

Les États Généraux  
Annuels  
de l'Alimentation

Export





# Sommaire

1

*Contextualisation*

2

Ce qui a été fait  
depuis les EGA 2017

3

*Actions inspirantes*

1

# CONTEXTUALISATION





# UN CONTEXTE DE MONDIALISATION FAVORABLE

1

Population croissante, enjeux de nourrir toute la population

2

France 7<sup>e</sup> puissance économique

3

Demande commerce mondial en forte croissance, +8% depuis 2000, soit un triplement en 15 ans



# LA FRANCE DANS LE COMMERCE INTERNATIONAL

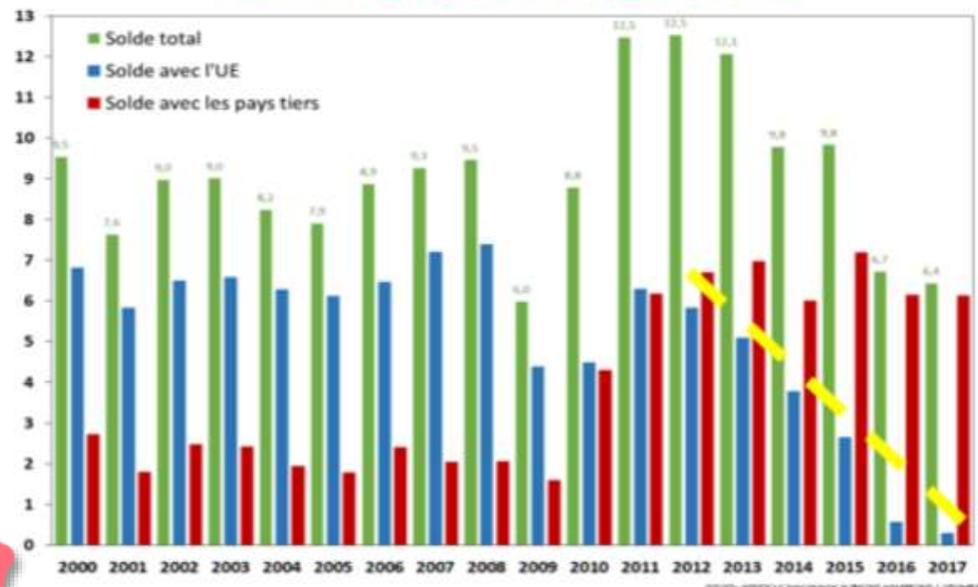
- 2ème exportation mondiale jusqu'en 1995, aujourd'hui **6ème mondiale**
- En Europe : **1er** producteur agricole (17%)
- Les échanges se font **principalement avec l'Union Européenne (2/3 en valeur)** pour l'export et l'import (**70% des produits**)
- Depuis 2000, les importations x2 en France (+ 87 %) tandis que les exportations stagnent
- Balance commerciale de +8,1 Mrds€ en France



## Une baisse globale de compétitivité

6

Le solde agro-alimentaire est important  
Mais se dégrade depuis 10 ans



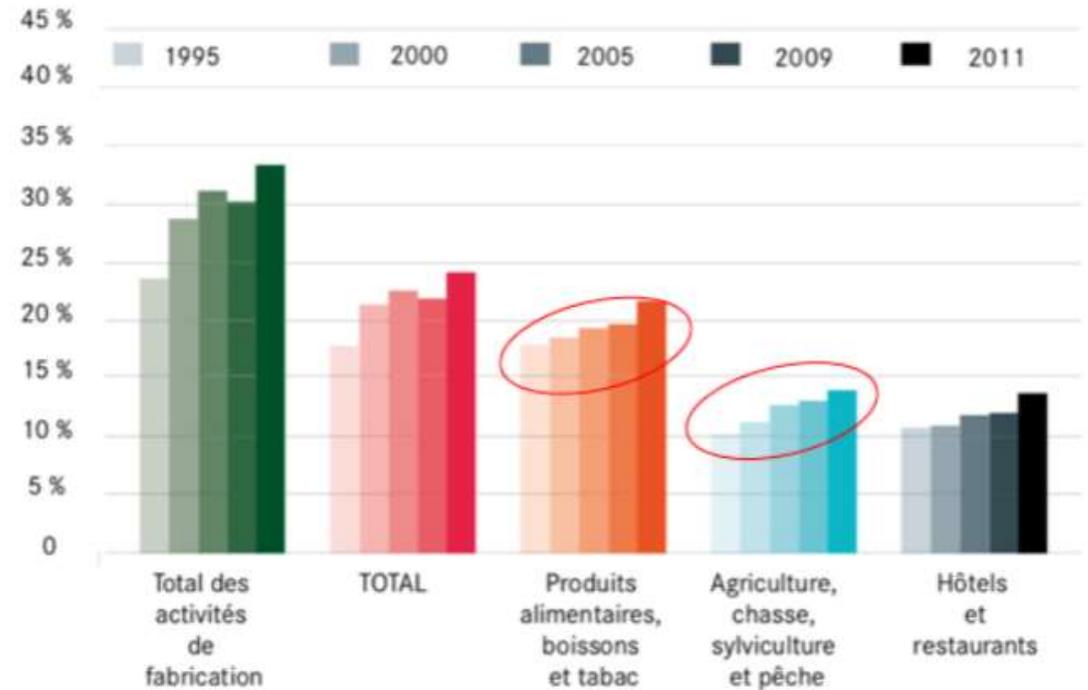
(Milliards d'euros courants, 2000-2017)

# UNE PLACE DANS LE COMMERCE INTERNATIONAL SEGMENTÉE

- Produits alimentaires : **13%** de l'ensemble des exportations du pays
- La France occupe **30%** de l'exportation mondiale du vin
- Vins : premier secteur de vente (**15%**)
- Céréales en **2<sup>e</sup>**, avec **10%**
- Dégradation pour les produits transformés : solde (-2,8 Md € en 2014 et -3,2 Md € en 2015)



Figure 2 - Évolution du contenu en valeur ajoutée étrangère des exportations pour différents pays



Source : auteurs d'après les données OMC/OCDE

Note : une valeur de 20% signifie que 20% de la valeur des exportations d'un pays avaient été préalablement importés par ce pays (ex : azote minéral et semences, matières premières, mais aussi services financiers, prestations logistiques, etc.).



# UNE COMPÉTITIVITÉ DE LA FRANCE EN BAISSÉ

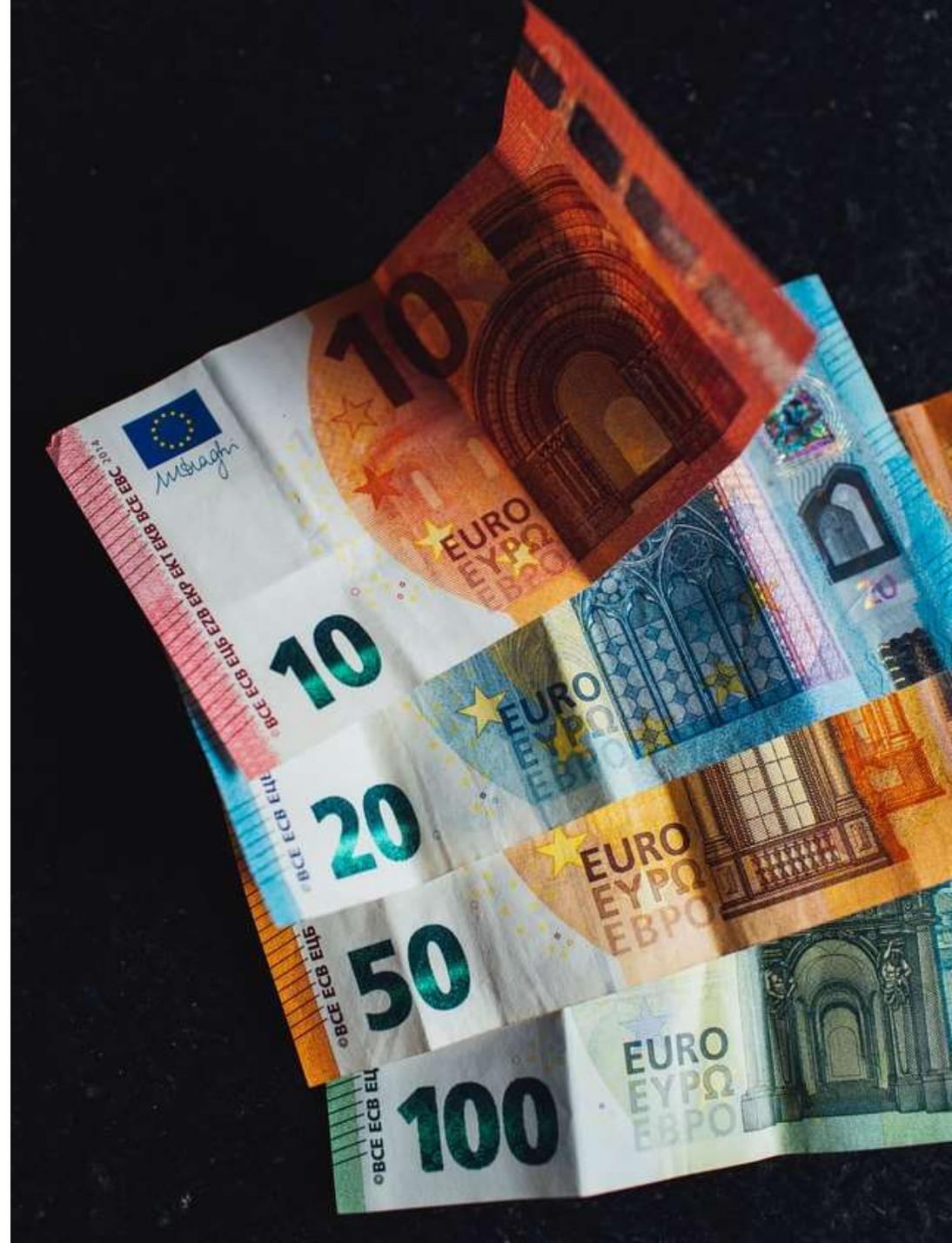
- **Production et transformation** : écarts de conditions entre la France et les autres pays (UE ou non) avec un modèle plus **protecteur de l'environnement et des consommateurs**
- Perte de compétitivité avec une augmentation des exportations françaises de 10% seulement par rapport à 55% pour le top10 des exportateurs
- Faiblesse du chiffre d'affaires des multinationales agroalimentaires françaises : Danone, n° 15 mondial, Lactalis, n° 20, Pernod-Ricard, n° 34 en 2016





# UN COÛT DU TRAVAIL PÉNALISANT

- Ecart important entre les salaires :
  - > 5 pays ont un coût du travail plus faible que la France : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pologne
  - > 2 pays avec des coûts plus importants : Pays-Bas et Danemark
- Ratio **x1,7 plus élevé** pour la France qu'en Espagne dans la maraîchage et **x1,3** pour la viande





# UNE CULTURE DE L'EXPORTATION PAS ASSEZ DÉVELOPPÉE

- Déficit de « culture de l'exportation » : seules **25%** des entreprises agro-alimentaires françaises exportent VS **75 %** en Allemagne
- Faiblesse de l'offre agroalimentaire française
- Marché international pas assez considéré comme un marché cible
- Très bonne réputation des produits agroalimentaires français à l'international : qualité, excellence, gastronomie (UNESCO) → **image trop élitiste des produits alimentaires français**





# UN RÔLE TROP FAIBLE DE LA GRANDE DISTRIBUTION À L'EXPORT

- L'impact positif de la grande distribution sur les exportations alimentaires est incontestable
- Développement de la certification IFS par la grande distribution : en moyenne un supplément d'exportation de 15% sur les marchés où la grande distribution française est installée
- Relation de confiance installée par le distributeur français dans le pays étranger = accès à la logistique
- Classement des entreprises françaises dans le top 15 mondial : **Carrefour** (8e) et **Auchan** (12e)





2



# ACTIONS PROPOSÉES LORS DES EGA 2017



# OBJECTIFS DES ACTIONS DES EGA

1

Renforcer nos positions dans les négociations commerciales et les marchés étrangers



2

Appréhender l'**impact** des exportations agroalimentaires françaises



3

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



4

Renforcer la compétitivité des entreprises agricoles et agroalimentaires en adaptant l'offre



5

Développer la « culture de l'international » dans les entreprises



6

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





# BILAN DES ACTIONS PROPOSÉES



**18 actions** proposées par les EGA de 2017 qui peuvent être distinguées en 4 groupes :

- Les actions **non réalisées** : **4**
- Les actions **réalisées** : **5**
- Les actions **en cours de réalisation** ou réalisées de manière incomplètes : **4**
- Les actions **non significatives** par leur dénomination : **5**

## Action 1

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

- Cadre d'une charte → pas de charte

## Action 2

Prendre en compte les problématiques agricoles et agroalimentaires, et les priorités du secteur dans la stratégie « France logistique 2025 »

- **Plan logistique** en 2017 qui ne prenait que très peu en compte ces problématiques

## Action 3

### Intégrer dans l'atelier 14 des EGA, une stratégie internationale

- Intégrer **la recherche/développement et l'innovation au service de l'adaptation de l'offre agricole et agroalimentaire française à la demande des clients étrangers**
- Pas de stratégie mise en place



## Action 4

Développer l'offre française collaborative de type « projet clé en main » pour répondre aux besoins des clients internationaux

- Offre française doit répondre aux nouvelles tendances mondiales. Cela nécessite :
  - > **Sensibilisation des entreprises aux produits en forte expansion**  
( bio, diététiques, halal....)
  - > **Adaptation de l'offre française aux attentes des marchés cibles**

## Action 5

Améliorer la cohérence des politiques françaises et mettre en place un rapporteur spécial

- Pour l'agriculture alimentation, forêt et affaires rurales : 2 rapporteurs Alain Houpert et Yannick Botrel
- Michel Raison, rapporteur de la **loi Egalim**

## Action 6

Créer une marque France et concevoir une déclinaison propre aux secteurs agricole et agroalimentaire

- Sial 2020 : lancement de la marque institutionnelle « **Taste France** » dédiée à la promotion de la gastronomie et des produits français à l'international



The logo for 'Taste France' features the words 'Taste' in blue and 'France' in red, with a small 'TM' trademark symbol to the right. Above the text is a stylized French flag with vertical stripes of blue, white, and red.

## Action 7

# Soutenir la structuration des entreprises à l'international, en particulier les TPE/PME

- En lien avec FranAgriMer, le MAA (DGAL) : **formations en région sur les procédures non tarifaires**
- **Mise à disposition d'un réseau des conseillers agricoles** des services économiques en ambassade et celui des conseillers Business France
- PACTE (2019): **soutient les PME à l'export**
- **Proposition de plusieurs dispositifs pour aider les PME/TPE** dans leur offre à l'international (ex : Assurance-prospection...)

## Action 8

Développer/intégrer le volet export dans les stratégies des filières agroalimentaires

- **Intentions**

Animer une réflexion nationale pour définir les meilleurs outils à mobiliser

- **Réalisations**

Plusieurs plans stratégiques de 2017-2021 et de 2018-2022

Document des stratégies de filière de 2014

Plan de relance de 2021 : mise en avant du volet export avec Business France

## Action 9

Créer une plateforme numérique pour orienter le parcours à l'international des entreprises agricoles et agroalimentaires

- **Aide à l'exportation et à la certification**
- <https://teleprocedures.franceagrimer.fr/Expadon/Login/Login.aspx?ReturnUrl=%2fExpadon%2f>

## Action 10

Renforcer le portage politique des sujets agroalimentaires à l'international (diplomatie économique, coordination interministérielle MEAE/MAA/MEF)

- Des **actions de promotion, des études de marché, et des aides financières** sont mises à disposition
- Volet « **conquête à l'international** » du PACTE (Plan d'action de croissance et de transformation des entreprises) → réforme en 2018 qui vise **à favoriser l'exportation des PME françaises : mise en place de la «Team France Invest / Export» sur le terrain**



# Action 11

## Adapter les cursus de formation diplômante

- **Business France** : développement des ateliers de présentation du VIE
- **Plan d'action de la DGER** → adapter les cursus de formation des établissements d'enseignement agricole et les établissements d'enseignement en économie et commerce
- Réalisation pour la rentrée 2021 (bulletin ministériel)
- Aucune information disponible sur le sujet



## Action 12

Faciliter l'accès des entreprises agricoles et agroalimentaires par la mise en place d'un point d'entrée unique

- **Team France Export** : mettre en place un guichet unique par région française et de désigner un correspondant unique à l'étranger
- **Lieux pilotes** : Normandie et Provence-Alpes-Côte d'Azur (2018)
- En 2020 : 13 guichets uniques régionaux avec 250 conseillers spécialistes de l'export

## Action 13

Réaliser une cartographie des outils financiers d'accompagnement des entreprises à l'international pour le secteur agricole et agroalimentaire

- Plate-forme numérique regroupant les acteurs du soutien à l'export

# Action 14

## Rénover les politiques commerciales européennes

- **Objectifs :**

- Défense des intérêts stratégiques offensifs et défensifs de notre agriculture
  - Plus de transparence dans les négociations
  - Plus de cohérence avec les politiques agricoles, sociales et environnementales portées par l'UE
- 
- Mise en place de clauses miroirs prévues en 2022, dans les accords de libre-échange de l'UE: vérifier si les normes sanitaires des produits agricoles sont conformes à celles du pays importateur

3



# ACTIONS INSPIRANTES



# TASTE FRANCE

Promotion de la **gastronomie** et des produits français à l'international, elle est pilotée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

Valeurs d'**excellence**, de **responsabilité**, de **plaisir**, d'**authenticité** et d'**innovation**

Travail sur l'**image élitiste et inaccessible** de la **gastronomie française**

E-vitrine des produits



# TEAM FRANCE EXPORT

Business France, Bpifrance et les CCI

Mise à disposition d'informations sur les marchés, de guides pour se développer à l'étranger, de contacts selon les régions et selon les pays

Recensement des événements, des opportunités business

Un objectif commun : proposer aux PME et ETI un dispositif lisible, efficace et adapté.

Partenariats entre acteurs publics et privés

# PAVILLON FRANCE, BUSINESS FRANCE



Réunion des  
entreprises sous une  
bannière « France »

Avantages d'un stand  
clés en main avec un  
emplacement  
privilegié et de  
nombreux services à  
l'appui (**contact**,  
acheteur, logistique,  
informations en  
**amont etc...**)



# TASTIN' FRANCE

- Dégustations professionnelles
- Prestations de qualité pour les entreprises désireuses de développer leurs projets à l'export
- Démarche de création de courants d'affaires, prospection internationale

# LIVRE BLANC AGRO

## Où exporter en 2021 ?



- Détail des évolutions mondiales et européennes des exportations de produits alimentaires depuis 2014
- Actualités réglementaires agroalimentaires
- Présentation des 19 filières incontournables pour l'offre française (chiffres clés, clients, marchés potentiels)
- Par Business France

# PARIS FORUM FOOD

ASSOCIATION  
**PARIS  
FOOD  
FORUM**

Mise en avant de la gastronomie

Gastronomie vue comme un atout économique qui peut « soutenir nos exportations dans le secteur agroalimentaire »

Événement non abouti

# BIBLIOGRAPHIE

## Diapo 5

<https://www.businessinsider.fr/les-10-pays-qui-exportent-le-plus-de-produits-alimentaires-dans-le-monde-185738#10-belgique-41-27-mds>

<https://olivierfrey.com/agridata-n8-evolution-des-exportations-et-importations-de-produits-agricoles-et-agroalimentaires-de-la-france-de-2007-a-2019/>

## Diapo 7

<https://alimentation-generale.fr/chronique/filieres-agroalimentaires-vous-avez-dit-competitivite%E2%80%89/>

## Diapo 8

<https://agriculture.gouv.fr/ecarts-de-competitivite-lies-au-cout-du-travail-dans-les-secteurs-agricole-et-agroalimentaire-dans#:~:text=En%20France%2C%20les%20donn%C3%A9es%20sectorielles,Allemagne%20%C3%A0%20%20E2%82%AC%2Fh.>

## Diapo 9 vidéo souveraineté

**Diapo 11** <https://www.lesechos.fr/2016/04/la-grande-distribution-fer-de-lance-des-exportations-226978>

<https://jebosseengrandedistribution.fr/2021/03/30/classement-monde-2020-grande-distribution/>

## diapo 17

<https://agriculture.gouv.fr/taste-france-la-marque-dediee-lagriculture-lagroalimentaire-et-la-gastronomie-francaises>

## diapo 17

<https://www.economie.gouv.fr/files/files/2020/Guide-les-dispositifs-a-destination-des-PME-et-TPE.pdf>

# BIBLIOGRAPHIE

## Diapo 18

<http://www.revue-alimentation-animale.fr/a-la-une/export-un-plan-de-relande-pour-la-filiere-agroalimentaire/>

## Diapo 19

<https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/274503.pdf>

## Diapo 20

<https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/opendata/AVISANR5L15B1288-tVIII.html>

## Diapo 23

<http://www.fao.org/in-action/responsible-agricultural-investments/umbrellaprogramme/fr/>

## Diapo 22

<https://agriculture.gouv.fr/taste-france-la-marque-dediee-lagriculture-lagroalimentaire-et-la-gastronomie-francaises>

## Diapo 26

[https://www.lemoci.com/wp-content/uploads/2020/10/livre-blanc\\_bf\\_agro\\_ou-exporter-2021.pdf](https://www.lemoci.com/wp-content/uploads/2020/10/livre-blanc_bf_agro_ou-exporter-2021.pdf)