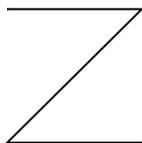


Z



# Contrat stratégique de la filière Agroalimentaire

16 novembre 2018



Éditorial.....	3
1 Présentation de la filière.....	4
Enjeux de la filière.....	4
Vision stratégique.....	5
Gouvernance du CSF.....	7
2 Les projets structurants.....	10
Projet 1 : Numériser l’information produit pour gagner en compétitivité et en qualité, et pour redonner confiance au consommateur.....	10
Projet 2 : Protéines du futur, pour faire de la France un leader mondial des nouvelles sources protéiques.....	14
Projet 3 : Valoriser la richesse de nos banques de ferments, le savoir-faire de nos entreprises et de nos structures de recherche.....	17
Projet 4 : Compétences et recrutement, mise en place d’un projet d’expérimentation territoriale Intersectorielle en faveur de l’emploi.....	19
3 Autres actions de la filière.....	22
Action 1 : Accompagner le changement d’échelle des PME avec la mise en place d’un accélérateur dédié au secteur agroalimentaire.....	22
Action 2 : Accélérer le déploiement de la RSE dans la filière agroalimentaire.....	23
Action 3 : Une Task force à l’international pour aider les entreprises agroalimentaires à s’internationaliser davantage, en mutualisant sur l’image France.....	27
4 Tableau récapitulatif du calendrier des projets et des livrables.....	29
5 Signataires :.....	30



Les entreprises agroalimentaires sont présentes dans le quotidien des consommateurs. Leurs savoir-faire et leurs produits sont reconnus dans le monde entier et sont une force de la France, tant pour le tourisme que pour les exportations.

Alors que les attentes des consommateurs en France, en Europe et dans le monde évoluent très vite, nos entreprises doivent innover, se moderniser, se renforcer pour répondre à ces nouvelles aspirations et faire face à la concurrence internationale. Il en va de l'avenir de nos entreprises et de nos collaborateurs et de l'intérêt des consommateurs. En effet, les défis à relever sont nombreux : défi digital, défi démographique, défi international.

Je suis fier de piloter le comité stratégique de la filière alimentaire. Ce programme multi-acteurs met à contribution toutes les bonnes volontés pour atteindre une alimentation plus sûre, plus saine, plus variée, plus durable et plus exportable. Et ce au bénéfice de notre pays et de nos entreprises de toute taille, de tout métier, de toute région et de nos concitoyens.

La filière alimentaire ne pourra se moderniser, investir et innover en France qu'à la condition de recréer de la valeur. Pour ce faire, il convient de mettre fin à la guerre des prix, destructrice de valeur depuis de trop nombreuses années. Au-delà, les freins qui brident la compétitivité de nos entreprises (sur-réglementation, fiscalité), particulièrement dans notre environnement européen, doivent être levés.

L'ambition du CSFA doit permettre de renforcer la capacité d'innovation des entreprises, au moyen d'actions concrètes et structurantes, cohérentes avec les conclusions des États Généraux de l'Alimentation (EGA) et en lien avec les territoires. Elle devra permettre aux entreprises de toujours mieux répondre aux attentes des consommateurs, portant désormais à la fois sur les enjeux sanitaires et économiques, mais également sur les aspects environnementaux et sociaux.

A cet égard, l'attractivité des métiers et le développement des compétences constituent des enjeux prioritaires pour les entreprises et les salariés des industries alimentaires. Désormais, la performance sociale de nos entreprises apparaît une composante majeure de leur performance économique.

L'année 2018 est particulièrement importante pour le secteur agro-alimentaire. Citons la mise en œuvre des conclusions des EGA, des plans de filière, de la loi EGALIM, du volet agricole du Grand Plan d'Investissement ou la tenue du SIAL en octobre à Paris. Elle marque également le lancement de ce nouveau contrat de la filière alimentaire encore plus ambitieux et collectif que le précédent.

## 1 Présentation de la filière

---

Le poids de l'industrie agroalimentaire (IAA) en France n'est plus à démontrer. Avec plus de 18 % du chiffre d'affaires industriel, 16 % de sa valeur ajoutée et près de 450 000 emplois, le secteur compte et pèse fortement dans l'activité économique de notre territoire.

Il compte car il transforme 70 % de notre agriculture et fait vivre de nombreuses exploitations mais aussi parce que 80 % des produits alimentaires consommés en France sont fabriqués localement. L'industrie agroalimentaire compte 98 % de petites et moyennes entreprises (PME) qui participent donc à l'aménagement du territoire français.

À l'international, la France bénéficie d'une image très positive concernant ses produits alimentaires. Mais elle est aujourd'hui en recul sur ses marchés export :

- Au milieu des années 2000, la France était le 2<sup>ème</sup> pays exportateur de produits agricoles et agroalimentaires. Aujourd'hui, le secteur alimentaire occupe le 4<sup>ème</sup> rang mondial après les USA, l'Allemagne et les Pays-Bas ;
- Par ailleurs, s'il contribue toujours autant à la balance commerciale française, le secteur alimentaire est en perte de vitesse. À partir de 2013, le solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires est passé de la 2<sup>ème</sup> à la 3<sup>ème</sup> position derrière les produits chimiques, parfumerie et cosmétique.

### Enjeux de la filière

#### ***Des atouts formidables, mais une passe difficile***

Riche de la diversité de son offre, de ses terroirs et de ses savoir-faire, l'industrie agroalimentaire française, occupe une place de premier rang dans le monde en termes d'image et de qualité. D'un point de vue des enjeux prospectifs, la place qu'elle occupe se situe très au-dessus de sa part dans la production industrielle mondiale. La France est ainsi placée en première ligne pour contribuer très significativement à la réponse au défi que constitue l'alimentation de 10 milliards d'humains à l'horizon 2050.

Néanmoins, l'Industrie agroalimentaire française a connu dans les dernières années une période de recul et de difficulté. La valeur ajoutée a plongé de près de 15 % ces 10 dernières années (contre une croissance de 14 % dans le reste de la zone euro), sous l'effet conjugué de la pression sur les prix exercée par la grande distribution, de la hausse des coûts des matières premières agricoles et d'une pression fiscale accrue.

- D'une part, l'industrie agroalimentaire transforme 70 % de la production agricole, et le coût des matières premières représente près de 55 % du chiffre d'affaires des IAA. Tout décrochage de compétitivité de son amont impacte fortement négativement sa rentabilité.

- D'autre part, la concentration de la grande distribution avec quatre grandes centrales d'achat face à 17000 entreprises a entraîné une déflation continue des prix depuis cinq ans.
- Enfin, pour des raisons multifactorielles, l'image de l'industrie agroalimentaire s'est peu à peu brouillée aux yeux des consommateurs.

Ainsi, aujourd'hui, notre industrie connaît un recul significatif de ses parts de marché, un recul de sa rentabilité et fait face à une défiance des consommateurs. Le contrat stratégique de filière doit lui permettre d'inverser la tendance et de repartir à la conquête de ses consommateurs et de ses marchés externes.

### ***Des attentes consommateur de plus en plus complexes***

Les attentes des consommateurs ont évolué : un nombre croissant d'entre eux recherche du sens et des éléments de réassurance. Les consommateurs sont de plus en plus des citoyens qui votent également par leur acte d'achat. Néanmoins, parallèlement à l'émergence de segments à plus forte valeur ajoutée (appellations d'origine, clean label, alimentation santé, sourcing responsable, BIO, production RSE, etc.), une part de la consommation assez largement majoritaire reste orientée sur la recherche du meilleur prix dans des conditions de sécurité alimentaire acceptables. Ce foisonnement de la segmentation s'observe à l'international comme sur le marché domestique.

### ***Une évolution accélérée des connaissances scientifiques et techniques***

Le numérique et l'intelligence artificielle constituent des opportunités formidables d'amélioration des supply-chain, de la compétitivité et de la fiabilité des procédés de production. Elles permettent une transformation en profondeur de la relation client. Elles rendent possibles le développement de nouveaux outils pour maîtriser la qualité et la sécurité, dans toutes leurs dimensions, garantir la traçabilité tout au long de la chaîne de valeur et améliorer l'expérience consommateur.

Les progrès de la génétique et la biologie et plus généralement des sciences du vivant sont des opportunités considérables de combiner dans le même élan des progrès de qualité et des progrès de productivité, ainsi que des progrès dans l'écologie des procédés.

## **Vision stratégique**

### ***Éléments de contexte***

Les États généraux de l'alimentation (EGA) ont été lancés par le Président de la République pendant l'été 2017. Cette période de concertation entre les différents acteurs de la filière a permis de poser un nouveau cap pour la filière alimentaire de demain, lui permettant de créer de la valeur et de redéfinir des relations commerciales garantissant un partage équitable de la valeur ajoutée créée. Dans ce cadre, l'accent a été particulièrement mis sur le développement de segments de marchés pouvant être générateurs de forte valorisation, dans un contexte de renchérissement des coûts des matières premières agricoles. Par ailleurs, les acteurs se sont engagés pour une alimentation plus saine, sûre et plus durable.

Les EGA ont été ponctués par un travail des interprofessions sur la stratégie de développement des filières à 5 ans via la constitution de plans de filières, avec pour principales lignes directrices :

- D'accompagner les mutations de notre société et de répondre aux aspirations de la population en matière sociétale, ainsi que de répondre aux désirs des consommateurs en matière de qualité des produits que ce soit sur la filière biologique ou d'autres démarches de qualité...
- ... tout en étant capable de fournir en quantité des produits accessibles aux consommateurs au regard de leurs contraintes financières...
- ... et en faisant progresser l'acceptation du consentement par le consommateur du prix réel des denrées au regard de leurs attentes et de la nécessité de renforcer les filières et la répartition de la valeur.

L'action de la filière alimentaire, portée par le CSF, s'inscrit pleinement dans ce cadre d'analyse avec pour objectif résolu de redonner de la valeur à l'ensemble de la filière alimentaire.

*Selon les estimations fournies par les industriels du secteur lors des EGA, le coût global de la mise en œuvre de ces différents plans d'action de notre stratégie de filière est estimé à plus de 25 milliards d'euros sur cinq ans. Ces estimations reposent notamment sur le retard d'investissement cumulé depuis 10 dans l'IAA, et sur les besoins de financement nécessaires pour relever le défi que représente la transition numérique, énergétique et démographique à venir. Pour saisir au mieux ces enjeux prospectifs, l'industrie agroalimentaire doit retrouver des marges de manœuvre économiques.*

*Pour le maillon industriel, cela passe notamment par un arrêt immédiat de la guerre des prix, dans un environnement réglementaire et fiscal stable et prévisible (limiter les surtranspositions réglementaires et œuvrer pour une fiscalité non pénalisante pour le secteur).*

### ***Une stratégie de conquête***

L'industrie alimentaire française s'engage résolument dans la reconquête de son image auprès des consommateurs français, dans le rétablissement de sa compétitivité perdue, et dans l'accroissement de sa part de marché mondiale.

Pour y parvenir, elle s'engage dans la voie d'une alimentation toujours plus sûre, plus saine, plus durable, et plus accessible à tous, dans des conditions de transparence toujours plus élevées. Elle met en œuvre à cet effet un contrat de filière sur 6 axes :

- La transition numérique,
- L'innovation produits et process notamment dans les domaines de nouvelles sources de protéines et de valorisation des ferments, au service de la qualité nutritionnelle des produits,
- Le développement durable notamment dans ses dimensions RSE et économie circulaire,
- Le développement de ses exportations,

- Les compétences et l'emploi.

Ces axes s'inscrivent en synergie avec les autres secteurs industriels, notamment les fournisseurs des industries agroalimentaires. Le lien avec l'amont agricole lors de ces réflexions est en effet indispensable pour mener une transformation systémique impliquant toute la chaîne de production d'une denrée. Le développement et le déploiement de ces axes pourront ainsi générer un effet d'entraînement positif et significatif pour d'autres secteurs industriels que l'IAA. Dans le même temps le secteur agroalimentaire pourra tirer parti des expériences et initiatives des autres secteurs industriels inscrits dans des démarches de contrat de filière.

Le contrat de la filière agroalimentaire traduit les engagements de la profession et de l'État sur des projets structurants mis en œuvre à court terme (2 ans environ). Il a vocation à s'enrichir au cours du temps de nouveaux projets.

L'industrie agroalimentaire est une industrie particulière, ancrée au sein de territoires, avec plus de 17000 entreprises, dont 98 % PME-TPE, pour la plupart avec une identification territoriale. La déclinaison régionale de ces axes stratégiques est donc indispensable. Ce présent contrat de filière pourra donc être le support d'actions structurantes locales, basées en fonction de leur pertinence sur un ou des axes stratégiques défini dans le présent document ou sur une thématique à fort enjeu local, en lien avec les Régions et territoires et départements d'Outre-Mer, les représentants des acteurs industriels régionaux, ainsi que les services déconcentrés de l'État compétents sur ces sujets en région.

## Gouvernance du CSF

### *Composition du Comité stratégique*

Le comité stratégique présidé par Gérard Girardot, Président de l'ANIA, est composé de :

- Représentants des industriels :
  - o ceux siégeant au Bureau
  - o deux présidents d'associations régionales des industries agroalimentaires
  - o autres (Synabio...)
- Représentants des salariés : secrétaires généraux des organisations siégeant au Bureau
- Représentants des organismes de recherche et de l'accompagnement technique : INRA-Irstea, ACTIA
- Représentants des opérateurs : Bpi-France, Ademe, FranceAgriMer
- Représentants des pôles de compétitivité
- Représentants de l'État, Secrétariat général pour l'investissement
- Représentant de France Industrie

Les représentants des producteurs de l'amont agricole et de l'aval (commerce, consommateurs) pourront en tant que de besoin, être associés aux travaux de certains

projets structurants ou actions. Par ailleurs, une articulation sera établie entre les travaux du CSF et les commissions transversales qui seront mises en place à FranceAgriMer, dont le but est de mieux coordonner l'amont et l'aval et de promouvoir le travail entre filières.

### ***Composition du Bureau du CSFA***

Le bureau est composé de :

- 7 représentants des industriels
  - o Antoine Baule (DG de Lesaffre)
  - o Michel Prugue (Président de Coop de France et Président du groupe coopératif de Maisadour)
  - o Ludovic Spiers (DG de la coopérative Agrial)
  - o Lionel Deloingce (Président de l'Association nationale des meuniers de France et Président des moulins Paul Dupuis)
  - o Michel Nalet (Directeur des relations extérieures Lactalis)
  - o Alexis Duval (DG de la coopérative Tereos)
  - o Jérôme François (DG en charge du marketing et de la communication avec les consommateurs chez Nestlé)
- 3 représentants d'organisations syndicales de salariés : FO, CGT et CFDT
- Représentants de l'État : ministère de l'économie et des finances (DGE) et ministère de l'agriculture (DGPE)

### ***Réunions***

Le comité plénier se réunira annuellement et le Bureau au moins 3 fois par an pour faire le point sur l'état d'avancement du contrat.

## 2 Les projets structurants

---

### Projet 1 : Numériser l'information produit pour gagner en compétitivité et en qualité, et pour redonner confiance au consommateur

#### ▪ Contexte

La transformation numérique est souvent qualifiée de 4<sup>ème</sup> révolution industrielle, car elle peut bouleverser le business model et a un impact fort sur l'ensemble des processus et des activités de l'entreprise. Les entreprises agro-alimentaires ont entamé cette mutation mais de manière hétérogène, dispersée et en silo. Pourtant les enjeux numériques sont stratégiques pour la filière :

- Redonner confiance au consommateur en lui fournissant une information complète et fiable sur les produits alimentaires qu'il consomme,
- Améliorer en permanence la maîtrise de la qualité et de la sécurité des aliments grâce aux outils de traçabilité des produits le long du processus de transformation,
- Gagner en compétitivité-coût en automatisant l'ensemble du processus de fabrication des produits,
- Redonner de l'attractivité aux emplois du secteur en faisant évoluer les métiers de l'industrie agroalimentaire.

En effet, les attentes nouvelles des consommateurs vont au-delà de la qualité nutritionnelle de leur alimentation. Ils s'intéressent à l'histoire du produit, « de la fourche à la fourchette ». Ils réclament des processus de production transparents, répondant aux éthiques sociétales et environnementales qui se développent, comme la prise en compte du bien-être animal ou la réduction de l'emploi des intrants phytosanitaires. Ils cherchent des produits personnalisés, entrant dans des marchés de niche (bio, vegan, sans gluten, allégé en matières grasses, enrichi en vitamines, commerce équitable...). Ils exigent davantage d'information et de protection, ce qui génère un flux croissant d'informations et de mentions obligatoires sur l'étiquetage des denrées alimentaires. Cependant une étude<sup>1</sup> réalisée en février 2017 révèle qu'il s'avère difficile pour les consommateurs de traiter plus de 2 ou 3 informations en situation d'achat. En outre, la taille réduite des étiquettes limite la quantité d'information pouvant être affichée. En conséquence, les consommateurs jugent incomplète, peu claire et peu fiable l'information disponible sur les emballages et ils peinent à l'utiliser de façon efficace. En outre, pour les mêmes raisons, les entreprises peinent à signaler leurs avantages comparatifs et différencier leurs produits.

Les outils numériques proposent de formidables opportunités pour répondre à cet enjeu d'information produit de qualité.

1 Etude réalisée par l'INRA et l'association CLCV sur « L'étiquetage au service d'une alimentation durable »

Les trois premières actions structurantes à mettre en œuvre au sein de cet axe ciblent la numérisation de l'information produit. Elles visent à créer une plateforme de données et à établir les bases de la traçabilité numérique des denrées alimentaires.

Des actions relatives à la transformation numérique des moyens de production et à l'évolution des compétences et de l'appropriation culturelle de ces outils pourront être définies par la suite, y compris à un échelon plus local et en associant les acteurs régionaux.

- **Rattachement du projet à l'une des thématiques prioritaires** : transformation numérique des entreprises, plateformes numériques et technologiques

- **Objectifs**

Le projet NUM-ALIM vise à réconcilier le consommateur avec son alimentation, en lui permettant d'accéder à une information fiable et détaillée des produits qu'il consomme. Il sera décomposé en 3 actions :

- 1.1 Établir des cartes d'identité numérique des aliments et rassembler ces cartes d'identité au sein d'un catalogue numérique unique
- 1.2 Créer la plateforme française des aliments, permettant de valoriser les données pour les consommateurs, les industriels de l'agroalimentaire et la recherche scientifique
- 1.3 Définir la stratégie pour améliorer la traçabilité des aliments sur l'ensemble de la chaîne alimentaire grâce aux outils numériques et automatisés, permettant ainsi de supprimer le risque d'erreur.

#### **Objectif 1.1 : L'information produit en open data**

La première action sera de construire un outil numérique permettant de diffuser l'information produit en open data. Ce « cloud » de l'information produit contribuera à partager et à rendre accessible à tous les acteurs, y compris le consommateur :

- des données essentielles à une consommation éclairée et responsable ;
- une information authentifiée et certifiée par le détenteur de la marque ;
- un socle d'interopérabilité indispensable à l'émergence de services (notamment numériques) à valeur ajoutée.

Dans un premier temps, la **carte d'identité numérique des aliments (CIN)** sera conçue avec la définition des données destinées à être partagées. À ce stade, elles s'attacheront au descriptif marketing et aux données réglementaires (poids, allergènes, etc.), par exemple :

- Les données de base (7 attributs internationaux et cross-filières) : marques, GTIN (code à barres), libellé, image, marché cible, nom de l'entreprise, classification
- Les données spécifiques à la filière agro-alimentaire pour les produits finis et notamment les informations réglementaires d'information consommateurs (INCO 1169),
- Des données nutritionnelles,
- D'autres données à définir.

Les fiches CIN seront renseignées directement par les producteurs et/ou la marque. Elles seront consultables par les consommateurs de manière individuelle.

Le **catalogue numérique** sera ensuite constitué, avec l'ensemble des cartes d'identité numérique des produits agroalimentaires. Il sera géré par GS1 France et hébergé dans le cloud GS1. Il sera accessible aux entreprises dont les produits y sont référencés et aux distributeurs (mais pas aux consommateurs).

En parallèle, un dispositif complet de formation et d'accompagnement sera défini et déployé auprès du plus grand nombre possible d'opérateurs.

### **Objectif 1.2 : La donnée de traçabilité « du champ à l'assiette »**

Dans un second temps, une collecte de données plus large et plus exhaustive sera réalisée, impliquant tous les maillons de la chaîne. Ces informations relatives à la traçabilité des produits seront partagées sur la **plateforme numérique des aliments NUM-ALIM**. La plateforme rassemblera :

- les données du catalogue numérique ;
- des données complémentaires provenant d'autres sources, comme des données de consommation, des données de géolocalisation (cartographie des lieux de production), des données sur les modes de production, des données RSE...

La plateforme numérique des aliments sera exploitée pour vendre des données agrégées (composition des aliments, modes de production et modes de consommation individuels). Les clients utiliseront ces données agrégées pour la réalisation d'études, de traitements statistiques ou le développement de services avancés pour les consommateurs.

### **Objectif 1.3 : La spécification des données dynamiques**

Actuellement, les informations dynamiques de traçabilité des aliments (lieux de provenance, lieux de production, lieux de distribution et événements associés) existent et sont en général transmises correctement entre les industriels et les 150 entrepôts de la grande distribution. Cependant elles se perdent entre ces entrepôts et les quelques milliers d'hypermarchés. Il est donc nécessaire de mettre en œuvre une organisation pour garder la trace de ces informations.

Les solutions technologiques étant complexes, les spécifications des informations dynamiques de traçabilité des aliments seront donc rédigées dans le cadre du projet avec :

- L'inventaire des données dynamiques à collecter ;
- L'analyse des besoins technologiques (QR code, technologie Blockchain...) et l'étude de faisabilité.

La collecte des données dynamiques sera réalisée à la suite de ce projet.

#### ▪ **Pilotage**

- Pilote : Jérôme François, NESTLE
- Acteurs impliqués = un consortium regroupant :
  - l'ANIA, Coop de France, la FNSEA et la Fédération du Commerce et de la Distribution

- un porteur opérationnel : le Fonds français pour l’Alimentation et la Santé (FFAS)
- un opérateur technique : GS1
- les administrations concernées : DGE, DGPE, DGAL.

▪ **Livrables attendus et calendrier**

Les livrables seront fournis selon le calendrier suivant :

<b>Objectif</b>	<b>Livrable</b>	<b>Délai</b>
1.1	Modèle de Carte d’identité des aliments (CNI).	2019
1.1	Catalogue numérique des données.	2021
1.2	Plateforme numérique des aliments NUM-ALIM.	2022
1.3	Cahier de spécifications des données dynamiques.	2020

- Le projet Num-Alim comprend 4 lots, le premier étant constitué des 3 tâches suivantes : T1 : catalogue numérique ; T2 : définition des sources de données externes ; T3 : spécification des données dynamiques pour la traçabilité.
- La tâche T1 sera réalisée à partir du 01/01/2019. Producteurs, industriels et distributeurs spécifieront ensemble les attributs qui permettront d’établir la carte d’identité de tous les aliments et de regrouper les cartes d’identité dans une base de données unique constituant le catalogue numérique des aliments.
- Les distributeurs, qu’ils soient généralistes ou spécialisés, seront les principaux utilisateurs du catalogue numérique des aliments. Il constituera pour eux une marketplace qui facilitera leur sourcing produits, aussi bien pour leurs magasins physiques que pour leurs boutiques en ligne.

▪ **Engagements réciproques entre l’État et la filière**

- Engagement de l’État : Le projet sera étudié dans le cadre de l’AAP du PIA 3 « Structuration des filières ».
- Engagement de la filière :
  - Le co-financement des actions proposées par le Consortium
  - La mise en place d’un fonds institutionnel collectif (sur la base du FFAS) permettant de cofinancer avec l’État, la création et le déploiement des outils de la transition numérique.

## Projet 2 : Protéines du futur, pour faire de la France un leader mondial des nouvelles sources protéiques

### ▪ Contexte

Différentes études prévoient plus de 8,4 milliards d'habitants à l'horizon 2030, avec un mode de vie de plus en plus urbanisé et tendant vers un modèle de consommation « à l'occidentale ». La demande en protéines devrait ainsi croître de 40% d'ici 2030, soit une croissance annuelle globale du secteur de plus de 7%. Mais l'augmentation de la production de produits carnés ne suffira pas et des sources complémentaires aux protéines animales sont à développer.

Au-delà de ces besoins quantitatifs, les consommateurs en France sont aujourd'hui demandeurs de nouvelles sources de protéines qui viennent pour la plupart des consommateurs souhaitant diversifier leurs sources de protéines : les flexitariens.

La France dispose de nombreux atouts avec un gisement de protéines végétales important en quantité et qualité : blé, oléagineux, protéagineux mais aussi des potentialités de production de nouvelles sources de protéines telles que les micro-algues, les insectes et les protéines issues des biotechnologies.

Leur utilisation en alimentation humaine ou animale nécessite cependant que soient levés différents verrous relatifs à leurs qualités sensorielles, nutritionnelles, technologiques et sociologiques. Sont également à mener des actions de communication mais aussi d'accompagnement des entreprises aux exigences réglementaires de la mise sur le marché de ces nouveaux produits. Ce projet du CSF est complémentaire du plan de filière oléo-protéagineux 2018-2022 de Terres Univia. Il sera construit en synergie avec Terres Univia et son institut technique Terres Inovia.

- **Rattachement du projet à une thématique prioritaire** : projets R&D et Innovation.

### ▪ Objectifs

Le développement de nouveaux produits et solutions par le secteur des protéines du futur est notamment ralenti par des verrous identifiés et partagés par une majorité des acteurs de la filière. Parmi ceux-ci, les verrous suivants ont été identifiés : qualité nutritionnelle, allergénicité, formulation en nutrition humaine comme animale et caractères organoleptiques, ainsi que la production agricole : quantité mais aussi qualité des protéines et contrôles aux champs. Ces verrous peuvent parfaitement être adressés de manière collaborative dans le cadre de projets non-compétitifs.

Les objectifs associés à une telle démarche sont de :

- Servir les intérêts de toute la chaîne de valeur en développant et mettant au point de nouveaux outils, méthodologies et pratiques ;
- Promouvoir la compétitivité internationale française et la capacité d'innovation dans les domaines scientifiques, technologiques et des applications ;

- Accélérer le développement et l'industrialisation des entreprises et start-up du secteur ;
- Anticiper ces mutations pour leur introduction sur le marché.

**Objectif 2.1 : Soutenir des projets de R&D pour lever des verrous sur la qualité nutritionnelle d'un large panel de protéines**

Ce programme de R&D vise à qualifier de manière précise et fiable la qualité nutritionnelle d'un large panel de protéines en fonction des applications et des marchés visés.

**Objectif 2.2 : Mettre en place un référentiel sensoriel commun afin d'accélérer le développement et l'industrialisation d'une large gamme de produits**

Ce programme de R&D vise à mettre en place un référentiel sensoriel universel des protéines, développer des formulations au goût des consommateurs. L'enjeu d'innovation porte sur le développement et l'optimisation des procédés de fractionnement, extraction et transformation qui jouent un rôle prépondérant sur les qualités technologiques, nutritionnelles et organoleptiques des protéines.

**Objectif 2.3 : Définir et mettre en œuvre un plan d'actions de communication auprès du grand public ; définir et mettre en œuvre un plan d'accompagnement des entreprises à la réglementation pour faciliter l'introduction sur le marché de produits et solutions innovantes**

Plus spécifiquement, il s'agit :

- D'améliorer la visibilité, l'acceptabilité et la perception des protéines du futur : campagne de sensibilisation ; élaboration de kits éducatifs ; introduction des menus proposant des protéines du futur dans la restauration collective...
- D'assurer un cadre réglementaire stable et prédictif pour le développement et l'introduction sur le marché des protéines du futur, notamment en facilitant la lecture et la mise en œuvre du nouveau règlement « novel food ».

**Objectif 2.4 : Accompagner les start-up du secteur dans leur développement et leur financement**

Cette action vise en lien avec le réseau Food Tech à recenser les dispositifs existants de fonds publics ou privés auxquels les start-up du secteur pourraient postuler et d'évaluer l'opportunité de créer un fonds dédié au secteur sur la base de critères objectifs.

▪ **Pilotage**

Pilote : Alexis Duval (Tereos)

Acteurs impliqués : Association Protéines France, Terres Univia, Terres Inovia.

▪ **Livrables et calendrier**

<b>Objectif</b>	<b>Livrable</b>	<b>Délai</b>
2.1	Un référentiel méthodologique pour qualifier précisément la qualité nutritionnelle d'une protéine innovante en fonction des applications visées et des marchés visés.	2021
2.1	Une série de publications relatives aux différents résultats obtenus pour faire état de la qualité nutritionnelle des protéines évaluées. L'enjeu associé sera d'obtenir une validation des résultats par la communauté scientifique.	2021
2.2	Un ensemble d'outils permettant de comparer les protéines dans des matrices alimentaires et de les corrélérer avec les préférences consommateurs, afin de faciliter la sélection variétale et la formulation.	2023
2.3	Un plan d'action de communication auprès du grand public au sujet de protéines végétales et de nouvelles ressources.	2019
2.3	Un plan d'accompagnement des entreprises à la réglementation Novel Food.	2019
2.4	Un recensement exhaustif des dispositifs existants de fonds et autres initiatives publics ou privées soutenant financièrement les start-up du secteur protéines.	2019

▪ **Engagements réciproques entre l'État et la filière**

Engagement de l'Etat : les dispositifs de financement du PIA 3 et l'identification d'une thématique sur les Protéines du futur dans le prochain appel à projets « Agriculture et agroalimentaire de demain » ; association de Protéines France aux groupes de travail visant à définir et mettre en œuvre le plan de communication grand public et le plan d'accompagnement sur la réglementation novel food.

Engagement de la filière : le co-financement des actions dans le cadre des procédures établies par le Programme des investissements d'avenir ; co-pilotage avec l'État des groupes de travail visant à définir et mettre en œuvre le plan de communication grand public et le plan d'accompagnement sur la réglementation novel food.

## Projet 3 : Valoriser la richesse de nos banques de ferments, le savoir-faire de nos entreprises et de nos structures de recherche

### ▪ Contexte

Cette axe vise à valoriser la richesse de nos banques de ferments, le savoir-faire de nos entreprises mais aussi accélérer la transformation des connaissances scientifiques en procédés et produits dans le domaine des applications industrielles des ferments.

La longue histoire des aliments et boissons fermentés sur le territoire Français a vu émerger de fortes compétences dans de multiples filières : panification, fromages et produits laitiers fermentés, charcuterie, vin, bière, spiritueux, etc... Ces compétences et savoir-faire s'accompagnent souvent chez les acteurs d'une propriété intellectuelle importante, de la possession de collections de souche propres, et de savoir-faire industriels spécifiques.

La France possède au sein de ses entreprises mais aussi de ses instituts de recherche (INRA, CNRS) de souchothèques remarquables. Elle détient également un savoir-faire reconnu dans la technologie de la fermentation de plusieurs familles de denrées alimentaires ainsi qu'une reconnaissance scientifique mondiale sur la connaissance du microbiote.

Alors que d'autres pays investissent massivement et de manière collaborative dans le domaine des microorganismes, de la bio-production et de la fermentation (Danemark, USA, Japon, Corée, Chine...), il n'existe pas à ce jour en France de démarche collective structurante dans celui-ci. C'est cet objectif que se fixe le projet Ferments (et produits fermentés) du Futur.

Pour ces raisons, le système collaboratif mis au point par le consortium « Toulouse White Biotech » sur la chimie verte (ou biotechnologie blanche) a été retenu comme modèle pour imaginer la structure du projet (modèle auquel des ajustements seront apportés pour tenir compte de nos spécificités). Il permet en effet la recherche collaborative avancée, tout en préservant le patrimoine de chacun.

- **Rattachement du projet à une thématique prioritaire** : projets R&D et Innovation.

### ▪ Objectifs

#### **Objectif 3.1 : Créer une association de recherche collaborative**

#### **Objectif 3.2 : Mettre en place une plateforme de recherche précompétitive**

Il est envisagé de mettre en place une plateforme de recherche à la pointe de la technologie pour le support de projets partagés de R&D et de projets pré- compétitifs autofinancés, ainsi qu'une activité d'accueil et de soutien pour accélérer le développement des jeunes entreprises.

Le modèle en cours d'élaboration est le suivant :

- Mise en commun par ses membres d'une plateforme de recherche précompétitive, qui se consacre à des axes de création de nouveaux outils de recherche, ou bien

d'amélioration de ceux-ci. On peut prendre par exemple la métagénomique, la métabolomique, la bio-informatique, etc... La propriété intellectuelle est partagée.

- Cette plateforme, par ses compétences peut conclure des contrats de recherche collaborative avec ses membres dans le but de développement de nouveaux produits, dont la propriété intellectuelle revient au membre contractant.
- Moyennant l'approbation du projet dans le cadre du PIA la recherche est cofinancée par l'Etat et les porteurs de projet.

La fédération des acteurs producteurs et utilisateurs de ferments s'engagera autour d'une feuille de route partagée, avec la création d'une plateforme de recherche précompétitive capable d'établir un lien entre les acteurs socio-économiques et la recherche publique.

### **Objectif 3.3 : Définition d'un programme de R&D et de projets prioritaires**

Une définition du contenu de recherche précompétitive a fait l'objet d'un consensus autour de deux axes :

- Interactions entre micro-organismes et hôte (système digestif), en particulier effets santé et bien-être. Approfondissement de métagénomique, métabolomique, bio-informatique, gut in chips, etc...
- Interactions entre microorganisme et matrice alimentaire, en particulier effets goût, texture, plaisir. Approfondissement des méthodes de couplage analytique-nez, connaissance du système sensoriel humain à des fins prédictives...

#### **▪ Pilotage**

- Pilote : Antoine Baule (Lesaffre)
- Acteurs impliqués :
  - Entreprises : Groupe Savencia, Groupe Lesaffre, Groupe Lallemand, Lactalis, Pernod Ricard, Heineken, Eurogerm, Fromageries Bel, Groupe Danone, Dupont, Standa
  - Organisations professionnelles : ANMF, CNIEL, SYNPA, LIP
  - Partenaires techniques : INRA, TWB

#### **▪ Livrables attendus et calendrier**

- Accord de consortium d'ici fin 2018
- Projet de plateforme de recherche précompétitive soumis à l'appel à projet ad-hoc du PIA3 – Fin 2018
- Programme de R&D d'actions pré-compétitives – Fin 2018
- Mise en place du démonstrateur - 2019

#### **▪ Engagements réciproques entre l'État et la filière**

Engagement de l'Etat : les dispositifs de financement du PIA 3.

Engagement de la filière : le co-financement des actions dans le cadre des procédures établies par le Programme des investissements d'avenir.

## **Projet 4 : Compétences et recrutement, mise en place d'un projet d'expérimentation territoriale intersectorielle en faveur de l'emploi**

### **▪ Contexte**

S'il compte près de 430 000 salariés en France (1<sup>er</sup> secteur industriel en termes d'emplois), 34 % des recrutements sont considérés comme difficiles et 17 000 emplois par an ne sont pas pourvus. Les compétences recherchées par les entreprises concernent pour plus de la moitié des entreprises, des compétences en hygiène, sécurité et connaissance des caractéristiques produits, polyvalence production/ maintenance/ qualité, compétences techniques et opérationnelles ainsi que des techniques comportementales de savoir-être.

La recherche de ces compétences répond aux projets de développement à court et moyen terme des entreprises pour le développement de nouvelles activités (nouvelle ligne de production etc...), le développement de l'activité commerciale (ex : développement marché export) ou la modernisation de l'appareil de production. Cela fait également référence au défi à relever par les entreprises agroalimentaires concernant la transformation numérique. D'après l'enquête BPI France 2018, 87% des PME et ETI ne voient pas le numérique comme une priorité et pourtant les entreprises les plus matures dans leur transformation numérique ont une croissance 6 fois plus élevée que les autres entreprises (d'après une étude Roland Berger).

La révolution industrielle est aujourd'hui en marche, qualifiée de 4<sup>ème</sup> révolution industrielle qui touche également l'alimentaire, comme l'aéronautique, la métallurgie, le bâtiment ou la chimie.... Elle aura un impact sur les métiers et les compétences des industries alimentaires qu'il est nécessaire d'anticiper et d'accompagner. Cette nouvelle mutation technologique, liée notamment à l'arrivée du numérique, caractérisée par une interconnexion totale des machines et des systèmes au sein des sites de production, entre eux et à l'extérieur, ouvre la voie à une nouvelle organisation des moyens de production aussi bien au stade de l'approvisionnement, que de la fabrication et de la diffusion des produits.

### **▪ Thème**

Transformation numérique des entreprises, plateformes numériques et technologiques, projets R&D et Innovation, Emploi-compétences-formation, Internationalisation, Autres.

### **▪ Pilotage**

- Pilote : Lionel Deloingce (Moulins Paul Dupuis)
- Acteurs impliqués : groupe de travail qui associe notamment les représentants des salariés et des employeurs et les services de l'Etat

### **▪ Objectif 4.1 : Mise en place d'un projet d'expérimentation territoriale intersectorielle en faveur de l'emploi**

L'ANIA et Coop de France, avec l'appui d'OPCALIM mettent en place un projet commun et structurant avec l'ensemble des secteurs industriels en faveur de l'emploi dans les territoires. Ce projet commun s'appuiera sur l'expérimentation intersectorielle en cours menée par les Industries alimentaires et la Métallurgie dans deux bassins d'emploi de la région des Hauts de France pour être ensuite élargi aux autres secteurs industriels dans 3 autres régions Bretagne, Grand Est, Auvergne-Rhône-Alpes.

Le projet est cofinancé par le Ministère du travail (dans le cadre d'un EDEC) et associera une gouvernance locale. Son déploiement à l'échelle de 4 OPCA sera financé dans le cadre du plan d'investissement dans les compétences (PIC).

Cette démarche représente une opportunité pour les filières d'unir leurs forces et d'optimiser les moyens, afin de proposer les réponses opérationnelles et innovantes aux enjeux d'emploi qu'elles partagent dans les territoires.

Il comportera les étapes suivantes :

1. Réaliser des diagnostics prospectifs, transverses et opérationnels dans les territoires (GPTEC intersectorielle) ;
2. Rendre les métiers plus attractifs avec des perspectives de débouchés multiples et intersectoriels ;
3. Bâtir des parcours de formation « industriels » transverses aux différents secteurs ;
4. Partager le diagnostic de l'offre de certifications et l'optimiser ;
5. Optimiser l'intervention des opérateurs de *sourcing*, en premier lieu Pôle Emploi à travers une démarche structurée, commune, cohérente et visible ;
6. Faciliter la polyvalence/poly-compétence des salariés au service d'une meilleure gestion des situations de mobilité intra et intersectorielles.

Il apparaît ainsi indispensable aux industries d'adopter une approche réaliste et pratique des enjeux de compétences, de formation et de recrutement, contribuant à :

- ↳ Satisfaire efficacement les besoins en compétences des entreprises du secteur ;
- ↳ Développer les compétences des salariés tout au long de la vie, et donc leur « employabilité », permettant ainsi de sécuriser leur parcours professionnel ;
- ↳ Contribuer à réduire le nombre de demandeurs d'emploi, et favoriser l'insertion professionnelle.

▪ **Objectif 4.2 : Mettre en place un plan d'action accompagnant la transformation digitale**

L'OPCALIM a déposé une réponse dans le cadre de l'appel à projet PIC « perspectives sectorielles compétences » qui prévoit un plan d'action dont les axes de travail sont les suivants :

- Adaptation des certifications aux mutations technologiques et à la transformation des entreprises,

- Développement de l'innovation pédagogique,
- Recrutement et attractivité.

Le projet d'OPCALIM a été retenu par le Comité de sélection du 6 novembre 2018.

▪ **Autres objectifs :**

	<b>Objectifs/livrables</b>	<b>Délai</b>
1	<p><b>Décloisonner les approches du recrutement et de mobilité</b></p> <p>Expérimenter au niveau régional une approche intersectorielle des problématiques de recrutement et de mobilité favorisant la polyvalence et la poly compétence. Capitaliser et créer un « pack emploi » pour démultiplier et modéliser l'expérimentation sur les autres régions (compétences transverses, état des lieux des dispositifs...) comprenant un kit d'ingénierie de pratiques de parcours emploi interindustriels et des outils de mesure d'efficacité du dispositif.</p> <p>Projet co-construit et conduit par la DGEFP, le CNI et France Stratégie</p>	2019 -2020
2	<p>Développement d'outils d'accompagnement à la gestion prévisionnelle territoriale des emplois et des compétences- de branche et d'entreprises (outils partagés d'analyse des besoins en compétences à court et moyen termes sur les territoires), visant à repérer les métiers sensibles et mettre en place des solutions communes et opérationnelles de mutualisation, de partage et de communication en fonction des expertises de chacun des acteurs locaux) (projet PIC-EDEC avec le soutien du Haut-Commissariat et de la DGEFP)</p>	2018-2020
3	<p>Mobiliser et animer le réseau des acteurs impliqués territorialement, prioritairement les entreprises, et mettre en œuvre de façon partagée et coordonnée des parcours emploi (actions de Gestion prévisionnelle territoriale des emplois et des compétences) (ex : Occitanie, Hauts de France).</p>	Action transversale
4	<p>Développement d'actions attractivité : programme national Attractivité et projet partenarial Alliances « Marque Employeurs », projet Occitanie « Marque recruteurs collective régionale » et « marque recruteur individuelle entreprise en région » en Bretagne (dans le cadre du PIC-EDEC avec le soutien du Haut-Commissariat et de la DGEFP)</p>	Action transversale

▪ **Engagements réciproques entre l'État et la filière**

Engagement de l'Etat : Financements prévus dans le cadre des dispositifs d'appui aux mutations économiques.

Engagement de la filière : Co-financement des actions.

### 3 Autres actions de la filière

---

Le Comité de filière suivra également l'avancement des actions suivantes qui pourront à l'avenir donner lieu à de nouveaux projets structurants.

#### Action 1 : Accompagner le changement d'échelle des PME avec la mise en place d'un accélérateur dédié au secteur agroalimentaire

##### ▪ Contexte

L'accompagnement à la modernisation et la performance opérationnelle de PME à fort potentiel est nécessaire pour conquérir des parts de marché aussi bien au niveau national qu'international. Cela passe par une réflexion sur leur stratégie, les possibilités d'ouverture du capital, l'internationalisation, le recrutement et le maintien des talents et la réflexion sur la transmission d'entreprise.

- **Rattachement du projet à une thématique prioritaire** : développement, compétitivité.

##### ▪ Objectifs

L'accélérateur PME est une offre sur mesure au service des PME pour leur permettre de devenir les ETI de demain. Suite à la mise en œuvre des États généraux de l'alimentation et des plans de filière, BPI France et le Ministère de l'agriculture ont souhaité mettre en place « un accélérateur PME » dédié à l'agroalimentaire, sur le modèle de l'accélérateur PME de l'aéronautique porté par le GIFAS. Ce programme d'accompagnement complet et personnalisé sur 24 mois est destiné à répondre aux besoins d'entreprises dynamiques et ambitieuses. Il permet notamment :

- ↗ d'identifier les axes prioritaires de croissance ;
- ↗ de tirer parti rapidement des leviers de croissance identifiés ;
- ↗ d'enrichir les compétences du comité de direction pour faire face aux nouveaux enjeux ;
- ↗ de bénéficier des conseils d'un dirigeant et de coachs ayant fait l'expérience des mêmes problématiques ;
- ↗ de tisser un réseau solide au sein d'un groupe de dirigeants de PME performantes.

Profil d'entreprises sélectionnables : PME entreprises de 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> transformation alimentaire.

##### ▪ Pilotage

- Pilote : Bpifrance, MAA
- Acteurs impliqués : Le recrutement des entreprises accompagnées sera fait avec l'ANIA, qui sera également associée au suivi de l'opération, tout comme Coop de France, OPACALIM, SYNABIO et le MAA.

- **Livrables attendus et calendrier**

30 entreprises accompagnées entre 2019 et 2020, avec possible reconduction pour une seconde promotion

- **Engagements réciproques entre l'État et la filière**

Engagement de l'Etat : Financement du MAA à hauteur d'1M€ par an.

Engagement de la filière : le co-financement de l'action.

## **Action 2 : Accélérer le déploiement de la RSE dans la filière agroalimentaire**

- **Contexte**

La filière agroalimentaire doit répondre à des demandes sociétales et environnementales de plus en plus exigeantes de la part des consommateurs. Ainsi, pour répondre aux attentes des consommateurs, les entreprises sont amenées à développer des démarches de transparence, d'évolution des modes de production et d'éthique avec ses parties prenantes dans les territoires. Ces leviers constituent des axes de compétitivité, de différenciation, de création de valeur, mais aussi de résilience sur le marché. C'est l'objet de la démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) qui regroupe l'ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du développement durable, c'est-à-dire être économiquement viable, avoir un impact positif sur la société mais aussi mieux respecter l'environnement. Concrètement, les démarches et stratégies RSE renvoient aux différentes politiques mises en place dans les entreprises pour contribuer par exemple à la protection de l'environnement, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, mais aussi à l'amélioration de la qualité des produits, l'inclusion sociale, ou le développement économique... Si les grandes entreprises mettent en œuvre la RSE et doivent en rendre compte, dans le cadre d'une PME aux moyens limités, l'investissement dans la RSE peut paraître difficile. Mais en réalité, la RSE se définit de plus en plus comme un outil de gestion et de performance pour les PME. Elle est aussi un outil pour répondre aux attentes des consommateurs, en développant des démarches de transparence, d'évolution des modes de production et d'éthique avec les parties prenantes dans les territoires.

- **Rattachement du projet à l'une des thématiques prioritaires :**

- Le développement durable notamment dans ses dimensions RSE et économie circulaire,
- La transition numérique.

- **Objectifs 1 : Développer l'auto-évaluation RSE des entreprises via la plateforme Valorise**

L'objectif est d'accélérer et d'élargir l'utilisation de Valorise<sup>2</sup>, plateforme d'auto-évaluation RSE annuelle et qui permet d'unifier les demandes RSE croissantes des clients (la

<sup>2</sup> Valorise rassemble : 8 distributeurs alimentaires (Aldi, Auchan, Carrefour, Casino, Intermarché, Lidl, Metro et Système U) engagés à utiliser Valorise auprès de leurs fournisseurs, plus de 1500 sites industriels inscrits, représentant 84 secteurs d'activité (selon la nomenclature d'activités de l'INSEE) dont 71% de PME.

distribution, la restauration) par un questionnaire unique, élaboré collectivement sur la base de l'ISO 26000. Elle permet une simplification des démarches grâce à un partage d'informations pour les entreprises auprès de leurs clients.

La montée en puissance de la plateforme doit permettre l'appropriation de la RSE par les entreprises :

- Dans un premier temps, des actions de promotion de la plateforme seront mises en œuvre pour atteindre 2 000 sites industriels inscrits sur la plateforme en 2018, puis 4 000 sites industriels en 2019.
- Dans un deuxième temps, des adaptations de la plateforme seront développées afin de permettre aux fournisseurs des entreprises agroalimentaires de s'inscrire et faciliter leurs achats responsables.
- Enfin, lorsque la norme ISO 26030 (norme ISO 26000 adaptée au secteur agroalimentaire) aura été adoptée, la plateforme sera adaptée à ces nouvelles exigences.

▪ **Objectif 2 : Lever les freins à la mise en place de démarches RSE en valorisant les démarches existantes et en publiant des indicateurs de ROI**

Afin de lever les freins à la certification RSE, plusieurs leviers seront actionnés.

- Démontrer la force du mouvement de transition en amplifiant la diffusion annuellement des statistiques issues de Valorise pour les acteurs de l'agroalimentaire (une infographie a été publiée à l'issue de la première campagne de Valorise et est accessible).
- Identifier et valoriser les bonnes pratiques des acteurs de l'agroalimentaire sur les différents critères du questionnaire.
- Initier une réflexion, à l'issue de l'expérimentation menée par la Plateforme RSE sur les labels RSE sectoriels et sur la reconnaissance de l'Etat de ces dispositifs. Pour mémoire, parmi les 12 organisations retenues pour cette expérimentation, deux sont issues du secteur agroalimentaire : « Coopératives so responsables » de Coop de France et Vignerons en Développement Durable. Ces labels répondent au besoin de valorisation des démarches RSE des industriels.
- Quantifier le retour sur investissement de la démarche RSE dans les IAA, s'agissant d'une question fréquemment posée lorsqu'un dirigeant initie une réflexion sur ce type de démarche. Une première étude multisectorielle menée par France Stratégie en 2016, indiquait une corrélation positive entre compétitivité et démarche RSE.

▪ **Objectif 3 : Accompagner la filière agroalimentaire dans l'amélioration de sa performance environnementale**

L'optimisation de l'utilisation des ressources (matières, énergie), ainsi que la réduction des émissions (en particulier les gaz à effet de serre) et des déchets (comme les emballages plastiques) sont parties intégrantes de la démarche RSE. De nombreux défis environnementaux, notamment l'amélioration de l'efficacité énergétique, portent également des enjeux de compétitivité fondamentaux pour les entreprises agroalimentaires.

Pour accompagner la filière dans cette transformation, la filière mènera les actions suivantes :

- Réaliser une cartographie des usages des fluides frigorigènes dans les usines et des alternatives envisageables, afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre de l'industrie agroalimentaire en cohérence avec ses enjeux de compétitivité. Ce diagnostic clair permettra d'identifier les freins techniques et économiques à la mise en œuvre des solutions de substitution, et de proposer des dispositifs d'encouragement et d'accompagnement plus efficaces.
- Recenser les bases de données des emballages biosourcés ou recyclés sur les sites internet des fédérations, pour faciliter leur déploiement dans la filière en cohérence avec la feuille de route sur l'économie circulaire. Accompagner ce recensement par une notice sur l'intérêt de l'écoconception des emballages, du réemploi, de la gestion durable des déchets, etc.
- Réaliser un retour d'expérience sur le guide sur l'efficacité énergétique rédigé dans le cadre du premier contrat de filière alimentaire, au regard des indicateurs disponibles sur l'efficacité énergétique des filières. Exploiter ce bilan pour proposer des ajustements des programmes d'accompagnement interne et de l'ADEME auprès de l'industrie alimentaire (ex : accompagnements à la démarche ISO 50001).
- Rédiger et diffuser un guide sur les produits biosourcés à partir des études de l'ADEME et des ministères de l'Agriculture et de l'alimentation et de la Transition écologique et solidaire, et recenser les bonnes pratiques des entreprises agroalimentaires sur ces thématiques.
- Promouvoir la participation des entreprises agroalimentaires à l'opération de l'ADEME « TME & PME gagnantes sur tous les coûts » qui vise à proposer un accompagnement pour identifier les pertes énergie-matières-déchets et proposer un plan d'actions pour les réduire et réaliser des économies. Mise à jour du guide sur l'efficacité énergétique.

▪ **Pilotage**

- Pilotes : Michel Prugue (Coop de France- Maïsadour) et Ludovic Spiers (Agrial)

- Acteurs impliqués : Coop de France, ANIA, Feef, FCD, Terrena, Vivescia, Limagrain, Sodiaal, Tereos, Cristal Union, Vignerons de Buzet, Caves de Rauzan, Daucy, Greenflex, AFNOR, Ademe, APCA, toutes entreprises intéressées.

▪ **Livrables attendus et calendrier**

Objectif	Livrable	Délai
5.1	Atteindre 4000 sites industriels sur Valorise.	2019
5.1	Plateforme mise à jour des nouvelles exigences liées à la publication de la norme ISO 26030.	2019
5.1	Déployer l'utilisation de Valorise en autorisant les donneurs d'ordres autres que distributeurs à évaluer leurs propres fournisseurs.	2019
5.2	Publier annuellement une infographie avec les éléments issus de Valorise pour les acteurs de l'agroalimentaire.	2019-2022
5.2	Développement du module Bonnes Pratiques dans Valorise et communication sur ces dernières auprès des parties prenantes.	2019
5.2	Initier une réflexion sur la reconnaissance des labels RSE sectoriels par l'Etat suite à l'expérimentation.	2020
5.2	Etude sur le retour sur investissement d'une démarche RSE dans l'agroalimentaire.	2020
5.3 - fluides frigorigènes	État des lieux de l'utilisation des fluides frigorigènes dans les IAA. Propositions d'encouragement et d'accompagnement vers les solutions de substitution.	2019
5.3 - emballages biosourcés ou recyclés	Base de données des emballages biosourcés ou recyclés, accompagnée d'une notice explicative des enjeux.	2019
5.3 - efficacité énergétique	Retour d'expérience sur le guide CSFA sur l'efficacité énergétique et plan d'actions.	2019

▪ **Engagements réciproques entre l'État et la filière**

- Engagement de l'État : Accompagner les entreprises dans la réduction des impacts environnementaux au travers des programmes gérés par l'ADEME.
- Engagement de la filière : Soutenir le développement de Valorise, faire connaître les démarches RSE de la filière auprès des parties prenantes et conforter économiquement leur intérêt pour les PME, accompagner les entreprises à travers des guides ou événements opérationnels et valoriser les bonnes pratiques auprès des parties prenantes.

## Action 3 : Une Task force à l'international pour aider les entreprises agroalimentaires à s'internationaliser davantage, en mutualisant sur l'image France

### ▪ **Contexte**

En 2017, le solde des industries agroalimentaires s'élève à 7,6 Md € et près de 2/3 des exportations étaient orientées vers les pays de l'Union Européenne. En 2017, le solde est déficitaire de 2,3 Md € avec les pays européens mais excédentaire en Asie (5,0 Md €); en Amérique (2,8 Md €) et en Afrique (800 M €).

Les industries agro-alimentaires réalisent 21 % de leur chiffre d'affaires à l'export contre 36 % dans le reste de l'industrie. Les IAA exportent en priorité leurs produits au sein de l'UE, avant les marchés tiers.

Les performances par secteur sont hétérogènes mais le déficit est historiquement élevé (- 7,5 milliards d'euros), hors boissons, céréales et produits laitiers.

Une marge de progression importante existe, notamment en termes de filières et d'entreprises fortement présentes à l'export (seules 650 entreprises réalisent un chiffre d'affaires à l'export d'au moins 200 000 euros).

Sur les marchés tiers, de nombreux freins liés à des conditions sanitaires et phytosanitaires limitent les exportations des entreprises françaises. Néanmoins, certaines filières (boissons, certains types de plats préparés/conserves, épicerie sèche etc...) ne sont pas ou peu contraintes par ce type de réglementations et peuvent plus facilement se développer à l'international.

- **Objectifs** : aider les entreprises agroalimentaires à s'internationaliser davantage, en améliorant leur connaissance des marchés cibles et en mutualisant sur l'image France, notamment pour les entreprises en BtoC

- **Thème** : Internationalisation

### ▪ **Pilotage** :

- Pilote : Michel Nalet (Lactalis)
- Acteurs impliqués : le groupe de travail sera composé des parties prenantes professionnelles de la filière agroalimentaire. Il s'inscrira dans le cadre du plan d'action interministériel piloté par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation<sup>3</sup>. Il travaillera en complémentarité avec le travail conduit au sein la Commission internationale de FranceAgriMer<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> <http://agriculture.gouv.fr/le-plan-strategique-export-2018-2022>

- **Calendrier prévisionnel**

Un plan d'action sera établi d'ici fin 2018 dans le cadre du Conseil National de l'Industrie. Il sera articulé autour des actions suivantes :

- Améliorer l'accès aux marchés,
- Encourager les actions collaboratives s'appuyant notamment sur les Clubs d'Exportateurs existants, en France et sur les marchés,
- Renforcer et simplifier les dispositifs nationaux et régionaux d'appui à l'export.

#### 4 Tableau récapitulatif du calendrier des projets et des livrables

<p><b>Projet structurant 1 : Projet NUM-ALIM</b></p>	<p>Pilote Jérôme François, Nestlé</p>	<p><b><u>Livrables attendus :</u></b> Carte d'identité des aliments (CNI), Catalogue numérique des données, Plateforme numérique des aliments « NUM-ALIM », Cahier de spécifications des données dynamiques</p>	<p>Calendrier 2019 - 2022</p>
<p><b>Projet structurant 2 : Projet Protéines du futur</b></p>	<p>Pilote Alexis Duval Tereos</p>	<p><b><u>Livrables attendus :</u></b> Un référentiel méthodologique pour qualifier précisément la qualité nutritionnelle d'une protéine innovante, Mise en œuvre de : publications (avec validation scientifique), Plan de communication auprès du grand public et d'outils d'accompagnement (notamment financier) à destination des entreprises.</p>	<p>Calendrier 2019 - 2023</p>
<p><b>Projet structurant 3 : Ferments</b></p>	<p>Pilote Antoine Baule Lesaffre</p>	<p><b><u>Livrables attendus :</u></b> Création d'une association de recherche collaborative, Mise en place d'une plateforme de recherche précompétitive, Définition d'un programme de recherche et développement dédié.</p>	<p>Calendrier 2018 - 2019</p>
<p><b>Projet structurant 4 : Emploi-Compétences</b></p>	<p>Pilote Lionel Deloingce</p>	<p><b><u>Livrables attendus :</u></b> Conception d'un « pack emploi » pour les territoires et les acteurs emploi- formation avec un suivi chiffré des mises en emploi. Développement d'outils d'accompagnement à la gestion prévisionnelle territoriale des emplois et des compétences- de branche et d'entreprises</p>	<p>2018 -2020</p>

--	--	--	--

## 5 Signataires :

---

Contrat de filière

Entre

**L'État (ministres signataires)**

**Et la filière alimentaire**

Signature du Président du CSF

Signature du Président de Coop de France

**En présence de :**

**Signatures des Organisations syndicales de salariés**