



ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION :

Conquérir de nouvelles parts de marché en Europe et à l'international

Faire rayonner l'excellence du modèle alimentaire ainsi que le patrimoine alimentaire français en France et à l'international

Simples, cohérentes et opérationnelles, nos propositions visent à permettre à nos entreprises de répondre à la demande de marchés internationaux en croissance et à mettre en avant les atouts des produits français. Pour déployer un plan d'actions exhaustif, nous proposons d'agir sur les 3 angles débattus aux cours des réunions de l'atelier.

IL EST URGENT DE RENDRE DE LA COMPÉTITIVITÉ POUR PERMETTRE À LA FILIÈRE D'INVESTIR, D'ADAPTER LA PRODUCTION POUR REGAGNER DES PARTS DE MARCHÉ

Nos 3 mesures à court terme sont d'application immédiate ou cible le projet de loi de finances 2018

1/ Soutien à l'innovation et à la modernisation : Depuis plusieurs années, les faibles marges des acteurs des filières agricoles et agroalimentaires ne leur permettent pas d'investir dans la modernisation de leurs outils ou l'innovation. Un soutien à l'innovation et à la modernisation des outils industriels est un préalable nécessaire pour permettre aux entreprises françaises de pouvoir s'aligner avec leurs concurrents européens en termes de compétitivité-prix et d'adapter leurs produits aux attentes des nouveaux marchés internationaux.

2/ Crédit d'Impôt Export : Les conditions d'attribution du crédit d'impôt pour dépenses de prospection commerciale doivent être plus ouvertes pour permettre au plus grand nombre d'entreprises de bénéficier de cet outil (accès aux ETI, pour tout recrutement ou réaffectation de personnel ou services d'accompagnement éligibles, pas de plafonnement à 40k€). Les coopératives agricoles notamment, doivent pouvoir bénéficier du même soutien que les autres entreprises agricoles et agroalimentaires pour accompagner leur développement à l'international.

3/ Acter la fin de la sur-transposition française

A moyen terme, dans l'objectif d'un projet de loi pour l'été 2018

4/ Harmoniser les normes à l'échelle européenne : Le déficit de compétitivité de la filière alimentaire vis-à-vis de ses concurrents européens s'explique en partie par des normes et des conditions de mise en œuvre plus restrictives en France qui se traduisent par des coûts de production plus élevés.



IL EST DETERMINANT DE PERMETTRE A TOUTES LES ENTREPRISES D'ACCEDER AUX MARCHES ETRANGERS ET DE POURSUIVRE L'OUVERTURE EFFECTIVE DE CES MARCHES

Nos 2 mesures à expérimenter dès la fin de l'année 2017 pour accompagner le développement des entreprises sur les marchés internationaux

5/ Une cellule Ouverture des marchés : Un dispositif de veille public doit permettre à l'ensemble des entreprises de connaître la situation des marchés à l'international, que ce soit des informations économiques, réglementaires ou douanières. Les opérateurs sont par ailleurs confrontés à des barrières non tarifaires pour lesquels il est nécessaire que l'administration mette en place une cellule qui puisse réagir rapidement et engager un dialogue avec les autorités du pays client.

6/ Un Parcours Export : Faute de moyens et de compétences, les PME et TPE qui constituent plus de 90% des entreprises du secteur agricole et agroalimentaire, n'ont pas accès aux marchés internationaux. Un Parcours Export personnalisé, et en démarrage gratuit, pourrait être mis en place pour accompagner de manière individuelle, de bout en bout ces entreprises et coordonner les actions des différentes agences de l'Etat impliquées (BPI, Business France, DGAL, Douanes, Ambassades, Régions...).

IL EST IMPORTANT DE COMMUNIQUER POSITIVEMENT ET COLLECTIVEMENT SUR LES PRODUITS ET LES SAVOIR-FAIRE DE LA FILIERE ALIMENTAIRE FRANÇAISE

A moyen terme dans l'objectif du SIAL 2018

7/ Homogénéiser la communication sous une marque ombrelle commune à l'ensemble de la filière alimentaire : A la manière de la French Tech, la promotion internationale des produits agricoles et agroalimentaires gagnerait en lisibilité en étant systématiquement associée à une marque ou une identité visuelle commune à l'ensemble des filières agricoles et agroalimentaires, des professions et des régions.

8/ Soutenir les approches collectives à l'international sur des offres packagées de services et de biens complémentaires : Dans la réponse à la demande des clients internationaux, la filière alimentaire doit promouvoir ses savoir-faire mais aussi proposer des offres « clé en main » alliant produits, services et maintenance. Comme décrit dans le livre blanc « La coopération agricole française et l'Afrique », l'offre commerciale peut être enrichie par une implantation locale et des actions de coopération et d'assistance technique sur place.