



6 octobre 2017,

Comment conquérir de nouvelles parts de marché sur les marchés européens et internationaux et faire rayonner l'excellence du modèle alimentaire et du patrimoine alimentaire français ? en France et à l'international ?

Fiche conclusive

Contexte

Avec environ 375 000 exploitations agricoles et 18 000 entreprises agroalimentaires, dont 98 % de PME, le secteur agricole et agroalimentaire est un pilier de l'économie française. Ce secteur représente 3,5 % du PIB et 5,5 % des emplois. Le développement des exportations des produits et savoir-faire de nos filières représente un levier prioritaire de croissance de ce secteur, contribuant au développement économique de nos régions, à la préservation des territoires et au dynamisme du commerce extérieur de la France (3ème excédent commercial sectoriel).

Les produits agricoles et agro-alimentaires français bénéficient dans le monde d'une image de qualité, voir d'excellence, à l'image de la gastronomie française inscrite sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO. Les produits français véhiculent généralement une image de qualité associée au respect de standards sanitaires et environnementaux élevés, à un savoir-faire ainsi qu'au modèle d'une agriculture familiale couplée à une industrie performante. Les signes de qualité, tout comme le caractère innovant des produits français sont également des gages de succès à l'international. Cette identité culinaire et gastronomique est aussi l'une des premières vitrines des régions de France et un puissant vecteur d'attraction des touristes qui deviennent ensuite des prescripteurs.

Grâce à ces atouts, la France est le 6ème exportateur mondial de produits agricoles et agroalimentaires. La principale destination de nos produits demeure l'Union européenne (2/3 en valeur), mais avec une forte progression par ailleurs vers les pays tiers (+10 % depuis 2014), en particulier dans les pays émergents où l'internationalisation des entreprises constitue un autre relais de croissance à développer.

Malgré ces atouts indéniables, des faiblesses de l'offre agroalimentaire française handicapent nos résultats. Alors que les échanges mondiaux de produits agricoles et agroalimentaires croissent de 8% par an depuis 2000, les parts de marchés des exportations agroalimentaires françaises sont passées dans le même temps de 7,7 % en 2000 à 4,8% en 2015. En particulier, la baisse des parts de marchés s'est accrue à l'intérieur de l'UE, passant de 12,5 % en 2000 à 7,9 % en 2015.

Notre performance à l'international s'appuie par ailleurs sur un nombre très réduit de secteurs. Si les semences, les céréales, les boissons, les produits laitiers et dans une moindre mesure, la viande

de porc, dépendent fortement des marchés internationaux, d'autres filières sont faiblement exportatrices (fruits et légumes, poissons, corps gras). Et si les exportations sont dynamiques sur les produits du terroir (vins et spiritueux surtout) et les produits agricoles bruts, dominés par les céréales, le solde de la balance commerciale se dégrade sur les produits transformés. Hors vins et spiritueux, le solde des échanges sur les produits agroalimentaires transformés est déficitaire (-2,8 Md € en 2014 et -3,2 Md € en 2015). Il apparaît aussi que pour certaines filières et certains secteurs, se projeter à l'international n'est pas toujours perçu comme un objectif en soi nécessitant une stratégie à mettre en œuvre sur la durée incluant notamment un travail spécifique pour proposer des produits adaptés aux demandes des clients internationaux, mais plutôt comme une alternative lors de tensions sur le marché français.

De plus, par rapport à nos concurrents, la France souffre d'un déficit de « culture de l'exportation » : seules 25% des entreprises agro-alimentaires françaises exportent (NB : 44% pour le secteur manufacturier) contre 75 % en Allemagne.

La diversité de l'offre française est pourtant une force et chaque filière dispose de spécificités (organisation de la filière, type d'acteurs, type de produits...) qui lui donne plus ou moins d'avantages comparatifs s'agissant de la possibilité de créer de la valeur pour améliorer sa compétitivité à l'international. Ainsi, il convient de ne pas opposer les modèles mais collectivement, de manière différenciée, de faire que nos filières et nos entreprises, dans leur diversité (TPE, PME, ETI, grands groupes, multinationales, coopératives etc) puissent mieux profiter des opportunités offertes par le marché mondial.

Dans ce contexte mondialisé caractérisé par la croissance de la population, l'accélération des changements climatiques et la persistance de nombreux foyers de conflits, l'agriculture restera une activité stratégique au cours du 21ème siècle. Pour faire face à la hausse de la demande alimentaire, notamment en Afrique, il convient à la fois d'accroître la productivité agricole dans tous les pays du monde, mais également de favoriser les dynamiques commerciales et logistiques permettant d'assurer une meilleure sécurité alimentaire. Il en va donc aussi de la responsabilité de la France, qui, disposant d'atouts, doit continuer à contribuer aux équilibres alimentaires mondiaux.

Pour autant, il ne s'agit pas, ou plus, de se projeter à l'international avec le seul objectif de dégager des excédents du marché français mais bien de s'inscrire dans une démarche de réponse à la demande et aux besoins des clients internationaux, en forte croissance, y compris en matière sociétale, environnementale et sanitaire, s'inscrivant dans une vision politique. Ceci doit nécessairement se faire en cohérence avec les politiques de développement (et notamment lutte contre l'insécurité alimentaire) mais aussi environnementales (accord de Paris) ou encore de bien être animal, avec l'ambition de faire de nos normes françaises et européennes (standards, indications géographiques, signes de qualités, etc.) une force à l'international.

Problématiques traitées lors de l'atelier

L'organisation des discussions s'est faite sur la base du travail réalisé en amont des EGA, fin 2016 et début 2017 autour de la construction, avec l'ensemble des partenaires de l'export, d'un projet de plan stratégique 2017-2021 pour le développement des exportations et l'internationalisation des filières agricoles, agroalimentaires, forêt-bois et produits bio-sourcés. Ce projet avait fait l'objet d'une mise en consultation publique par le ministre de l'agriculture et le secrétaire d'État chargé du commerce extérieur à l'occasion du salon international de l'agriculture, à Paris en mars 2017.

Partant d'un diagnostic liminaire présentant les forces et les faiblesses du commerce extérieur français, ce projet de stratégie sectorielle propose 3 axes qui ont successivement été discutés les 1^{er}, 7 et 14 septembre 2017 avec les 53 participants des 5 collèges réunis : acteurs économiques (n=27), société civile (n=2), élus (n=3), États et opérateurs de l'État (n=13), experts (n=3) et Syndicats (n=5). Ainsi, les problématiques successivement traitées ont été les suivantes :

Vendredi 1er septembre, au MAA, rue de Varenne, salle Sully :

- diagnostic de la situation de nos filières sur les marchés internationaux : photographie de la situation de notre commerce extérieur agroalimentaire et analyse des forces et faiblesses de nos filières et de nos entreprises
- comment mieux accompagner les entreprises dans la durée vers l'export UE et pays tiers ?

Jeudi 7 septembre, 9h00-13h00 au MAA, rue de Varenne, salle Sully :

- comment améliorer les conditions d'accès aux marchés étrangers pour nos entreprises ?

Jeudi 14 septembre, 9h00-13h00 au MEF, 139 rue de Bercy, Centre Pierre Mendès-France :

- comment mieux valoriser et faire rayonner le modèle alimentaire français et nos produits ?

Chaque réunion était ouverte par 4 à 6 présentations/témoignages liminaires d'opérateurs ou d'experts permettant de poser les problématiques. Les compte rendus de ces ateliers figurent en annexe.

La réunion du 27 septembre, tenue au MEAE, a permis de proposer et de valider collectivement une synthèse des discussions précédentes, prenant également en compte le résultat de la consultation publique et des contributions écrites des participants, ainsi que de certains ateliers régionaux, notamment celui organisé en Occitanie.

Cette dernière réunion a permis de dégager 6 pistes d'action et de préciser pour chacune 2 à 4 livrables possibles.

Diagnostic

(1) Comment mieux accompagner les entreprises dans la durée vers l'Europe et l'international :

- nécessaire professionnalisation des entreprises sur les activités internationales en particulier le métier de la vente ;
- adaptation de l'offre à la spécificités des demandes par chacun des clients étrangers ;
- importance des questions de compétitivité (sujets coûts, charge et également normes) / création de valeur ajouté ;
- question de la lisibilité de l'écosystème français d'appui aux exportateurs ;
- importance de la mutualisation / exportation collaborative.

(2) Comment améliorer les conditions d'accès aux marchés étrangers pour nos entreprises

- importance de la levée des barrières non tarifaires et notamment sanitaires ;
- importance de la négociation des accords commerciaux (OMC et accord bilatéraux), aspects offensifs et défensifs ;
- question de la veille et d'accès à l'information stratégique pour pouvoir atteindre les marchés.

(3) Comment mieux valoriser et faire rayonner le modèle alimentaire français, nos produits et savoir-faire

- importance de la promotion (comparaison avec autres pays notamment européens)
- nécessité de développer des synergies sur l'image France et la promotion
- importance des valoriser l'ensemble des composantes de notre offre : produits mais aussi savoir faire, équipements, technologie, formation, etc.

Par ailleurs, la question de l'internationalisation des entreprises a été évoquée en termes de taux de retour pour la France (notamment emploi) mais aussi pour les pays de destination.

Les diagnostics plus fins figurent en annexe dans les relevés de conclusion des réunions 2 et 3 des 7 et 14 septembre.

Plan d'action

De façon globale les discussions ont permis de mettre en avant l'importance pour nos filières et nos entreprises de se projeter à l'international pour créer de la valeur, de la richesse et des emplois dans les territoires, dans un contexte de mondialisation.

Les trois réunions de travail, les contributions reçues de la part des participants et la consultation publique ont permis d'identifier six pistes principales pour répondre à la problématique de l'atelier 4 qui ont été discutées et validées lors de la 4ème réunion :

1/ Renforcer nos positions dans les négociations commerciales et améliorer l'accès aux marchés étrangers

- **Livrable 1** : affirmer auprès de la Commission européenne les attentes de la France vis à vis d'une *politique commerciale européenne rénovée qui (1) défende les intérêts stratégiques offensifs et défensifs (filières sensibles, principe de réciprocité dans les négociations SPS) de notre agriculture qui ne doit plus constituer une monnaie d'échange, (2) soit plus transparente dans la conduite des négociations et plus suivie dans la mise en œuvre des accords et (3) soit cohérente avec les politiques agricoles, sociales et environnementales portées par l'UE.*
- **Livrable 2** : au niveau français, *renforcer le portage politique des sujets agroalimentaires à l'international (diplomatie économique, coordination interministérielle MEAE/MAA/MEF), et (2) renforcer les moyens alloués à la diplomatie agricole et sanitaire.*

2/ Mieux prendre en compte l'impact des exportations agroalimentaires françaises au regard des enjeux de sécurité alimentaire et de développement durable

- **Livrable 1** : *améliorer la cohérence des politiques françaises (Agriculture / Commerce / sécurité alimentaire / développement durable) en envisageant la nomination, comme au niveau européen, d'un rapporteur spécial qui serait chargé de vérifier la cohérence de nos politiques.*
- **Livrable 2** : *assurer une meilleure intégration des cadres de responsabilité destinés à prévenir les impacts négatifs du commerce et des investissements français à l'international : directives volontaires pour la gouvernance foncière, principes d'investissement responsable dans l'agriculture, grille ex-ante d'analyse des investissements à empreinte foncière, positions GISA afférentes, impacts économiques : volatilité des prix, régulation des marchés*

agricoles..., prise en compte de l'impact sur le climat...).

3/ Améliorer la promotion de l'offre agroalimentaire française et de « l'image France »

- **Livrable 1** : accélérer les réflexions gouvernementales sur la création d'une marque *France*, et concevoir une déclinaison propre au secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire d'ici au SIAL 2018.
- **Livrable 2** : assurer une meilleure mutualisation des moyens financiers de l'Union européenne, de l'État, des régions, interprofessions et associations d'entreprises *au service des actions de promotion collective* du secteur agricole et agroalimentaire, à l'international et au plan national (salons, foires, opérations de promotion des produits français, etc) en créant un *cadre de concertation des parties (Etat/régions/professionnels)*.
- **Livrable 3** : mieux tirer parti des leaders français déjà présents à l'international dans les secteurs de la gastronomie, de l'hôtellerie et de la grande distribution pour promouvoir les produits agroalimentaires français, éventuellement dans le cadre d'une charte.

4/ Renforcer la compétitivité des entreprises agricoles et agroalimentaires et permettre une meilleure adaptation de l'offre française à la demande mondiale

- **Livrable 1** : prise en compte des problématiques agricoles et agroalimentaires et des priorités du secteur dans la stratégie « France *logistique 2025* » (*baisse des coûts du fret ferroviaire, fluvial et portuaire et optimisation des plate-formes logistiques existantes*)
- **Livrable 2** : intégrer dans les discussions de l'atelier 14 des EGA, la problématique de la *recherche/développement et l'innovation au service de l'adaptation de l'offre agricole et agroalimentaire française à la demande de nos clients étrangers*, en lien notamment avec le plan d'actions « agriculture - innovation 2025 » et la solution industrielle « Alimentation intelligente » définie dans le cadre de la « Nouvelle France industrielle » et son axe international.
- **Livrable 3** : s'assurer d'une *application harmonisée des normes européennes et internationales* au sein de l'Union européenne.

5/ Développer la « culture de l'international » dans les entreprises et filières agroalimentaires

- **Livrable 1** : adapter les cursus de *formation diplômante* des établissements d'enseignement agricole (renforcement en langues, économie, commerce international, etc) et des établissements d'enseignement en économie et commerce (enjeux agricoles et de sécurité alimentaire)
- **Livrable 2** : *soutenir la structuration des entreprises à l'international*, en particulier les TPE/PME, afin d'inscrire leur démarche *dans la durée*, en évaluant avec les régions la faisabilité de généraliser les initiatives régionales les plus efficaces, y compris en matière de mutualisation des forces de vente à l'international.
- **Livrable 3** : développer/intégrer le volet export dans les *stratégies des filières*

6/ Améliorer et adapter l'accompagnement des entreprises à l'international

- **Livrable 1** : dans le cadre de la réflexion lancée par le gouvernement, veiller à la prise en compte des spécificités agricoles et agroalimentaires lors de la *mise en place du guichet / point d'entrée / point d'orientation unique dans les régions et ambassades* pour les entreprises agricoles et agroalimentaire souhaitant se développer à l'international.
- **Livrable 2** : créer une *plateforme numérique* intégrant la démarche Expadon2 *pour orienter le parcours à l'international des entreprises* agricoles et agroalimentaires.
- **Livrable 3** : développer *l'offre française collaborative* de type « projet clé en main » pour répondre aux besoins de nos clients internationaux.
- **Livrable 4** : réaliser une cartographie des *outils financiers* régionaux et nationaux (voire internationaux) d'accompagnement des entreprises à l'international et s'assurer de leur adéquation aux besoins du secteur agricole et agroalimentaire

Conclusion

De façon globale les discussions ont permis de mettre en avant l'importance pour nos filières et nos entreprises de se projeter à l'international pour créer de la valeur, de la richesse et des emplois dans les territoires, dans un contexte de mondialisation. Pour autant, il ne s'agit pas, ou plus, d'exporter avec le seul objectif de dégager des excédents du marché français mais bien de s'inscrire dans une démarche de réponse à la demande et aux besoins des clients internationaux, en forte croissance, y compris en matière sociétale, environnementale et sanitaire, s'inscrivant dans une vision politique. Ceci doit nécessairement se faire en cohérence avec les politiques de développement (et notamment lutte contre l'insécurité alimentaire) mais aussi environnementales (accord de Paris), sociale ou encore de bien être animal.

Les axes principaux de cette nouvelle politique ambitieuse tournée vers l'international sont présentées dans le courrier joint en annexe du président de l'atelier 4 adressée au ministre de l'agriculture et de l'alimentation.