2022

PLAN D'ACTION AXE 2 : Ouvrir de nouveaux marchés et maintenir l'accès aux marchés existants

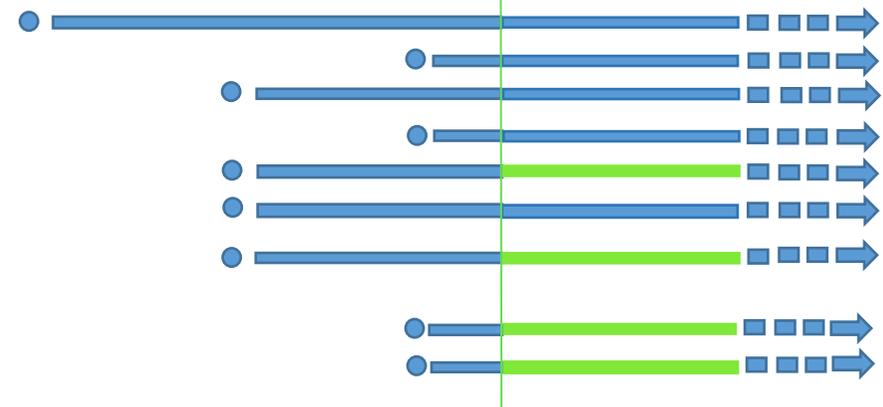
6) Identifier et promouvoir les opportunités de marché

- Identifier les marchés prioritaires à sécuriser/maintenir et conquérir
- Recenser et mutualiser les études/veilles de marché produites par chaque partenaire
- Analyser les opportunités et conditions d'accès de ces marchés
- Informer les entreprises sur les opportunités ouvertes par les accords commerciaux
- Organiser la diffusion des informations marché auprès des entreprises



7) Lever les contraintes SPS à l'export

- Identifier, prioriser et suivre les négociations SPS avec l'ensemble des parties prenantes
- Lier coopération et ouverture de marchés
- Développer des stratégies SPS bilatérales et multilatérales ciblées
- Développer une stratégie concertée d'envoi/accueil de délégations SPS
- Mutualiser les enseignements des accueils de délégations SPS en France
- Renforcer les compétences SPS export des agents du MAA à l'international
- Harmoniser la délivrance des certificats sanitaires et l'instruction des demandes d'agrément en département
- Mieux adapter et mieux communiquer sur nos réponses aux exigences spécifiques des « grands » pays tiers (Chine, Russie, Etats-Unis)
- Développer la stratégie d'influence SPS au niveau européen



8) Valoriser les accords UE-pays tiers

- Soutenir l'UE dans son renforcement de la mise en œuvre des accords
- Défendre les intérêts de la France et de l'UE dans les négociations du Brexit



9) Promouvoir le développement des indications géographiques

- Renforcer la protection des IG dans les accords UE-pays tiers
- Promouvoir l'Arrangement de Lisbonne de l'OMPI et son Acte de Genève
- Poursuivre les actions visant à promouvoir le système des IG



PLAN D'ACTION AXE 3 : Promouvoir les produits français

10) Utiliser les aides du programme UE-1144/2014 de promotion des produits agroalimentaires

- Organiser un séminaire annuel sur l'appel à proposition de la Commission européenne
- Diffuser des fiches méthodologiques pour faciliter l'accès au programme
- Organiser une réunion annuelle sur les modalités de gestion des programmes annuels
- Faire valoir les demandes françaises dans la programmation européenne
- Favoriser la participation d'entreprises françaises aux missions du Commissaire européen

11) S'appuyer sur les leaders à l'international de la gastronomie, de l'hôtellerie et de la grande distribution

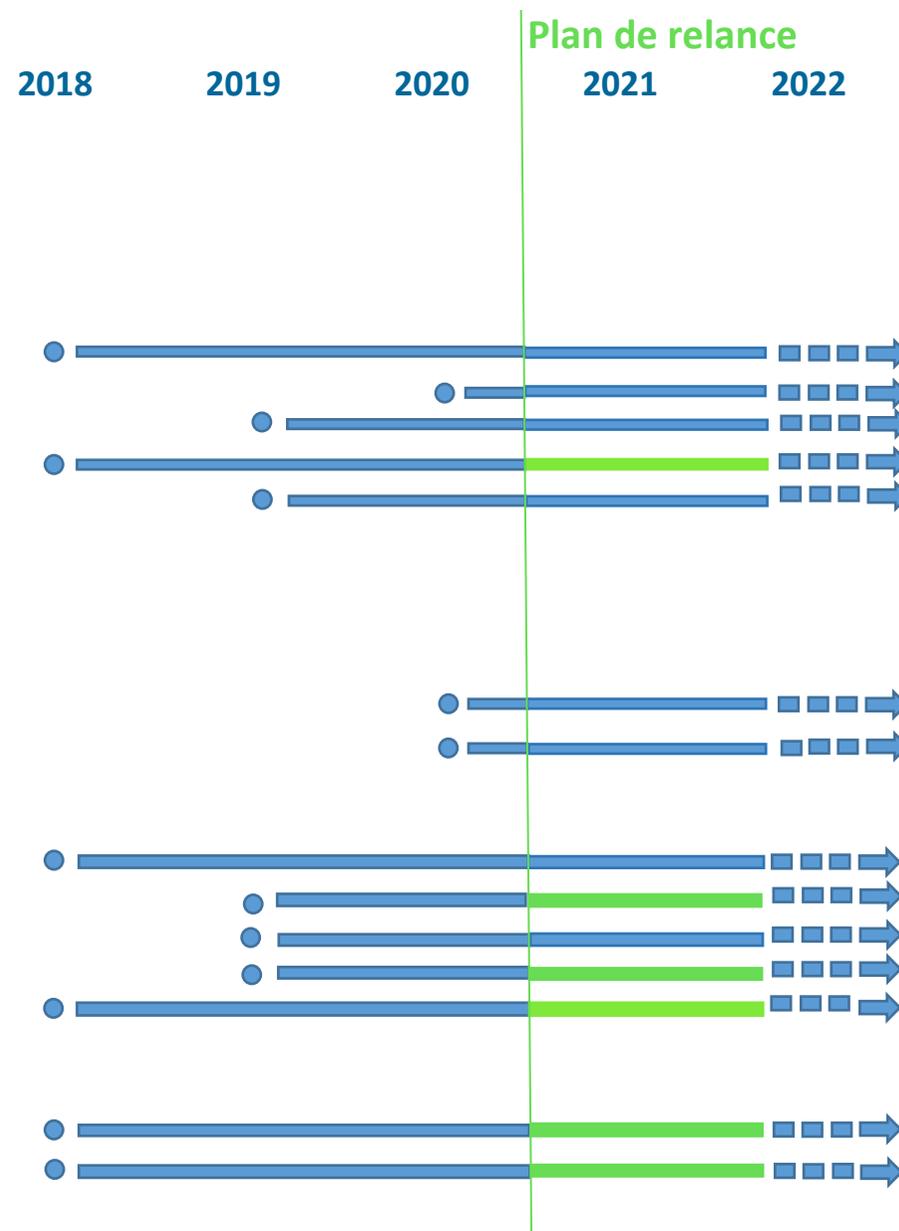
- Sensibiliser et engager les partenaires potentiels dans un partenariat stratégique
- Développer les actions avec ces leaders

12) Renforcer l'image de la France à l'international

- Contribuer aux réflexions sur la marque France
- Développer la marque France fille pour les produits agroalimentaires
- Sélectionner un prestataire pour la promotion 2019-2021 de l'image France (BtoC)
- Développer une stratégie et des outils digitaux de communication sur l'image France
- Créer et diffuser un film sur les atouts et l'excellence du secteur agroalimentaire français

13) Soutenir la promotion collective

- Soutenir les salons agroalimentaires internationaux en France
- Soutenir le programme France Export



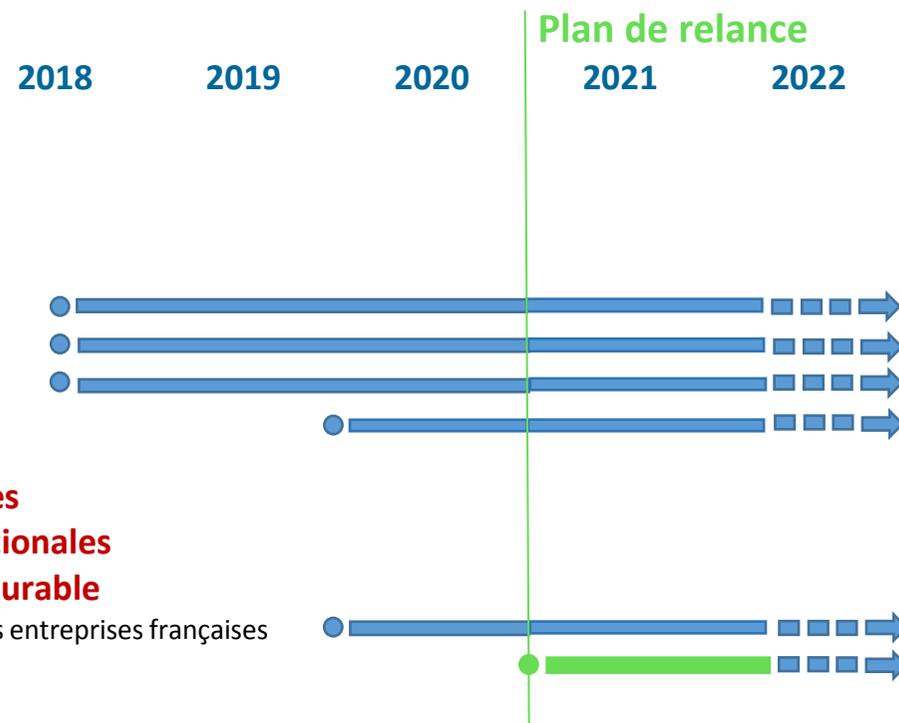
PLAN D'ACTION AXE 3 : Promouvoir les produits français

14) Promouvoir nos produits et nos savoir-faire grâce à la coopération et à l'expertise internationale

- Soutenir l'expertise publique française à l'international
- Mobiliser les fonds publics au service de projets bénéficiant aux entreprises françaises
- Former en France les professionnels et futurs professionnels étrangers
- Soutenir la coopération avec les instituts techniques

15) Mieux prendre en compte l'impact des exportations agroalimentaires françaises et des investissements dans les chaînes de valeur internationales au regard des enjeux de sécurité alimentaire et de développement durable

- Promouvoir le respect du développement durable et de la RSE à l'international auprès des entreprises françaises
- Communiquer sur le respect du développement durable par la production française



Retrouvez l'intégralité
des mesures du plan de relance
sur francerelance.gouv.fr

