



14ème législature

Question N° : 34006	De M. Frédéric Lefebvre (Union pour un Mouvement Populaire - Français établis hors de France)	Question écrite
Ministère interrogé > Commerce extérieur		Ministère attributaire > Commerce extérieur
Rubrique >commerce extérieur	Tête d'analyse >exportations	Analyse > produits agroalimentaires. soutiens de l'État. rapport. propositions.
Question publiée au JO le : 30/07/2013 Réponse publiée au JO le : 15/10/2013 page : 10788		

Texte de la question

M. Frédéric Lefebvre attire l'attention de Mme la ministre du commerce extérieur sur la place de l'agroalimentaire français à l'export. Dans le contexte de dégradation de notre solde commercial déficitaire de 67 milliards d'euros en 2012, les industries agricole et agroalimentaire représentent un atout pour la balance commerciale française avec un excédent de 11,5 milliards d'euros en 2012. Ce solde résulte essentiellement de nos exportations de vins et spiritueux. Second exportateur mondial pour l'agroalimentaire en 2000 derrière les États-unis, la France occupe en 2013 le cinquième rang derrière les États unis d'Amérique, les Pays-Bas, l'Allemagne et le Brésil. Un récent rapport sénatorial a mis en exergue la dispersion des moyens entre plusieurs ministères, quatre opérateurs (UbiFrance Sopexa, Adepta et FranceAgrimer) et un ensemble d'acteurs publics et privé. Selon ce rapport l'absence de stratégie commune ne semble ni garantir une utilisation optimale des crédits budgétaires, ni assurer une attractivité efficace de l'offre française. Au cours des mois de mai et juin 2013, les exportateurs français de Champagne, mimolette et de nombreux produits agroalimentaires français ont fait part de la nécessité d'améliorer nos dispositifs d'aides à l'export. Il propose de rationaliser les interventions des diverses institutions et d'éviter les chevauchements de compétences et la création de guichets uniques en lien avec les consulats, guichets qui fourniraient aux entrepreneurs français souhaitant commercer aux États-unis et au Canada l'ensemble des renseignements et aides disponibles. Il lui demande de lui indiquer si le Gouvernement entend donner une suite favorable à cette proposition.

Texte de la réponse

La promotion de l'offre agroalimentaire française à l'international est une politique dépendant à la fois du ministre du commerce extérieur et de celui délégué à l'agroalimentaire. Les objectifs et la stratégie de la France visant à développer nos exportations dans ce secteur -au-delà de la seule zone géographique nord-américaine- sont définies et ont été présentées conjointement par les deux ministres, lors du salon de l'innovation agroalimentaire de 2012. Les ministres ont créé et installé un « comité stratégie Asie », chargé de proposer des axes d'amélioration, à titre expérimental pour cette zone, mais qui auront vocation à être ensuite généralisés ailleurs dans le monde. A cette fin, un rapport leur a été remis le 7 juillet 2013. Parallèlement, cette stratégie export figure in extenso dans le contrat de filière agroalimentaire signé, le 19 juin dernier, par le ministre du redressement productif et le ministre de l'agriculture, de l'alimentation et de la forêt. En France, le programme France export, agenda en ligne de l'exportateur, donne accès sur un site unique à un programme consolidé de 900 manifestations collectives à l'étranger. Il rassemble l'ensemble des opérations subventionnées par les pouvoirs publics et pilotées par les principaux partenaires de l'équipe de France de l'export : UbiFrance, chambre de commerce et d'industrie en France et à l'étranger, Adepta et Sopexa ainsi que les opérateurs bénéficiant de la labellisation. Si le programme France



export est parvenu à atteindre son premier objectif, à savoir être, au bénéfice des entreprises, l'expression d'un guichet unique dans le domaine des opérations collectives sur les marchés étrangers, il lui reste à devenir l'instrument privilégié dans l'alimentation de la programmation des régions. Dans un contexte de ressources budgétaires limitées, de cohérence des priorités, de visibilité de la programmation nationale, il est indispensable de fédérer l'offre française afin d'éviter la dispersion des projets dont la commercialisation est souvent complexe et consommatrice de moyens humains. Il s'agit à la fois de mieux associer les régions et les opérateurs régionaux à la définition du programme et à sa commercialisation. Ainsi, pour la première fois en juin 2012, en vue d'élaborer le programme 2013, 12 régions étaient représentées lors de la réunion de pré-arbitrage. Après plusieurs années de croissance continue de la programmation, 2013 marque une volonté de redimensionner la programme autour de 900 projets afin de mieux marquer les priorités. 6 opérations sur 10 s'inscrivent dans les nouveaux plans filières définis par la ministre en 2012. L'agroalimentaire et agriculture totalisent un quart de la programmation avec 211 opérations principalement réalisées par Ubifrance et Sopexa. Cependant, il est vrai qu'il existe un certain nombre d'opérateurs chargés de mettre en application cette politique, parfois en concurrence plutôt qu'en synergie, ce qui n'améliore pas la visibilité et l'efficacité de l'action publique, notamment entre Sopexa et Ubifrance. C'est pourquoi les ministres ont écrit un courrier commun aux directeurs généraux des deux organismes, leur demandant de formuler en commun, avant la fin du mois de septembre 2013, des propositions sur les modalités de leur action commune sous la bannière « France international », dont la mise en oeuvre a été annoncée lors du comité interministériel à la modernisation de l'action publique du 17 juillet 2013.