

# AXE STRATÉGIQUE : IMAGE DE LA FILIÈRE

## Contexte :

La première priorité d'action issue du groupe de travail agroalimentaire des États Généraux de l'Industrie vise à redonner une image positive de l'industrie agroalimentaire. Ce sera là un des axes de travail fort du comité stratégique agroalimentaire.

Le déficit d'image est capital car intimement lié à la compétitivité du secteur. Il peut être lié aux effets des aliments sur la santé, à l'évolution du coût des aliments en période d'inflation ou encore aux conditions de travail dans le secteur. L'attractivité du secteur est en jeu.

Quelques constats :

- la part des dépenses alimentaires dans le budget des ménages ne cesse de diminuer au profit des loisirs, du logement, de la téléphonie mobile, etc. ;
- ce déficit d'image freine les recrutements par les entreprises alors que le gisement d'emplois à pourvoir est important (on estime que 17 000 postes risquent de ne pas être pourvus au cours des 5 prochaines années) ;
- le baromètre du Crédoc confirme que les entreprises agroalimentaires n'ont pas une bonne image auprès du consommateur.

## Objectifs :

Les actions à mettre en place devront avoir un impact positif en termes d'image sur 3 volets :

- les métiers de la filière ;
- les produits ;
- les entreprises.

Pour cela, plusieurs travaux sont à prévoir :

- mesurer l'image réelle de l'industrie agroalimentaire auprès des français pour mieux comprendre les blocages et identifier les leviers d'action. A ce titre, l'ANIA pourra apporter au comité stratégique les résultats d'un baromètre d'image élaboré par le cabinet GFK.
- répertorier toutes les actions en cours ou passées pour mesurer leur impact sur l'image et pour harmoniser les actions. L'objectif ici est d'accroître la visibilité des actions en cours et futures.
- sur l'attractivité des métiers, proposer un plan de communication auprès des jeunes, en lien avec les actions déjà mises en place dans le cadre de la convention de coopération, signée par les partenaires sociaux, le ministère chargé de l'agriculture et le ministère chargé de l'éducation nationale.
- proposer un plan d'actions pour valoriser l'image de la filière, tant pour ce qui concerne les métiers, les produits que les entreprises.

## Calendrier :

Un plan d'actions sera proposé au comité stratégique à la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2011.

# AXE STRATÉGIQUE : AMÉLIORATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS DE LA FILIÈRE

## Contexte :

Les relations entre les acteurs de la filière agroalimentaire constituent un élément déterminant de la compétitivité. La volatilité des prix des matières premières agricoles, les crises successives dans le monde agricole et les tensions récurrentes entre fournisseurs et acheteurs font de la formation des prix des produits alimentaires et de leur transmission des prix tout au long de la chaîne agroalimentaire des questions d'actualité majeures.

Dans un contexte marqué par l'affaiblissement des mécanismes de régulation de l'Union européenne, les fournisseurs de matières premières agricoles et de produits alimentaires craignent de supporter les conséquences des « tensions de marge », dans un contexte de pouvoir d'achat du consommateur qui s'essouffle.

Il est nécessaire de trouver les voies d'un apaisement des relations entre les acteurs. Pour cela, le principe de l'interdépendance des différents maillons doit être clairement posé : il s'agit de dépasser les différends et de prendre en compte l'intérêt général de la filière. Il n'y a pas d'industrie agroalimentaire forte sans une production agricole forte. De la même façon, la satisfaction des multiples attentes des consommateurs requiert une offre commerciale diversifiée et concurrentielle.

## Objectifs :

Il faut instaurer un dialogue entre les acteurs de la chaîne agroalimentaire sur les questions de la transmission des prix et de la lutte contre la volatilité des prix des matières premières.

Il s'agit notamment d'échanger sur des pratiques développant des synergies en commun, à la recherche d'une amélioration globale de la compétitivité de la chaîne agroalimentaire, sans opposer les familles professionnelles entre elles.

Les travaux peuvent déboucher par exemple sur l'élaboration de recommandations partagées, sur l'établissement d'un recueil de bonnes pratiques, ou sur des propositions concrètes pour améliorer les relations au sein des filières et lutter contre la volatilité des prix des matières premières.

Cet axe n'a pas vocation à dupliquer les travaux plus spécialisés conduits dans d'autres enceintes, et notamment à l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et à la commission d'examen des pratiques commerciales.

Ce travail pourra s'appuyer sur les observations et les recommandations faites dans le rapport Vollot, Médiateur des relations inter-entreprises industrielles et de la sous-traitance, sur l'évolution de la réglementation remis au Ministre de l'industrie le 30 juillet 2010. Ce rapport vise à favoriser le dialogue entre tous les acteurs afin de ré-humaniser la relation entre acheteurs et vendeurs, en incitant au développement de bonnes pratiques comme la création d'instances de règlement des conflits au sein des branches professionnelles.

## Calendrier :

Les recommandations devront être présentées lors d'une prochaine réunion du comité stratégique, à la fin du premier semestre 2011.

# AXE STRATÉGIQUE : SOUTIEN À L'EXPORT

## Contexte :

En 2007 et 2008, l'excédent des échanges agroalimentaires (produits agricoles bruts et transformés) français s'élevait à 9 Mds €. En 2009, cet excédent était de 5,5 Mds €. Si l'on compare les trois premiers trimestres de 2010 aux mêmes trimestres de 2009, on note une augmentation de 1,5 Mds €. Cette amélioration est entièrement due aux pays tiers avec lesquels l'excédent a quadruplé (grâce à quelques produits transformés tels que le vin et les spiritueux, les produits laitiers, etc.). Si les industries agroalimentaires participent très positivement à la balance commerciale de la France, elles ne cessent de perdre du terrain sur les marchés internationaux : premier exportateur mondial de produits alimentaires transformés jusqu'en 2004, la France figure aujourd'hui à la quatrième place (avec 33,8 Mds €) derrière les États-Unis (62,7 Mds €), l'Allemagne (39,7 Mds €) et les Pays-Bas (39,3 Mds €), l'Allemagne se hissant ainsi à la première place des exportateurs européens. Dès lors, ce comité stratégique devra œuvrer à la mise en place de mesures destinées à accélérer la reprise des exportations et pourra notamment contribuer à la réflexion sur l'évolution régulière du Plan d'orientation export agroalimentaire (POEAA).

## Objectifs :

### 1/ Thématiques transversales :

→ *Recenser les freins à l'export, et proposer des actions en vue de leur résolution :*

- freins administratifs et réglementaires : comparer les procédures administratives et les réglementations entre régions françaises et entre quelques pays de l'Union européenne et proposer des solutions, dans un objectif d'équité et de simplification des démarches. Ce travail pourra notamment se faire dans la continuité de la mission confiée à la Délégation interministérielle aux industries agroalimentaires et à l'agro-industrie ;
- les barrières non tarifaires : après analyse des dispositifs d'identification et de résolution de ces barrières, le comité pourra faire des propositions en vue de leur optimisation ;
- sécurisation des transactions commerciales à l'export : recenser les dispositifs de nos principaux pays concurrents, et les comparer aux nôtres pour s'assurer d'une non-distorsion de concurrence (par exemple assurance-crédit).

→ *Favoriser la promotion des produits alimentaires français :*

- en contribuant au renforcement de l'utilisation de l'« image France » à l'étranger, notamment par le déploiement de la marque « France Bon appétit » lors de différentes manifestations ;
- en analysant les stratégies déployées à l'exportation par les concurrents et en les adaptant aux spécificités françaises.

→ *Recenser et analyser la pertinence et l'efficacité des différents dispositifs de soutien communautaires, nationaux et locaux (région, département notamment) existants.* Le comité pourra réaliser des propositions d'optimisation.

→ *Favoriser la mutualisation des moyens à l'export :* participation à des salons, recrutement partagé de cadre export, logistique, force de vente, étude, bureau à l'étranger, etc.

## 2/ Renforcement spécifique (par filière de production, taille d'entreprise) :

*Une analyse de l'activité à l'export par filière de production et taille d'entreprise permettrait d'améliorer la connaissance fine de l'activité des entreprises à l'export et de proposer des mesures spécifiques adaptées.*

→ la France manque de leaders de taille mondiale (parmi les cinquante plus grosses entreprises du secteur IAA, seulement trois sont françaises). Le comité *proposera des actions incitatives à la création d'entreprises de grande taille.*

→ Le comité pourra déterminer les *besoins potentiels d'accompagnement des entreprises de taille intermédiaire* (ETI). Les ETI présentent une solidité et des performances avérées sur les marchés de l'exportation.

→ Seules 20% des PME s'engagent dans des opérations d'exportation, *le développement d'outils de mutualisation revêt une importance toute particulière* pour cette catégorie d'entreprise. Des propositions pourront être réalisées en ce sens.

### **Calendrier :**

- La définition des actions prioritaires sera réalisée et communiquée au comité stratégique à la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2011.
- Les premières actions concrètes devront être engagées à partir du second semestre 2011.

# AXE STRATÉGIQUE : ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX, DANS UNE OPTIQUE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

## Contexte :

Face à des consommateurs de plus en plus sensibles aux questions environnementales, à des distributeurs de plus en plus exigeants et à un contexte politique national et international marqué par une forte volonté de préserver les ressources de la planète, le développement durable est devenu un enjeu prioritaire pour les industriels de l'agroalimentaire.

L'encadrement réglementaire se renforce. On peut citer notamment la réglementation relative aux installations classées pour la protection de l'environnement, le règlement européen REACH, l'évolution des exigences relatives aux gaz à effet de serre ou encore l'affichage environnemental. De nombreuses initiatives sont également lancées dans le domaine de la normalisation.

Au-delà de l'aspect réglementaire, de nombreux défis se présentent et constituent autant d'opportunités pour améliorer les performances économiques des entreprises. Ils sont aussi de puissants facteurs de différenciation et de reconnaissance pour les produits agroalimentaires. Les efforts des industriels peuvent porter sur les processus industriels (économies d'énergie et d'eau, réduction de l'émission des gaz à effet de serre, etc.) ou sur la gestion globale du cycle de vie du produit (éco-conception, valorisation des sous-produits, recyclage et prévention à la source des déchets, réduction du volume et du poids des emballages, amélioration de la logistique etc.).

Par ailleurs, la contribution du secteur agroalimentaire à la mise en place de modes de production et de consommation durables est déterminante. En effet, le secteur peut agir en promouvant sur l'aval, des modes de consommation durables et, sur l'amont, des pratiques agricoles durables.

Enfin, les valorisations non alimentaires, par exemple en substitution des produits d'origine fossile, constituent des débouchés de plus en plus importants et rémunérateurs pour les productions agricoles.

## Objectifs :

Les actions pourront concerner plusieurs volets, et notamment :

- recenser les bonnes pratiques, les actions exemplaires, les « success stories » et les autres initiatives (guides méthodologiques, actions de sensibilisation, programmes de recherche sur l'alimentation durable, etc.) ;
- mettre en place une communication positive, ou la renforcer ;
- répertorier et évaluer l'impact de différents instruments incitatifs : labels, normes, dispositifs financiers privés et publics ;
- soutenir et accompagner les entreprises, notamment sur l'information environnementale (par exemple construction de bases de données).

La mobilisation de l'ensemble des acteurs doit permettre de passer d'une approche purement réglementaire à une approche volontariste et responsable, dans une optique de développement durable.

## Calendrier :

Un projet de plan d'actions pour le secteur devra être présenté au Comité stratégique à la fin du premier semestre 2011.