



Rapport final du groupe de travail Agroalimentaire

18 janvier 2010

Président : Jean-René Buisson, président de l'ANIA

Rapporteurs Virginie Guérin, ANIA et Philippe Velilla, DGCIS

Participants : Voir liste en annexe



Rapport final EGI –
Groupe Agroalimentaire

Sommaire

Partie I : Diagnostic de la situation actuelle et identification des principaux enjeux

1. Diagnostic
2. Enjeux
3. Axes de travail

Partie II : Plan d'Action

ANNEXE : Composition du Groupe de Travail Agroalimentaire

Partie I : Diagnostic de la situation actuelle et identification des principaux enjeux

SYNTHESE

Le groupe de travail « agroalimentaire » dépend directement du groupe de travail « biens de consommation ». Il fait l'objet d'un rapport spécifique du fait du poids du secteur dans l'univers des biens de consommation et de ses caractéristiques particulières. Par ailleurs, les industries agroalimentaires ont déjà fait l'objet, au premier semestre 2009, d'une attention particulière à travers les « Assises régionales de l'Agroalimentaire » organisées par le Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche. La synthèse des débats montre que cette initiative a fourni une base de travail importante.

Entre un amont agricole en pleine mutation et un aval de la filière très concentré, les entreprises agroalimentaires doivent aujourd'hui faire face à un univers économique difficile, avec des marges très faibles qui ne leur permettent que rarement de mener une politique d'investissement très soutenue... La lourdeur réglementaire qui nécessite des moyens financiers et humains parfois démesurés finit par guider les entreprises vers une « innovation subie » qui n'est pas visible du consommateur.

C'est en relevant le défi de l'intégration des politiques agricoles et industrielles, en assurant une cohérence entre les décisions des multiples acteurs publics, en communiquant positivement sur l'alimentation que les entreprises agroalimentaires verront demain l'insécurité juridique actuelle se réduire, les jeunes retrouver le goût et le plaisir de manger et donc le chemin des entreprises agroalimentaires... Tout cela pour relever le défi de la compétitivité.

Quelques chiffres clés

163 milliards d'euros de chiffre d'affaires (1^{ère} industrie française)

412 500 salariés

10 500 entreprises, dont 97 % de PME

6,6 milliards d'euros d'excédent commercial

Les axes de travail

→ Redonner une image positive du secteur :

* Communiquer positivement sur l'alimentation auprès de tous les publics, notamment sur la qualité, la diversité et le goût des produits alimentaires.

* Communiquer autour des métiers des IAA, sur le même modèle que la campagne de l'Artisanat (attractivité des métiers)

→ Trouver de nouvelles pistes pour favoriser l'innovation :

* Elargir l'assiette du Crédit d'Impôt Recherche à l'innovation

* Mieux protéger les innovations des entreprises (le système actuel ne permet pas de protéger les recettes)

→ Faire du développement durable une opportunité

→ Mutualiser les ressources pour :

* Augmenter les fonds propres

* Exporter

→ Simplifier la réglementation, tout en assurant la cohérence des décisions publiques.

1. Diagnostic

Les forces : l'agroalimentaire est un secteur

- Qui pèse dans l'industrie française. L'agroalimentaire, avec ses 163 milliards d'euros, représente près de 17 % du chiffre d'affaires total de l'industrie et 12 % de la valeur ajoutée. Cela en fait une belle vitrine pour la France. En termes d'emploi, le secteur est le deuxième employeur industriel avec plus de 412 000 salariés ;

- Qui participe à **l'aménagement du territoire**, aux côtés de l'agriculture.

Exemple : en Bretagne, l'industrie agroalimentaire régionale s'appuie sur un tissu de PME installées sur l'ensemble de la région. Cette déconcentration du tissu industriel apparaît comme une grande force tant pour le secteur agroalimentaire que pour la structuration du territoire.

Elle bénéficie d'un lien très important avec l'amont agricole pour créer une filière forte, depuis les entreprises de nutrition animale jusqu'à la transformation de produits élaborés. L'affaiblissement ou la disparition de l'un ou l'autre étage de la filière affaiblit mécaniquement l'ensemble des entreprises IAA.

- Qui délocalise encore très peu : 80 % des produits consommés sont fabriqués en France ; les IAA transforment 70 % de la production agricole française. On note plutôt une tendance à « relocaliser » ;

Dans l'industrie agroalimentaire, le coût de la matière première est un des postes les plus lourds dans le coût de revient d'un produit. Or, compte-tenu de la multiplication des taxes environnementales, des barrières à l'export, la localisation des outils de production dans les bassins de consommation ne peut que s'accélérer.

- Qui sert « des valeurs alimentaires françaises » et un savoir-faire reconnu et permettant aujourd'hui d'éviter les dérives connues dans certains pays sur le pourcentage de population obèse ;

- Qui produit avec une qualité, notamment du point de vue de la sécurité sanitaire, très élevée en France et reconnue comme telle à l'étranger ;

- qui assure une diversité des produits et un art culinaire reconnus de par le monde et contribuant à forger une image positive de la France à l'étranger. L'industrie agroalimentaire française est d'ailleurs le premier contributeur à la balance commerciale en France (solde de 6,6 milliards d'euros en 2008) ;

Il est intéressant ici de rappeler le projet d'inscrire la culture culinaire française au patrimoine immatériel de l'UNESCO ;

- Qui s'appuie sur des marques fortes porteuses d'innovation aux côtés de produits traditionnels ;

- Qui maintient une certaine stabilité du tissu économique, même en temps de crise. L'alimentation est et sera toujours un bien essentiel ;

- Qui développe une innovation forte (en moyenne 7 % du chiffre d'affaires) avec un savoir-faire des entreprises. Si le secteur n'est pas vu comme « high tech », l'innovation dans le marketing, les circuits de distribution, l'emballage, les recettes... font des IAA un secteur plutôt innovant. En revanche, il est important de signaler que le niveau de la recherche reste faible comparé à d'autres secteurs industriels.

Les faiblesses :

⇒ *Un déficit d'image important*

- **L'image négative de l'industrie agroalimentaire auprès du consommateur et des médias est réelle.** Selon baromètre de l'Alimentation du Crédoc, les industries agroalimentaires sont les acteurs de la chaîne alimentaire qui ont la plus mauvaise image auprès du consommateur. Elles n'existent pas aux yeux des citoyens. Pour ces derniers, qui dit alimentation, dit agriculture ou distribution.

- Le secteur est jugé peu attractif (notamment par les jeunes) : les IAA et la diversité de leurs métiers sont méconnus ; par ailleurs, l'éloignement des centres de production des grandes villes, est également un éloignement des bassins de formation : ceci alors que les perspectives d'emploi (en 2010) sont importantes : il y a encore 17 000 postes de travail environ non pourvus : de surcroît, la plupart des départs font l'objet d'un remplacement [exemple : au 31/12/2008 : sorties : 35,4%, entrées : 34,5%]. Le risque : un manque de main d'œuvre qualifiée à l'avenir, des difficultés de recrutement et de transmission des entreprises ;

Il est nécessaire de mieux identifier les causes de ce problème (ruralité, niveau de rémunération, précarité, pénibilité du travail...) et de dégager des solutions.

- La part de l'agroalimentaire dans le budget des ménages ne cesse de diminuer au profit par exemple des loisirs, du logement, de la téléphonie mobile... L'alimentaire est devenu une variable d'ajustement, alors qu'entre 2000 et 2006 le secteur était quatre fois moins inflationniste. Ce constat est préoccupant et risque à très court terme de remettre en cause les « valeurs alimentaires françaises ».

Ce constat est d'autant plus dramatique qu'il est aujourd'hui prouvé que la part du budget alimentaire d'une personne n'évolue pas au long de sa vie. Ainsi, un jeune qui dépense X % pour se nourrir, n'augmentera probablement pas cette part dans son budget au cours de sa vie.

⇒ *Un maillon central de la chaîne alimentaire faiblement concentré*

- Un secteur très éclaté avec plus de 10 000 entreprises dont 97 % de PME et 70 % de TPE - les 20 premières entreprises représentent 45 % du chiffre d'affaires - très peu d'entreprises ayant une taille critique suffisante pour investir, aborder le marché international... Le nombre important de petites entreprises est à l'origine de nombreux problèmes, notamment de transmissions.

- Un positionnement délicat avec un « effet ciseau » :
 - ⇒ L'agriculture bénéficie des atouts d'une activité ancrée dans les régions françaises.
 - ⇒ Les distributeurs tiennent un discours sur les prix alléchant pour le consommateur et ils sont au nombre de 7 lorsque l'industrie agroalimentaire compte plus de 10 000 entreprises. Le rapport de force est bel et bien déséquilibré.

Cet état de fait a bien sûr un impact économique sur l'industrie agroalimentaire mais également sur l'image. Lorsque les prix des matières premières chutent mais que les prix à la consommation restent stables ou même augmentent, la faute revient à l'industrie agroalimentaire quoi qu'elle fasse.

- Au total, le rapport de forces est bel et bien déséquilibré entre une agriculture fragmentée n'offrant pas toujours des livraisons aux niveaux quantitatifs et qualitatifs souhaités, et un aval en position de force dans la négociation des conditions commerciales.

⇒ **Des leviers de compétitivité trop faibles**

- Un amont encore trop peu concentré : l'agriculture en France ne s'est pas modernisée aussi vite que le tissu agricole dans d'autres pays européens ce qui crée un obstacle supplémentaire à la compétitivité des industries agroalimentaires.

- Une insécurité juridique née de positions françaises parfois plus contraignantes que celles prises au niveau européen. Cette situation peut freiner les investissements en France du fait d'une distorsion de concurrence.

Cette insécurité juridique s'explique également par le fait que les décisions politiques prises sur certains dossiers agroalimentaires dépendent de divers ministères et qu'une approche globale reste à renforcer.

- Un manque d'alignement ou d'intégration des politiques agricoles et industrielles, qui freine la compétitivité des entreprises.

- Trop peu de PME ont la capacité ou l'envie d'exporter, soit par manque de connaissance de cette activité, soit par manque de moyens humains et financiers, soit en raison de barrières culturelles fortes rencontrées pour leurs produits, ou encore du fait de l'incapacité de produire en quantité. Par ailleurs, le dispositif national de soutien à l'export est majoritairement peu connu.

NB : Si le secteur agroalimentaire est le premier secteur contributeur, une fois la part du vin ôtée, le secteur affiche des performances nettement moins bonnes.

- Le faible niveau de recherche (moins de 1 % du chiffre d'affaires) dans les entreprises agroalimentaires... Mais la recherche publique est importante en amont (agriculture) ainsi que chez les fournisseurs (équipementiers, ingrédientistes...).

Il serait intéressant de voir si des chiffres existent sur la répartition de la recherche tout au long de la chaîne.

- Une innovation plus risquée pour les IAA par rapport à d'autres secteurs du fait de la faiblesse des marges, des recettes qui en peuvent pas être protégées par des brevets (la protection de la propriété industrielle est inadaptée au secteur agroalimentaire s'agissant de mise au point de recettes ou formulations), de tension sur les prix...

- De l'innovation, mais souvent invisible pour le consommateur.
 - ⇒ *L'exemple a été donné sur la réduction du sel dans une soupe avec un affichage « 25 % de sel en moins » : pour le consommateur, il ne s'agit absolument pas d'une innovation puisqu'il s'agit là d'une attente nutritionnelle alors que pour obtenir un goût similaire l'innovation est réelle.*
 - ⇒ *Par ailleurs, beaucoup d'innovations se font au niveau du process ce qui est complètement invisible pour le consommateur.*
- Des marges nettes trop faibles pour attirer les investisseurs.

⇒ **Des structures de coûts complexes**

- La volatilité des prix des matières premières est aujourd'hui difficile, voir impossible, à anticiper.

- Les coûts de transport pèsent lourd dans le coût de revient des produits. Avec l'augmentation prévisible de l'énergie, la logistique deviendra de plus en plus une faiblesse pour les entreprises agroalimentaires, tant par l'éloignement des centres de consommation que par les taux de remplissage insuffisants des camions. Cette faiblesse est par ailleurs accrue par des politiques nationales sur l'écotaxe sur le transport ou la taxe carbone qui auront un impact économique fort sur les entreprises. Il y a ici un gisement important de réflexions sur ces sujets : fret SNCF, mutualisation dans le transport (cf expérimentation en cours sur le Morbihan) ou relations avec les GMS sur la fréquence de livraison.

- Des pays tiers produisent avec beaucoup moins de contraintes réglementaires et deviennent plus compétitifs sur le marché international. Cette question des contraintes réglementaires est capitale : la transposition en droit français traduit parfois par des dispositions plus contraignantes que la réglementation européenne, ce qui freine nos exportations en Europe ou favorise l'importation de produits européens sur notre territoire. Par ailleurs, la compétitivité des produits français au grand export, face à des pays de la zone BRIC, par exemple, est également en cause.

2. Enjeux

2.1 Une image positive de l'industrie agroalimentaire

Pour attirer demain des jeunes dans les entreprises mais également rétablir certains fondamentaux sur l'alimentation, il est nécessaire d'engager un travail de fond sur les messages positifs à adresser au grand public. Ce travail de communication devra se faire à plusieurs niveaux et plusieurs idées ont été, à ce stade, émis par le groupe de travail :

- ⇒ Tout d'abord, il est essentiel de renforcer les efforts de pédagogie sur le sol national auprès de différents publics, notamment pour mieux expliquer les spécificités du secteur mais également les efforts engagés par les industriels. Cette action pourrait peut-être limiter les menaces de taxe à répétition sur les produits alimentaires.
- ⇒ Sur le plan de la reconnaissance de notre savoir-faire français, il pourrait être envisagé de valoriser les entreprises étendards. Cette valorisation aurait également pour effet d'attirer les jeunes dans le secteur.

- ⇒ Pour une efficacité de diffusion des messages positifs, il est important que l'industrie agroalimentaire puisse demain, collectivement, mettre en place une communication globale et positive sur le savoir-faire, sur l'innovation, sur les salariés, en s'inspirant du modèle développé par l'artisanat ou le bâtiment.

2.2 Grandir, Innover et exporter

Sur ces trois grands items, qui sont la clé de la compétitivité de toute entreprise, plusieurs enjeux devront être relevés :

- Dans un contexte où la rotation des produits en rayon est très rapide, où le consommateur évolue continuellement, où le cadre réglementaire bouge en permanence... l'entreprise est face à des changements auxquels elle doit s'adapter de plus en plus vite. L'enjeu sera donc d'anticiper les nouvelles tendances en matière de consommation (consommation responsable, produits bios, éthiques ou durables...) et de distribution (e-commerce) tout en intégrant les nouvelles contraintes réglementaires.

- Les stratégies de différenciation (innovation, design, marketing, services associés, qualité, développement durable, diversification) seront demain encore plus capitales.

- Les entreprises agroalimentaires françaises doivent jouer un rôle dans la crise mondiale. Mais cela nécessite d'accroître la proportion d'entreprises exportatrices actuellement faible, hormis dans certains secteurs comme les vins et spiritueux.

- Le secteur devra trouver les voies et moyens de faire face à la concurrence des pays émergents tels que le Brésil, la Chine, l'Inde sur le territoire international.

- Au vu de la structuration du secteur, il sera nécessaire de construire avec les pouvoirs publics un cadre Favorisant l'émergence de nouveaux champions français.

- Beaucoup de PME ont des projets de développement souvent à moyen terme. Or, la plupart des investisseurs ont une vision plus court terme de leur retour sur investissement. Il faudrait donc une structure avec des fonds adaptés aux projets des industriels, notamment dans la simplicité des montages et la durée des engagements

- Le travail en réseau à la fois pour innover et pour répondre de manière réactive aux attentes des consommateurs, au sein d'une même branche, d'une même filière y compris avec l'aval, entre secteurs, sera demain une des clés de réussite pour se développer, notamment pour les PME.

- L'innovation devra être encouragée par des aides à l'investissement qui soient adaptées aux spécificités des entreprises agroalimentaires. De même, il faudra envisager une évolution de la propriété industrielle pour mieux protéger cette innovation.

2.3 Réduire l'insécurité juridique

Il sera essentiel d'organiser les évolutions réglementaires de façon à ce qu'elles soient lisibles et cohérentes entre elles et entre pays dans la durée, afin de permettre aux entreprises d'anticiper et d'oser investir sans avoir peur que les choix d'aujourd'hui soient remis en cause demain.

2.4 Relation tout au long de la chaîne alimentaire

A ce stade de la réflexion, les enjeux restent encore sous forme d'interrogation :

- Comment nouer de nouveaux partenariats avec la distribution et tirer profit du e-commerce? Pour beaucoup de PME, un des principaux problèmes est la minceur du portefeuille clients. Souvent, le premier client pèse 20 %, 30 % voir 40 % du chiffre d'affaires. Il est dès lors très difficile d'avoir une vraie liberté de négociation et de développement. L'enjeu, de taille, réside ainsi dans l'émergence et le développement de nouveaux distributeurs ou de nouveaux concepts de distribution.

- Comment optimiser l'efficacité des filières ?
- Comment faire face à la volatilité des prix des matières premières ?
- Comment anticiper la réforme de la PAC ?

2.5 La relation alimentation/nutrition/santé.

- Alors que le renforcement des normes et des réglementations depuis des décennies sur l'agroalimentaire n'est certainement pas étranger à l'amélioration de l'espérance de vie, l'aliment est souvent tenu pour le seul responsable de la croissance de l'obésité. Il faudra demain rétablir la juste réalité des choses si l'on veut éviter que les produits alimentaires soient assimilés à des « produits toxiques » et que la France perde sa spécificité alimentaire.

- Dans les années à venir, la politique de **Santé Publique française** va devoir faire face à un défi majeur en termes de financement.

- La branche maladie de la sécurité sociale enregistre d'ores et déjà de manière récurrente un déficit de plusieurs milliards d'euros.

- Seule une **politique de prévention active** sera à même de réduire la prévalence des maladies chroniques ou liées au vieillissement et donc de réduire les coûts d'assurance maladie de manière structurelle et pérenne.

Or, pour être efficace, une politique de prévention doit s'appuyer sur la réalité des modes de consommation alimentaire, l'analyse des carences, et le moyen de les combler.

- ⇒ **Faire évoluer les comportements** tant en termes de consommation que de mode de vie afin de réduire fortement la prévalence des pathologies liées au vieillissement et notamment des maladies chroniques
- ⇒ A terme, **réduire les dépenses d'assurance maladie** de 15%, ce qui est suffisant pour assurer le retour à l'équilibre
- ⇒ **Positionner la France comme leader** des politiques de prévention et favoriser l'émergence de **champions nationaux**

Les entreprises agroalimentaires ne sont certes pas les seules à pouvoir exercer une action sur ce dossier complexe. Mais, sur le thème de la prévention, elles ont un rôle important à jouer.

2.6 La problématique environnementale

- Pour rester compétitif demain, notamment avec les nouvelles contraintes environnementales, de nouveaux modèles, notamment logistiques, restent à inventer. et les nouveaux modèles à inventer.
- Les réglementations environnementales doivent devenir des atouts gagnants et non pas des contraintes supplémentaires ?
- La question du bio doit également être soulevée. Il est en effet important de souligner le paradoxe actuel d'une politique publique qui pousse à multiplier l'offre alimentaire sur le bio notamment dans la restauration collective, alors que la France ne peut pas assurer cette offre. Le Bio est donc aujourd'hui importé dans une grande majorité des cas.

3. Axes de travail

→ Redonner une image positive du secteur par un travail collectif:

* *Communiquer positivement sur l'alimentation auprès de tous les publics, notamment sur la qualité, la diversité et le goût des produits alimentaires.*

La France a la chance de bénéficier d'une offre diversifiée et importante. Derrière cette offre, il y a plus de 10 000 entreprises... ce que le grand public ne sait pas. Par ailleurs, ces entreprises innovent quotidiennement pour optimiser la qualité nutritionnelle de leurs produits tout en maintenant et même améliorant leur goût. Un savoir-faire est largement reconnu à l'étranger, mais malheureusement rarement en France.

* *Communiquer autour des métiers des IAA, sur le même modèle que la campagne du Bâtiment et de l'Artisanat (attractivité des métiers...).* **L'objectif derrière cette communication est au-delà d'attirer les jeunes dans le secteur agroalimentaire, d'assurer également le transfert des savoirs.**

Ce travail exigera en amont de jouer collectif sur le dossier social.

...

→ Compétitivité des entreprises :

- Rendre la ferme France compétitive.
- Prendre en compte la longueur de la chaîne alimentaire avec la complexité induite de la formation des prix, ainsi que le poids de la grande distribution
- Mieux former les patrons d'entreprises aux règles économiques et financières

→ Trouver de nouvelles pistes pour favoriser l'innovation :

* *Elargir l'assiette du Crédit d'Impôt Recherche à l'innovation.*

L'assiette du crédit d'impôt recherche doit être élargie à l'innovation de façon à tenir compte des spécificités du secteur, L'innovation, démarche évolutive et immatérielle, correspond à des dépenses qui doivent être identifiées clairement pour être financées. Il convient dès lors de faire un inventaire clair de ce qui est aujourd'hui éligible au CIR et le serait demain au CII. En simulant de façon exhaustive les conséquences qu'aurait pour le budget de l'Etat une ouverture vers l'aval. En tout état de cause, l'accompagnement par des structures de terrain

comme OSEO est indispensable à la sensibilisation des PME de l'agroalimentaire aux enjeux de l'innovation et à l'élaboration de projets innovants, en amont de la recherche de financements (privés ou publics, aides directes ou indirectes).

** Mieux protéger les innovations des entreprises (le système actuel ne permet pas de protéger les recettes).*

→ Faire du développement durable une opportunité et s'assurer avant de mettre en place des politiques publiques que les structures en place peuvent y répondre à court ou moyen termes (exemple du bio)

→ Mutualiser les ressources pour :

** Augmenter les fonds propres, investir (outils financiers)*

** Conquérir des marchés (exporter, innover, circuits de distribution)*

** Peser (face à la concurrence, aux GMS, aux pouvoirs publics...)*

→ Simplifier la réglementation et les outils publics :

** La mise en place d'un guichet unique afin de rendre plus accessible aux entreprises les dispositifs de soutien financier aux projets d'investissement et d'innovation.*

** Eviter de démultiplier les contraintes réglementaires et prendre les règlements européens comme référence.*

Dans cette optique, il serait intéressant de privilégier une approche d'auto-contrôle et de certification de façon à mieux responsabiliser les professionnels et donc à alléger les contraintes réglementaires.

Il est également capital d'éviter la multiplication des normes et référentiels, qui ont un impact grandissant sur les coûts des entreprises. Une reconnaissance mutuelle doit être instaurée.

** Eviter la sur-qualité en corrélant la réglementation au niveau de risque*

Partie II : Plan d'Action

Les priorités qui sont listées ici répondent au contexte des Etats Généraux de l'industrie et sont donc toutes axées sur l'amélioration de la compétitivité des entreprises agroalimentaires.

Les membres de ce groupe de travail ont décidé de ne lister que les actions spécifiques au secteur ici étudié, de façon à ne pas faire redondance avec celles qui, au moment de la rédaction de ce rapport, semblent se profiler. A ce stade de la réflexion, le groupe ad hoc « agroalimentaire » partage la plupart des actions qui ont été dévoilées lors du Comité National des Etats Généraux, le 12 janvier 2009.

Les membres du groupe ont également décidé de détailler ci-dessous toutes les actions qui ont été discutées et qui ont fait l'objet d'un consensus. Les 4 premières sont celles qui, pour la majorité des membres du groupe, sont prioritaires.

Par ailleurs, en dehors du cadre des Etats Généraux de l'Industrie, le groupe de travail émet le souhait que **les axes de ce rapport puissent en particulier alimenter et orienter le Grand Conseil des IAA qui doit se mettre en place début février. Une concertation interministérielle forte de façon à élaborer une politique de l'alimentation cohérente et partagée est d'ailleurs une des priorités de ce groupe.**

Les 4 priorités du groupe :

- Redonner une image positive de l'industrie agroalimentaire notamment en insistant sur le volet des bienfaits de l'alimentation.
- Promouvoir et protéger l'innovation, levier essentiel de la compétitivité des entreprises.
- Renforcer l'interministérialité pour plus de cohérence des politiques publiques et pour réduire l'insécurité juridique.
- Mieux comprendre les évolutions du comportement des consommateurs pour anticiper les marchés.

Toutes les actions sont détaillées ci-après.

Les 4 actions prioritaires pour l'industrie agroalimentaire

Thèmes	Enjeux	Actions envisagées
<p>Première priorité</p> <p><i>Redonner une image positive de l'industrie agroalimentaire</i></p>	<p>Pour inverser la tendance actuelle et passer du « Manger tue » à « l'Alimentation, c'est la vie », le travail le plus urgent est celui de la communication. L'objectif ? Rétablir certaines réalités qui, à force de messages négatifs de diverses parties prenantes, finissent par fortement entacher l'image et donc la compétitivité des entreprises agroalimentaires sur différents points :</p> <p>→ Le consommateur est perdu, sans repères sur ce qu'il peut manger. Pire, certaines campagnes et certains « détracteurs » ont aujourd'hui réussi à faire culpabiliser le consommateur vis-à-vis de son alimentation. Résultat : il n'est pas rare de voir les produits alimentaires comparés à des produits toxiques... Or, les efforts des industriels, tant sur la multiplicité de l'offre que sur la sécurité sanitaire et nutritionnelle des aliments n'est certainement pas étrangère à l'allongement de l'espérance de vie.</p> <p>→ Cet état de fait a également fini par alimenter la peur du consommateur sur toutes les nouvelles technologies qui aujourd'hui sont condamnées avant même d'être utilisées.</p> <p>→ les jeunes ont, au pire, une mauvaise image du secteur agroalimentaire et au mieux aucune image. Une campagne sur l'alimentation ne peut qu'améliorer cette mauvaise « perception ».</p>	<p>Redonner une image positive peut passer par plusieurs moyens :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Plus de pédagogie auprès de tous les publics ⇒ Veille sur les perturbateurs qui communiquent négativement sur les produits alimentaires au point de les mettre sur le même plan que les drogues par exemple. Leur communication positive ne vise en général que les produits biologiques. ⇒ Communiquer positivement sur le secteur de façon générique. <p>Pour cela, il faut au préalable, chiffrer le budget nécessaire.</p> <p>Actions concrètes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place des indicateurs qui permettent de mesurer l'impact du bruit de fond négatif sur la santé du consommateur. • Campagne de communication générique sur les bienfaits de l'alimentation et la richesse de l'offre et le modèle alimentaire français. A ce titre, il pourrait être rappelé que les mesures <u>d'auto régulation devraient être plus largement encouragées et reconnues par le gouvernement.</u> Les Chartes d'Engagement par exemple sont encore très largement sous médiatisées par les Ministères de l'Alimentation et de la Santé. • Reprendre le concept de la « Cité de l'Alimentation » et notamment d'un lieu grand public qui permettrait de faire de la pédagogie. Cette cité pourrait également devenir un centre ludo-éducatif à destination des jeunes et du grand public sur les bienfaits de l'alimentation et le patrimoine français.

<p>Deuxième priorité</p> <p><i>Recherche et Innovation</i></p>	<p>Promouvoir et protéger l'innovation, levier de compétitivité des entreprises.</p> <p>Il est notamment important de faire évoluer les modèles de protection de l'innovation et des savoir-faire dans l'agroalimentaire. Les recettes sont aujourd'hui non protégeables et donc très facilement copiables.</p> <p>L'entreprise qui met en place une nouvelle recette ou autre innovation difficile à protéger sous le système actuel, devrait pourtant pouvoir bénéficier de son investissement.</p> <p>Il en est de même pour les allégations santé. Les données aujourd'hui qui sont fournies par l'industriel n'en sont pourtant pas sa propriété.</p> <p>Ce contexte actuel n'incite pas les entreprises agroalimentaires à innover.</p>	<p>3 actions sont envisagées :</p> <p>⇒ Elargir l'assiette du crédit d'impôt-recherche à l'innovation (ou créer un crédit d'impôt innovation) tout en simplifiant les démarches.</p> <p>Redéfinir avec les Administrations compétentes ce qu'est l'innovation, adaptée à notre métier. Une innovation doit pouvoir concerner aussi bien une recette, un emballage, une étude toxicologique, un prototypage, un process (c'est-à-dire créer un nouveau bénéfice non perçu par le consommateur, mais qui aura pourtant un effet positif sur la société au sens large du terme : par exemple impact sur la sécurité alimentaire, sur le coût environnemental, social, etc.)..</p> <p>⇒ Adapter le système européen de propriété industrielle au monde agroalimentaire qui ne peut pas protéger ses recettes qui sont, du coup, facilement copiées.</p> <p>Un diagnostic est nécessaire pour étudier la faisabilité du dossier et les champs d'investigation possibles.</p> <p>⇒ Renforcer les liens et les partenariats entre la recherche publique et la recherche privée en mutualisant les ressources.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Par exemple, il serait intéressant de rapprocher les pôles de compétitivité des UMT et des RMT qui ont déjà permis de rapprocher les centres de recherche tels que l'INRA des centres techniques, des universités... Concernant les pôles de compétitivité, il serait intéressant d'étudier quel serait le modèle le plus compétitif dans le secteur agroalimentaire. Est-ce le pôle filière ou le pôle à vocation transversale ? • Mutualiser les ressources pour la mise en place de cohortes. • La plateforme de recherche Food For Life France devrait également être amplifiée puisqu'elle regroupe tous les acteurs de la recherche dont l'INRA. Cette plateforme permet ainsi de discuter avec les équipes de recherche publiques et donc, à termes, de mieux
---	--	---

		coordonner la recherche française agroalimentaire.
Troisième priorité Compétitivité de la filière	<i>Renforcer la coordination interministérielle</i>	<p>Cette demande d'interministérialité forte ne fait que légitimer la mise en place du Grand Conseil des IAA, sur le modèle qui a été suivi par les entreprises du médicament.</p> <p>Cette instance devra permettre d'apporter plus de cohérence aux politiques publiques menées aujourd'hui, notamment sur l'enjeu alimentation/santé. Cet outil devrait pouvoir limiter l'insécurité juridique actuelle et prendre des décisions en cohérence avec l'Union européenne et également le niveau international (éviter par exemple d'imposer des contraintes telles qu'économiquement elles affaiblissent les entreprises par rapport au niveau international).</p> <p>Elle devra également, dans un objectif de renforcement de la compétitivité des entreprises agroalimentaires, limiter la multiplication des référentiels.</p>
Quatrième priorité	<i>Mieux comprendre les évolutions du comportement des consommateurs pour anticiper les marchés de demain et mieux répondre aux attentes.</i>	<p>Mettre en place un observatoire transdisciplinaire des comportements alimentaires (ou renforcer certains observatoires existant) qui permettrait entre autres :</p> <ul style="list-style-type: none"> → de comprendre et d'anticiper les évolutions de marchés. → de comprendre et de mesurer l'impact de certaines politiques publiques sur l'évolution du comportement du consommateur mais également sur la santé des entreprises. → d'établir des recommandations sur l'ensemble des composantes de l'alimentation qui tiennent compte des contraintes budgétaires des Français. → de mesurer en termes de santé (maladies évitables, mortalité évitable) le déficit entre la situation réelle et une situation de meilleur équilibre alimentaire atteignable dans les mêmes contraintes budgétaires, et en modulant toutes les composantes d'un meilleur équilibre. <p>Il est également important de comprendre si les évolutions du marché sur ces dernières années entre marques nationales, MDD et premiers prix aura un impact durable sur le secteur et surtout si cette tendance va perdurer dans les choix du consommateur.</p>

Les autres actions

Compétitivité de la filière	Mutualiser les ressources pour plus d'efficacité économique et parfois même environnementale.	→ Mutualisation logistique, mutualisation à l'export, mais aussi sur le volet innovation : « chasser en meute ».
	Construire une « ferme France » compétitive	→ Soutenir la modernisation de l'agriculture, nécessaire pour assurer la compétitivité des industriels. → Favoriser la mise en place d'exploitations agricoles compétitives, encourager l'accroissement des surfaces, du cheptel.
	Limitier la perte de compétitivité des IAA en rétablissant des relations commerciales équilibrées avec la Grande Distribution (7 enseignes contre 10 500 entreprises) ou en créant de nouveaux modèles de distribution.	Poursuivre l'action de la CEPC, tout en intensifiant les contrôles sur les pratiques abusives. Utiliser la CEPC pour étudier les actions communes à mener dans l'amélioration de ces relations commerciales et prendre les mesures en conséquence.
	Rendre les IAA plus attractives auprès des investisseurs	→ Possibilité de créer un fonds alimentaire qui pourrait être abondé par les principales IAA et par le Fonds Stratégique d'Investissement (FSI) sur le même modèle que l'automobile. → Faciliter la transmission d'entreprises notamment par le biais d'outils financiers. → Favoriser le rapprochement de PME pour atteindre la taille critique.
	Motiver le développement des PME à l'international	Aider les PME au recrutement et à la formation de cadre commercial export : pourquoi ne pas créer un module export dans les écoles d'ingénieur agroalimentaire ?

<p>Alimentation durable</p>	<p>L'alimentation doit pouvoir demain répondre à un triple objectif :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Une alimentation sûre et de qualité ⇒ Une alimentation qui puisse répondre aux préoccupations de la santé des consommateurs ⇒ Une alimentation qui soit respectueuse de l'environnement 	<p>→ Mettre en place une politique de l'Alimentation qui soit concertée entre pouvoirs publics et acteurs économiques (voir le chapitre 'interministérialité').</p> <p>→ Eviter la multiplication des normes et référentiels qui réduirait la compétitivité internationale de nos entreprises par distorsion de concurrence</p> <p>→ Il faut donner aux entreprises une visibilité sur l'évolution des comportements, des scénarios environnementaux et de la réglementation, notamment sur 4 grands points :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise de l'énergie et réduction des émissions de CO2, • Eco-conception des emballages, • Optimisation de la consommation d'eau, prévention et traitement des rejets et des déchets, • Froid. <p>Il pourrait également être envisagé la création d'un fonds vert qui serait alimenté par la taxe carbone.</p>
<p>Emploi et formation</p>	<p>L'enjeu est bien entendu de rendre le secteur plus attractif et de développer sa compétitivité. Il s'agit également d'assurer une cohérence entre les initiatives existantes (charte emploi, l'observatoire des métiers et des qualifications, le programme sur l'attractivité des métiers, l'adaptation de l'enseignement agricole aux attentes des IAA...) et de développer un cadre social cohérent.</p>	<p>Politique de l'emploi : mise en œuvre de la Charte, GPEC, diversité (emplois en faveur des jeunes, recrutement et gestion des seniors, des salariés handicapés, égalité professionnelle femmes-hommes....), santé et sécurité au travail...</p> <p>Politique de formation : mise en œuvre d'une politique de formation répondant aux objectifs fixés par la profession, favoriser l'émergence d'un OPCA de référence de la transformation agroalimentaire. Par ailleurs, dans la formation, il serait bon d'envisager une formation également des patrons de PME.</p>

ANNEXE : Composition du Groupe de Travail Agroalimentaire

Président du groupe de travail :

Jean-René Buisson, Président de l'ANIA

Rapporteurs :

Virginie Guérin, Responsable des Affaires Economiques, ANIA

Philippe Velilla, DGCIS, Service Industrie

Personnes contactées pour faire partie du groupe de travail :

Dominique	Amirault , Soléou
Christophe	Bonduelle , groupe Bonduelle
Jean-Bernard	Bonduelle , groupe Bonduelle
Hervé	Barette , groupe JACQUET
Jennifer	Bastard , CGPME
Yves	Bayon de Noyer , Agis
Camille	Beurdeley , FIEEC
Gérard	Boivin , groupe BEL
Xavier	Bonnarme , Foulon-Sopagly
Henri	Catz , CFDT
Rolland	Cariou , CCI Bretagne
François	Champanhet , DGPAAT/SDOE
Catherine	Chapalain , Ania
Kader	Chigri , CGT
Stanislas	de Gramont , Danone France
Myriam	Decoeur-Michel , Navsa
Maurice	Farine , Confiserie du Roy Rene
Jérôme	François , Neslé
Hubert	François , Nutrixo
Cindy	Gaucher , MAAP-DGPAAT-BIA
Thomas	Gauthier-Lafaye , Orangina Schweppes
Jean-Philippe	Girard , Eurogerm
Eric	Giry , DGPAAT – MAAP
Albert	Hayem , DIIAA
William	Jaquillard , CGT

Michel	Kerling, FO
Michel	Larroche, Montblanc/Materne
Matthieu	Lambeaux, Findus
Hervé	Lelous, Juva Santé
Jean-François	Le Tallec, CRCI Bretagne
Agnès	Lepinay, Medef
Sylvain	Mahe, Ministère de la recherche
Jean-Louis	Medioni, Orangina Schweppes
Mohamed	Oussedik, CGT
Jean-Philippe	Pare, Lu
Brigitte	Prévost, CFDT
Vincent	Prolongeau, Pepsico France
Alain	Reuge, CFDT
Jean-Claude	Ricomard, Tanneries Roux
Catherine	Rogy, DGPAAT – MAAP
Philippe	Rouault, Délégué interministériel aux industries agroalimentaires
Charles-Edouard	Saman, Elior
David	Senet, DGPAAT – MAAP
Philippe	Sommer, Cci Bretagne
Paul	Skrochowski , CFE-CGC
Jacques	Suart, Elior
Joseph	Thouvenel, CFTC
Frédéric	Thys, Brossard
Patrick	Vincent, ACFCI
Robert	Volut, FICT
Ariane	Voyatzakis, Oseo