



**Feuille de route internationale**  
**Avenant au**  
**contrat stratégique de la filière**  
**agroalimentaire**  
**2022/2023**

**Février 2022**



## Sommaire

---

### Table des matières

<b>PREAMBULE</b> .....	<b>4</b>
<b>I. Contexte et enjeux pour l'export des industries agroalimentaires</b> .....	<b>5</b>
1. Articulation avec les plans et outils publics déployés pour le développement des exportations agricoles et agroalimentaires .....	5
2. Contexte de la filière agroalimentaire à l'international .....	6
a. Les IAA sont la 3 <sup>ème</sup> industrie française à l'export.....	6
b. Une présence à l'export à renforcer pour une industrie composée à 98 % de TPE et PME .....	7
<b>II. Une feuille de route internationale de la filière structurée autour de 3 priorités pour 2022-2023</b> .....	<b>9</b>
Axe 1 : Renforcer la présence à l'export des TPE/PME et ETI, en lien avec les territoires.....	9
Action 1.1 : Contribuer à déployer un volet agroalimentaire de la Team France Export .....	10
Action 1.2 : Valoriser les VIE auprès des entreprises .....	10
Action 1.3 : Evaluer et promouvoir l'utilisation des dispositifs de financement export.....	11
Axe 2 : Améliorer les conditions d'accès aux marchés étrangers pour nos entreprises .....	11
Action 2.1 : Promouvoir les opportunités d'accès aux marchés ressortant des accords de libre-échange dont l'accord conclu entre l'UE et le Royaume-Uni.....	11
Action 2.2 : Renforcer l'accès aux informations sur les marchés prioritaires identifiés au sein de la Commission internationale de FranceAgriMer .....	12
Action 2.3 : Développer les synergies entre entreprises agroalimentaires exportatrices et accompagner le développement de l'exportation collaborative .....	13
Axe 3 : Renforcer la visibilité de l'offre agroalimentaire française à l'international.....	13
Action 3.1 : Assurer la visibilité de l'offre agroalimentaire française lors du SIAL 2022.....	14
Action 3.2 : Renforcer la présence des entreprises françaises sur les pavillons France et l'animation des salons à l'international.....	14

<b>ANNEXES</b> .....	<b>16</b>
<i>Annexe 1 : Nombre d'IAA accompagnées par le réseau CAI en région (données 2020)</i> .....	16
<i>Annexe 2 : Répartition par région des entreprises distinctes servies par les CI (données 2020)</i> .....	16
<i>Annexe 3 : Top 5 des secteurs représentés par les entreprises accompagnées par les CI (données 2020)</i> .....	17
<i>Annexe 4 : répartition des VIE en poste dans la filière des IAA par zone géographique (données 2021)</i> .....	17
<i>Annexe 5 : Répartition des VIE en poste dans la filière des IAA par secteur d'activité (données 2021)</i> .....	18
<i>Annexe 6 : Définition de la nouvelle marque « Taste France »</i> .....	18

## PREAMBULE

---

La crise sanitaire et le nouveau contexte économique obligent les exportateurs français à réviser en partie leur stratégie export à moyen terme. D'une part, les restrictions de déplacement et de rassemblement contraignent depuis deux ans leurs relations commerciales à l'international et exigent un accompagnement renouvelé par les acteurs du CSFA. Ainsi, les outils d'accompagnement digitaux sont de mise et certains doivent être pérennisés. D'autre part, des événements géopolitiques tels que le Brexit, ou les tensions pouvant apparaître envers les marques françaises sont à prendre en compte dans les actions de soutien à mener.

Dans un contexte de marché domestique contraint, les industries agroalimentaires ont besoin d'une vision de long terme sur les perspectives à l'export qui leur offrent un moyen de pérenniser leur activité. L'impact causé par la crise sanitaire liée à la Covid-19 sur l'économie mondiale a également entravé de manière conjoncturelle nos exportations. Ce nouveau contexte affectant directement les relations commerciales des entreprises françaises à l'international est pris en compte dans l'actualisation de la feuille de route internationale à horizon 2023. En effet, il est impératif de définir certaines actions de cette feuille de route au regard des restrictions liées à cette crise et d'y intégrer pleinement le plan de relance à l'export déployé par le Gouvernement.

L'ambition de cette feuille de route internationale est donc de définir et mettre en œuvre une stratégie pour la filière agroalimentaire française à l'export, afin d'aider les entreprises à saisir pleinement les opportunités qui leur sont offertes à l'international. Une attention particulière est portée à l'identification et à l'accompagnement renforcé de celles présentant un potentiel de développement important à l'export, quelle que soit leur taille. A cet égard, les événements en présentiel envisagés dans cette feuille de route internationale pour atteindre ces objectifs pourront être déclinés en version digitale en fonction de l'évolution du contexte sanitaire international.

## I. Contexte et enjeux pour l'export des industries agroalimentaires

### 1. Articulation avec les plans et outils publics déployés pour le développement des exportations agricoles et agroalimentaires

Les Etats généraux de l'alimentation (EGA) ont instauré une dynamique positive avec une volonté de faire travailler ensemble Etat, régions, interprofessions et entreprises dans le cadre d'une stratégie commune. Ils ont notamment permis l'élaboration par le Gouvernement du Plan stratégique 2018-2022 pour le développement des exportations et l'internationalisation des filières agricoles, agroalimentaires, forêt-bois et des produits biosourcés. Celui-ci repose sur trois initiatives prioritaires :

- Accompagner les entreprises dans la durée ;
- Ouvrir de nouveaux marchés tout en maintenant l'accès aux marchés existants ;
- Promouvoir les produits français.

Il s'intègre pleinement dans la stratégie du Gouvernement en matière de commerce extérieur. Afin d'accroître la compétitivité des entreprises françaises à l'international, le Premier ministre a souhaité la mise en place d'un dispositif unifié en région et à l'étranger, à disposition des entreprises. Ainsi, dans chaque région, un guichet unique « Team France Export » rassemble Business France, les chambres de commerce et d'industrie (CCI) et Bpifrance sous l'égide des Conseils régionaux. De plus, dans le prolongement des EGA, la Commission agricole et agroalimentaire internationale a été créée et son animation confiée à FranceAgriMer. Cette commission réunit l'ensemble des parties prenantes à l'export pour, entre autres, élaborer la feuille de route des groupes de travail thématiques. Cette commission est présidée par le fédérateur à l'export agroalimentaire, nommé par le ministre chargé des affaires étrangères.

Enfin, le 22 octobre 2020, le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation a présenté les mesures phares du Plan de relance du commerce agroalimentaire français à l'international, qui fait suite au plan « France Relance » dévoilé le 3 septembre 2020 par le Premier Ministre. Ce plan de relance à l'export s'articule autour de trois axes stratégiques :

1. Sécuriser les dispositifs d'exportation (logistique, certification sanitaire, assurance-crédit export) pour consolider les flux commerciaux à l'international ;
2. Structurer une offre adaptée à la demande des clients et partenaires à l'international pour consolider ou reconquérir les marchés traditionnels et saisir de nouvelles opportunités ;
3. Promouvoir l'offre française à l'international sur les marchés en s'appuyant sur la nouvelle marque « Taste France » et en renforçant considérablement pendant cette période de crise l'accompagnement des entreprises à l'international.

Par son ambition, la feuille de route internationale du Contrat stratégique de la filière agroalimentaire se présente comme un catalyseur qui renforce la vision des actions pilotées par les professionnels au sein des différents dispositifs en cours de déploiement.



## 2. Contexte de la filière agroalimentaire à l'international

### a. Les IAA sont la 3<sup>ème</sup> industrie française à l'export

Depuis les années 2000, bien que les exportations françaises augmentent en valeur, la France perd des parts de marché, notamment vis-à-vis des principaux pays de l'UE (Allemagne, Pays-Bas, Pologne et Espagne). Ainsi, la part de marché de l'industrie alimentaire française, hors vins et spiritueux, est passée de 8% en 2000 à 4,6% en 2020. En valeur, la part des exportations agricoles et alimentaires françaises dans les exportations totales de la zone euro s'est réduite de 6 points depuis le début des années 2000, passant de 22 % en 2001 à 16 % en 2019<sup>1</sup>.

En 2020, la France était au 8<sup>ème</sup> rang des exportateurs de produits agricoles bruts (derrière les Etats-Unis, le Brésil, les Pays-Bas, la Chine, l'Espagne, le Canada et l'Inde) et au 4<sup>ème</sup> rang des exportations des produits de l'industrie agroalimentaire (boissons incluses), derrière les Etats-Unis, l'Allemagne et les Pays-Bas<sup>2</sup>. Tous produits alimentaires confondus (transformés et non transformés), elle est en 6<sup>ème</sup> position (derrière l'Union européenne, les Pays-Bas, l'Allemagne, le Brésil et la Chine).

- En 2020, les exportations françaises de produits agricoles et alimentaires se sont élevées à 61,9 Md€, en repli de -3,4 % par rapport à 2019, en baisse de -2,2 % sur un an vers l'UE 27 post-Brexit (33,1 Md€) et de -4,6 % vers les pays tiers, Royaume-Uni inclus (28,8 Md€). Plus précisément : les exportations de produits agricoles s'élevaient, en 2020, à 15,4 Md€, en baisse de -0,6 % par rapport à 2019 ;
- En 2021, les exportations de produits transformés des industries agroalimentaires se sont élevées à 53,4 Md€, en hausse de 14,6 % par rapport à 2020 (après une baisse de -4,6 % en 2020 par rapport à 2019). Les importations ont représenté 46,2 Md€, en hausse de 10,3 % par rapport à 2020 (après une baisse de -2,4 % en 2020 par rapport à 2019). Il en résulte un excédent commercial de 7,2 Md€ en 2021, en incluant les boissons<sup>3</sup> ;
- Deux postes pèsent pour près de 50% dans les exportations françaises de produits des industries agroalimentaires en 2021 : les boissons (34,6% des exportations) et les produits laitiers (13,6%) ;
- Sur les neuf premiers mois de l'année 2021, l'excédent de la balance commerciale française de produits agricoles et agroalimentaires s'est élevé à 4,9 Md€, en forte progression par rapport à 2020 (+35,6 %), sans toutefois retrouver son niveau de l'année 2019 sur la même période, où il s'élevait à 5,4 Md€.

Avec un solde commercial positif de +7,2 Md€ en 2021, l'industrie agroalimentaire se situe en 3<sup>ème</sup> position après l'aéronautique (+19,7 Md€) et les parfums et cosmétiques (+13,0 Md€)<sup>4</sup>. Sans les vins et

<sup>1</sup> Laurent Duplomb, mai 2019 : Rapport d'information du Sénat n° 528 / Vincent Chatellier, INRA SMART LERECO – juillet 2019.

<sup>2</sup> Où exporter en 2022 – Business France.

<sup>3</sup> Le chiffre du commerce extérieur – Analyse annuelle 2021 (8 février 2022) <http://lekiosque.finances.gouv.fr/>.

<sup>4</sup> Ibid.

spiritueux, qui ont réalisé un excédent commercial de +14,6 Md€ en 2021<sup>5</sup>, la balance commerciale des industries agroalimentaires est déficitaire.

Globalement, les exportations agricoles et agroalimentaires ont mieux résisté à la crise de la Covid-19 que les autres secteurs industriels. Le secteur des boissons est celui qui a connu la plus grande baisse des ventes à l'étranger (-12,2 %). Les États-Unis contribuent pour le tiers de cette baisse, en lien avec le recul des ventes de cognac et de champagne, et dans une moindre mesure des ventes de vins affectés par un droit de douane de 25 % depuis octobre 2019.

**b. Une présence à l'export à renforcer pour une industrie composée à 98 % de TPE et PME**

9 300 entreprises, soit 24 % de l'ensemble des entreprises de l'industrie et du commerce de gros de produits agricoles et alimentaires, déclarent un chiffre d'affaires à l'exportation pour un montant de 74 Md€. Les IAA contribuent davantage aux exportations que le commerce de gros de produits agricoles et alimentaires (47 Md€ contre 27 Md€). Bien qu'ETI et grandes entreprises (GE) représentent environ 5 % des entreprises de l'IAA, elles réalisent 80 % des exportations (cf. tableau ci-après).

Type d'entreprise	Part dans les entreprises exportatrices	Part dans le total des exportations	Taux d'exportation moyen
GE	0,3 %	41 %	28 %
ETI	5 %	40 %	23 %
PME	37 %	17 %	22 %
Microentreprises	57,7 %	2 %	27 %

Le taux d'exportation moyen des IAA est de 26 %. Il est de 23 % dans le commerce de gros de produits agroalimentaires.

Un renforcement du tissu d'entreprises exportatrices est à réaliser en accompagnant les entreprises, notamment les TPE-PME<sup>6</sup>. En particulier, les entreprises présentes sporadiquement à l'export, pour des montants encore à accroître (moins de 100k€), sont celles qui offrent le potentiel de croissance le plus important pour assurer le développement à l'export des IAA françaises. Ce sont ces TPE/PME qui doivent être approchées prioritairement afin de conforter et pérenniser leur présence à l'international.

L'enquête réalisée en 2019 par l'ANIA sur la compétitivité de la filière a permis d'identifier les freins suivants dans le développement des entreprises à l'international :

- Un manque de moyens humains, et notamment de commerciaux pour assurer la prospection et les premiers contacts clients ;

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Annexe 1.

- Un manque de capacités d'investissement et un alourdissement de la fiscalité ;
- Un manque d'informations, que ce soit en matière de réglementation ou d'identification des marchés à cibler.

Enfin, les entreprises de la filière agroalimentaire ont également des difficultés à accéder aux marchés étrangers, notamment en raison de la complexité des procédures administratives et des coûts élevés de distribution internationale. Ces défis sont particulièrement ressentis par les PME et les TPE, qui ont souvent des ressources limitées pour faire face à ces obstacles.

Le manque de capacités d'investissement et l'alourdissement de la fiscalité constituent des freins majeurs à l'internationalisation des entreprises agroalimentaires. Ces difficultés sont particulièrement ressenties par les PME et les TPE, qui ont souvent des ressources limitées pour faire face à ces obstacles. Le manque d'informations, que ce soit en matière de réglementation ou d'identification des marchés à cibler, constitue également un défi majeur pour ces entreprises.

Indicateur	2021	2022	2023
Part des exportations agroalimentaires	12,5%	13,2%	14,1%
Part des importations agroalimentaires	15,8%	16,5%	17,3%
Part des investissements directs étrangers	8,7%	9,2%	9,8%
Part des dépenses en R&D	3,2%	3,5%	3,8%

Le taux d'exportation agroalimentaire est de 12,5% en 2021, de 13,2% en 2022 et de 14,1% en 2023. Le taux d'importation agroalimentaire est de 15,8% en 2021, de 16,5% en 2022 et de 17,3% en 2023.

Le renforcement du tissu d'entreprises agroalimentaires est essentiel pour améliorer la compétitivité internationale de la filière. Les entreprises agroalimentaires doivent être encouragées à investir dans la recherche et le développement, à améliorer leurs processus de production et à développer de nouveaux produits. Les pouvoirs publics doivent également jouer un rôle actif en favorisant l'accès aux marchés étrangers et en soutenant les entreprises agroalimentaires dans leur développement international.

L'objectif est de passer de 12,5% à 14,1% de part des exportations agroalimentaires d'ici 2023.

Un manque de moyens humains et techniques pour assurer la prospection et les premiers contacts clients.



## II. Une feuille de route internationale de la filière structurée autour de 3 priorités pour 2022-2023

### Axe 1 : Renforcer la présence à l'export des TPE/PME et ETI, en lien avec les territoires

**Contexte :** Une importante réforme du dispositif public d'appui à l'export a été mise en œuvre depuis le 23 février 2018 sous l'impulsion du Premier ministre. Réunis sous la bannière commune **Team France Export**, les Régions, les services de l'Etat, Business France, les CCI et Bpifrance<sup>7</sup> mènent une action ambitieuse au service de l'internationalisation des entreprises françaises. L'objectif commun est de proposer aux PME et ETI un dispositif lisible, efficace et adapté, depuis les Régions françaises, dans lesquelles sont constitués des « guichets uniques de l'export », jusqu'aux marchés étrangers, où un « correspondant unique Team France Export » oriente les PME vers les solutions répondant à leurs besoins. Suite à cette réforme, une plateforme de solutions multisectorielle<sup>8</sup> a été mise en ligne et est animée par Business France. Elle héberge le dispositif "Mes Infos Marchés"<sup>9</sup> lancé en février 2021 dans le cadre du Plan France Relance Export qui donne accès à de l'information gratuite dans trois secteurs agroalimentaires (vins et spiritueux, produits alimentaires, équipements agricoles et agroalimentaires) subdivisés en neuf sous-secteurs. Elle procure également de l'information sur une quarantaine de pays prioritaires et challengers. Pour appuyer cet accompagnement, 65 conseillers internationaux spécialisés dans l'agroalimentaire ont été formés au sein des CCI.

**Projections :** Sachant que **92% du chiffre d'affaires export des industries agroalimentaires est réalisé par les ETI et grandes entreprises** (source Panorama des IAA 2022), **il est important d'augmenter la contribution des PME**. Pour **accroître cette part de 2 points**, le nombre d'entreprises exportatrices entrantes doit progresser régulièrement ces prochaines années (à noter 30 000 entreprises exportatrices entrantes en 2020 d'après les données du commerce extérieur<sup>10</sup>).

#### Notre ambition :

**Accompagner à l'export une promotion d'entreprises alimentaires entrantes, dans le but de renforcer et pérenniser leur présence à l'international. Le SIAL 2022 sera le rendez-vous incontournable pour valoriser et diffuser les résultats de cet accompagnement.**

Pour assurer le suivi de cet accompagnement et déployer l'ensemble des outils existants, le Bureau international du Comité stratégique de filière alimentaire (CSFA) réunira des représentants d'entreprises ainsi que Business France et Bpifrance. Les ministères en charge de l'économie, de l'agriculture et des affaires étrangères seront également invités à ces échanges.

<sup>7</sup> Source : site de la Team France Export (<https://www.teamfrance-export.fr/gui-sommes-nous>).

<sup>8</sup> <https://www.teamfrance-export.fr/>.

<sup>9</sup> <https://www.teamfrance-export.fr/mes-infos-marches>.

<sup>10</sup> [https://lekiosque.finances.gouv.fr/fichiers/etudes/thematiques/A2020\\_operateurs.pdf](https://lekiosque.finances.gouv.fr/fichiers/etudes/thematiques/A2020_operateurs.pdf).

**Action 1.1 : Contribuer à déployer un volet agroalimentaire de la Team France Export**

**Constat :** L'objectif de la Team France Export étant d'accompagner d'ici 2023 plus de 4 000 entreprises agroalimentaires, présentant le plus de potentiel à l'export, il est nécessaire de bien identifier les entreprises visées et accompagnées, d'assurer leur suivi, ainsi que d'évaluer les résultats obtenus.

En parallèle, il s'agira d'organiser avec la Team France Export des journées d'information dans les régions à destination des entreprises agroalimentaires pour promouvoir l'export, avec des partages d'expériences, la présentation de la plateforme de solutions et de l'écosystème export régional. Le Club export ANIA-LCA-Business France prévoit dans ce sens des réunions en régions pour contribuer à cette dynamique territoriale.

**Livrable :** Organiser des rencontres dans les territoires avec la Team France Export et l'ensemble des écosystèmes agroalimentaires régionaux.

**Calendrier :** Inscrire ces rencontres dans le cadre du tour de France prévu par Business France dès que la situation sanitaire le permettra (dès 2022).

Exemple : une réunion du Club des exportateurs ANIA-LCA-Business France est prévue en région Occitanie le 9 juin 2022. Par ailleurs des restitutions d'études cofinancées par Business France et le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation sont organisées en régions (essentiellement en format webinaire actuellement vu le contexte sanitaire) et des Journées Export Agro seront également organisées en 2022 en format digital.

**Porteurs de projet :** CSFA, ANIA, Team France Export, La Coopération Agricole

**Indicateurs de suivi :**

- « TOP 100 » des entreprises exportatrices par région (sur la base des entreprises réalisant au moins 100 000 euros de chiffre d'affaires export)
- Nombre d'entreprises agroalimentaires participantes aux webinaires et journées d'informations Export
- Nombre de téléchargements des études cofinancées dans le cadre de la CSP du ministère de l'Agriculture
- Journées export agro du 4 au 8 avril 2022 : restitutions d'études et webinaires : nombre d'entreprises connectées
- Suivi annuel du nombre d'entreprises agroalimentaires suivies par la Team France Export par région, en séparant boissons alcoolisées et produits agroalimentaires

**Action 1.2 : Valoriser les VIE auprès des entreprises**

**Constat :** Fin 2021, sur plus de 7 210 VIE en poste dans les entreprises, 745 étaient en poste dans le secteur agroalimentaire, contre 1 148 en 2018. Cette forte baisse s'explique par l'impact de la crise sanitaire qui a freiné les départs (notamment à cause de la fermeture des frontières).

**Livrable :** Déploiement des VIE.

**Objectif :** 100 nouveaux VIE par an dans les PME/ETI de l'agroalimentaire<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Cet objectif pourra être révisé en fonction de l'ouverture des pays d'affectation.

Calendrier : fin 2022

Porteurs de projet : CSFA, ANIA, La Coopération Agricole, Business France, Bpifrance, Fédérations

Indicateurs de suivi (annuel) :

- Cartographie des VIE en poste dans la filière IAA
- Nombre de chèques VIE utilisés dans la filière

### ***Action 1.3 : Evaluer et promouvoir l'utilisation des dispositifs de financement export***

Constat : Les entreprises agroalimentaires sont aujourd'hui peu représentées parmi les utilisateurs des dispositifs de financement export (notamment assurance prospection, crédit export et prêt croissance international) moyen-long-terme. La plupart des produits Bpifrance Assurance Export couvrent en effet des projets d'une durée supérieure à deux ans, ce qui peut sembler moins adapté à des denrées périssables. Pour autant, le dispositif Cap Francexport de soutien public à l'assurance-crédit privée court-terme a permis de soutenir tout spécialement les exportations dans le secteur agro-alimentaire : sur plus de 12 000 agréments délivrés à fin 2021, environ le quart a bénéficié au secteur agro-alimentaire. Un travail supplémentaire pourrait être mené sur l'assurance-prospection, qui peut permettre aux entreprises du secteur d'élargir l'univers des marchés étrangers auxquels elles s'adressent.

Livrables : Diagnostic de l'utilisation de l'assurance prospection par les entreprises agroalimentaires puis accroissement du recours à ce produit.

Calendrier : 2022

Porteurs de projet : CSFA, Bpifrance, services de l'Etat (DG Trésor)

Indicateurs de suivi :

- Evolution du recours au dispositif de l'assurance prospection

## ***Axe 2 : Améliorer les conditions d'accès aux marchés étrangers pour nos entreprises***

Contexte : La Commission internationale de FranceAgriMer, lancée en octobre 2018, a permis d'identifier, en 2019, 4 pays cibles prioritaires pour le développement des exportations agroalimentaires : le Japon, l'Allemagne, la Côte d'Ivoire et le Mexique. La filière s'engage à ce que l'ensemble des dispositifs d'accompagnement à l'export des entreprises se fasse dans le sens de cette priorisation. Par ailleurs, les actions décrites ci-dessous sont cohérentes avec la feuille de route de la commission internationale de FranceAgriMer validée le 2 décembre 2021.

### ***Action 2.1 : Promouvoir les opportunités d'accès aux marchés ressortant des accords de libre-échange dont l'accord conclu entre l'UE et le Royaume-Uni***

Constat : Les opportunités concrètes offertes par les accords de libre-échange négociés par l'Union européenne en termes d'accès au marché des pays tiers gagnent à être d'avantage connues des entreprises agroalimentaires, et notamment des TPE et PME. La filière s'engage à assurer à la fois leur promotion auprès de ces dernières et un meilleur suivi de la mise en œuvre des accords commerciaux pour permettre aux entreprises agroalimentaires d'en tirer pleinement les avantages attendus.



L'organisation d'ateliers annuels opérationnels pour fournir une information précise, sectorielle, détaillant les opportunités concrètes pour l'agroalimentaire, par accord (produits faisant l'objet d'un démantèlement tarifaire, calendriers de démantèlement, taux de droits de douane résiduels, formalités d'enregistrement pour les exportateurs, etc.) contribuera à cette promotion.

Par ailleurs, le Brexit est un événement majeur qui aura des conséquences certaines sur nos exportations vers le Royaume-Uni, partenaire commercial de taille pour la France. Le suivi de l'application de l'accord sera déterminant et devra prendre en compte certains points de vigilance : les conséquences sur le marché européen de la conclusion de nouveaux accords entre le Royaume-Uni et des pays tiers, la divergence réglementaire britannique en matière sanitaire et environnementale, les fortes perturbations des flux induits par les nouvelles mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS).

**Livrables :**

- Fiches produits ou filières, par Accord de libre-échange
- Organisation d'ateliers opérationnels (en présentiel ou en ligne) dédiés à la filière agroalimentaire suivant l'avancement des négociations et la mise en œuvre des accords

**Porteurs de projet :** CSFA en lien avec les services de l'Etat (ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance et ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation) et Business France

**Calendrier :** 2022-2023

**Indicateurs de suivi :**

- Evolution des échanges agroalimentaires vers les pays concernés par les ALE (dont le Royaume-Uni)
- Nombre de participants de la filière aux ateliers d'information
- Retours d'entreprises qualitatifs sur les actions menées/résultats obtenus dans les pays concernés
- Nombre d'outils d'information réalisés à l'attention des entreprises (fiches d'information ou webinaires)

***Action 2.2 : Renforcer l'accès aux informations sur les marchés prioritaires identifiés au sein de la Commission internationale de FranceAgriMer***

**Constat :** Les informations et outils développés seront valorisés auprès des entreprises agroalimentaires. Une bonne coordination doit être effectuée avec le pilier « accès à l'information » de la Team France Export.

**Livrables :**

- Mise en ligne des études pays et outils (veilles réglementaires, Exp@don2, etc.) développés par FranceAgriMer sur la plateforme de solutions Team France Export (voir action 1.1)
- Mise en place de clubs sectoriels dans les 4 pays cibles et relais auprès des entreprises agroalimentaires de la lettre objectif agro international et des remontées des conseillers agricoles dans les Ambassades

**Calendrier :** 2022-2023

**Porteurs de projet :** ANIA, La Coopération Agricole, Business France, FranceAgriMer, services de l'Etat

Indicateurs de suivi :

- Nombre d'études réalisées
- Nombre de webinaires organisés
- Nombre d'entreprises connectées aux webinaires
- Nombre d'entreprises ayant téléchargé les études

**Action 2.3 : Développer les synergies entre entreprises agroalimentaires exportatrices et accompagner le développement de l'exportation collaborative**

Constat : L'exportation collaborative est aujourd'hui insuffisamment mobilisée par les entreprises exportatrices. Elle est pourtant un moyen pour les PME de percer à l'international et d'atténuer les coûts d'entrée sur un marché au travers des outils suivants :

- Le club des exportateurs ANIA-Business France qui favorise les échanges et a vocation à faire émerger des projets communs (recrutement de VIE partagés, étude de marché commune, prospection mutualisée en développant des catalogues produits communs, etc.)
- La charte « Ensemble à l'international », dont 10 grandes entreprises (Lesaffre, Avril, Lactalis, Savencia, Danone, Bonduelle, Heineken, Distriborg, Eurogerm et In Vivo) sont signataires et permettant la mise à disposition d'un réseau professionnel dans 81 pays pour les PME et ETI

Livrables : Promotion des opportunités d'exportation collaborative entre entreprises agroalimentaires et accompagner le montage de projets en vue de bénéficier des soutiens publics déployés en 2022-2023 par le MAA en cours de définition et d'arbitrage.

Calendrier : Club des exportateurs ANIA-La Coopération Agricole-Business France et agendas annuels 2022 et 2023 (<https://events-export.businessfrance.fr/club-export-agro/>)

Porteurs de projet : LCA, ANIA, Business France, services de l'Etat (ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation), MEDEFI (partenaire associé)

Indicateurs de suivi (annuel) :

- Nombre d'entreprises participantes
- Nombre de projets déposés dans le cadre du Dispositif national d'aide à l'investissement immatériel pour les entreprises agroalimentaires (DINAI) avec une dimension internationale
- Nombre d'entreprises primo-exportatrices dans les différentes actions

**Axe 3 : Renforcer la visibilité de l'offre agroalimentaire française à l'international**

Contexte : Le Président de la République a lancé un grand projet sur la marque France, qui se décline en plusieurs marques filles, dont « Choose France », « Explore France », « Taste France ». Cette dernière est destinée au secteur agroalimentaire et est notamment utilisée par Business France sur l'ensemble de ses salons BtoB depuis février 2020 (1<sup>ère</sup> utilisation effectuée sur le *Gulfood* du 16 au 20 février 2020).

La marque institutionnelle « Taste France » a été créée en 2020 pour promouvoir la gastronomie, l'agroalimentaire et l'agriculture française à l'international, autour de cinq valeurs : l'excellence, la responsabilité, le plaisir, l'authenticité et l'innovation. Avec en ligne de mire : le goût, la qualité, la sécurité, la simplicité et le développement durable. Pilotée par le ministère de l'Agriculture et de



l'Alimentation et déployée par Business France pour la partie B to B et par Sopexa pour la partie B to C, cette marque regroupe les interprofessions du secteur agricole et agroalimentaire. « Taste France » a pour vocation de fédérer et de promouvoir l'ensemble des filières pour leur donner une caisse de résonance plus puissante à l'international, en parlant d'une seule et même voix au nom de tous les acteurs

### **Action 3.1 : Assurer la visibilité de l'offre agroalimentaire française lors du SIAL 2022**

**Constat :** Près de 1 000 entreprises agroalimentaires françaises exposent sur le SIAL, dont plus d'un tiers dans l'espace des Régions de France. Les PME agroalimentaires françaises pâtissent d'un manque de visibilité de l'offre France sur le SIAL, compte tenu notamment du nombre de stands français. Cette situation est source de confusion pour les visiteurs étrangers, au détriment des entreprises françaises. En raison de l'annulation des éditions 2020 et 2021, cet événement sera particulièrement important.

#### **Livrables :**

- Stand commun Ania-La Coopération Agricole- Business France sur le SIAL 2022
- Flyer TasteFrance à l'attention des entreprises agroalimentaires exposantes sur le SIAL pour les inciter à s'approprier l'identité TasteFrance
- Boîte à outils en ligne sur le site TasteFranceforBusiness : <https://tastefranceforbusiness.com/fr/>
- Visibilité de l'offre française sur le SIAL 2022, notamment à travers une communication des Régions et des entreprises sur la marque « Taste France » (juxtaposition des logos sur les stands)

#### **Calendrier : 2022**

**Porteurs de projet :** Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, Régions, Business France, ANIA, La Coopération Agricole, Comexposium

#### **Indicateurs de suivi :**

- Nombre d'entreprises agroalimentaires participantes au SIAL dont le nombre d'entreprises présentes sur les stands régionaux et l'évolution sur les dernières éditions du salon intégrant le nombre de nouveaux exposants français

### **Action 3.2 : Renforcer la présence des entreprises françaises sur les pavillons France et l'animation des salons à l'international**

**Constat :** Business France met en place des Pavillons France sur une quarantaine de salons professionnels agroalimentaires et vins par an ainsi que des événements BtoB dans le cadre du programme France Export. Les entreprises demandent davantage d'événementiel et d'animation sur les salons, afin de dynamiser l'attractivité du Pavillon France. La crise sanitaire internationale va faire évoluer les pratiques des entreprises dans leurs prochaines participations aux salons. Un suivi de cette évolution sera nécessaire de 2022 à 2023. Le déploiement de la e-vitrine Taste France Food initiée grâce au plan de relance export doit être poursuivi. Des efforts de communication et de valorisation de cet outil sont à prévoir pour encourager les entreprises à l'utiliser.

#### **Objectif :**

- renforcer l'attractivité du Pavillon France sur les salons professionnels agroalimentaires

**FEUILLE DE ROUTE INTERNATIONALE - AVENANT AU CONTRAT STRATEGIQUE DE LA FILIERE AGROALIMENTAIRE 2022-2023**

- renforcer l'utilisation de la E-vitrine<sup>12</sup> Taste France Food et son appropriation par les industriels de l'agroalimentaire

Porteurs de projet : Business France, ANIA, La Coopération Agricole

Indicateurs de suivi :

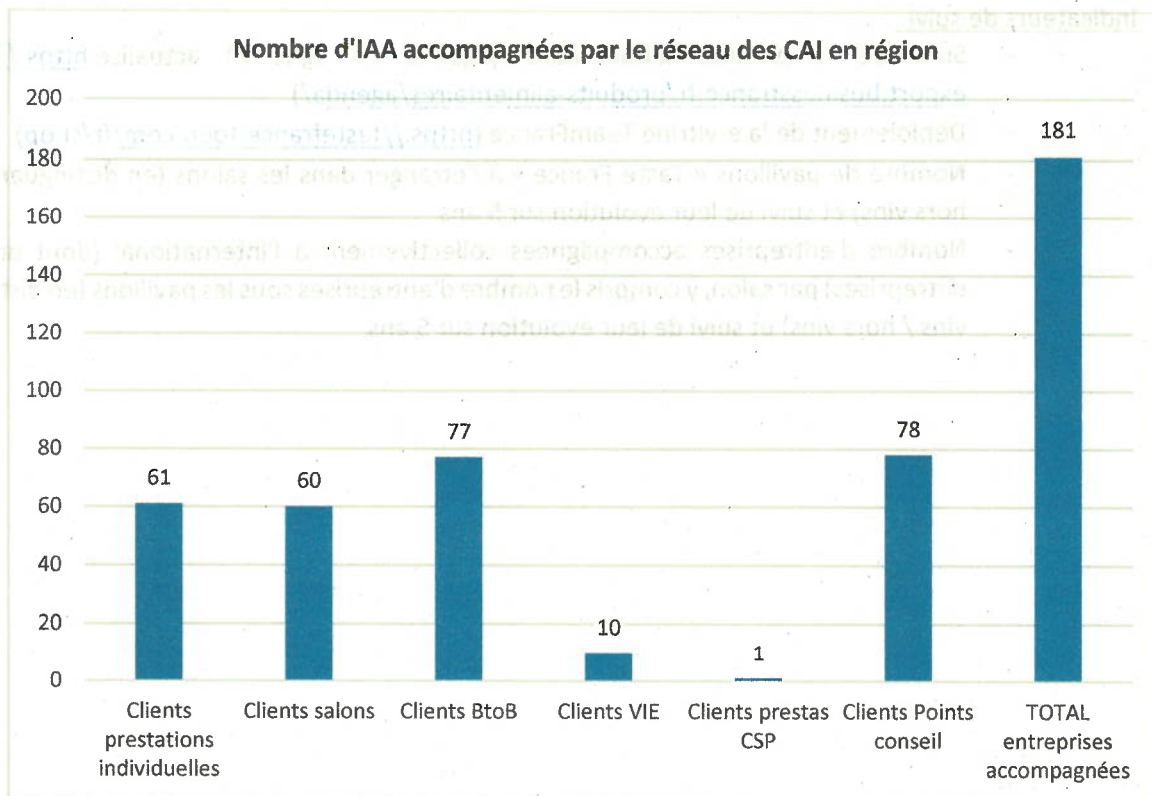
- Suivi de la programmation 2022 (agenda en ligne et actualisé <https://events-export.businessfrance.fr/produits-alimentaires/agenda/>)
- Déploiement de la e-vitrine TeamFrance (<https://tastefrance-food.com/fr/shop>)
- Nombre de pavillons « Taste France » à l'étranger dans les salons (en distinguant vins / hors vins) et suivi de leur évolution sur 5 ans
- Nombre d'entreprises accompagnées collectivement à l'international (dont nouvelles entreprises) par salon, y compris le nombre d'entreprises sous les pavillons (en distinguant vins / hors vins) et suivi de leur évolution sur 5 ans

---

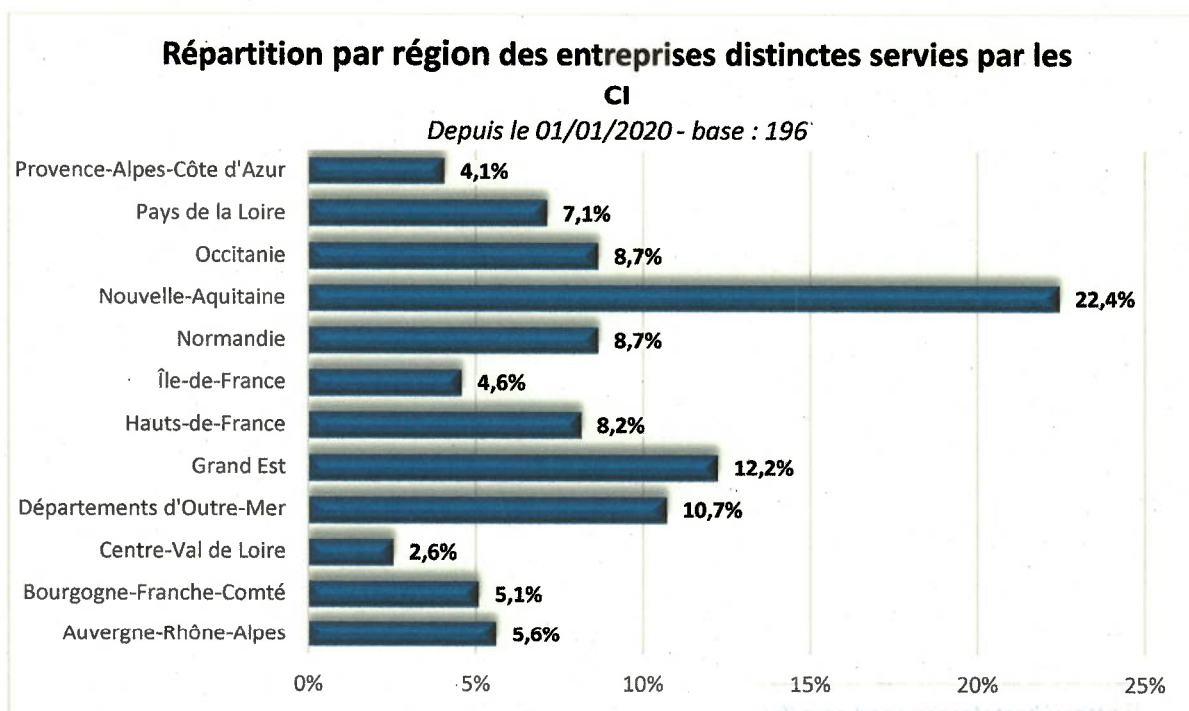
<sup>12</sup> <https://tastefrance-food.com/fr/>.

## ANNEXES

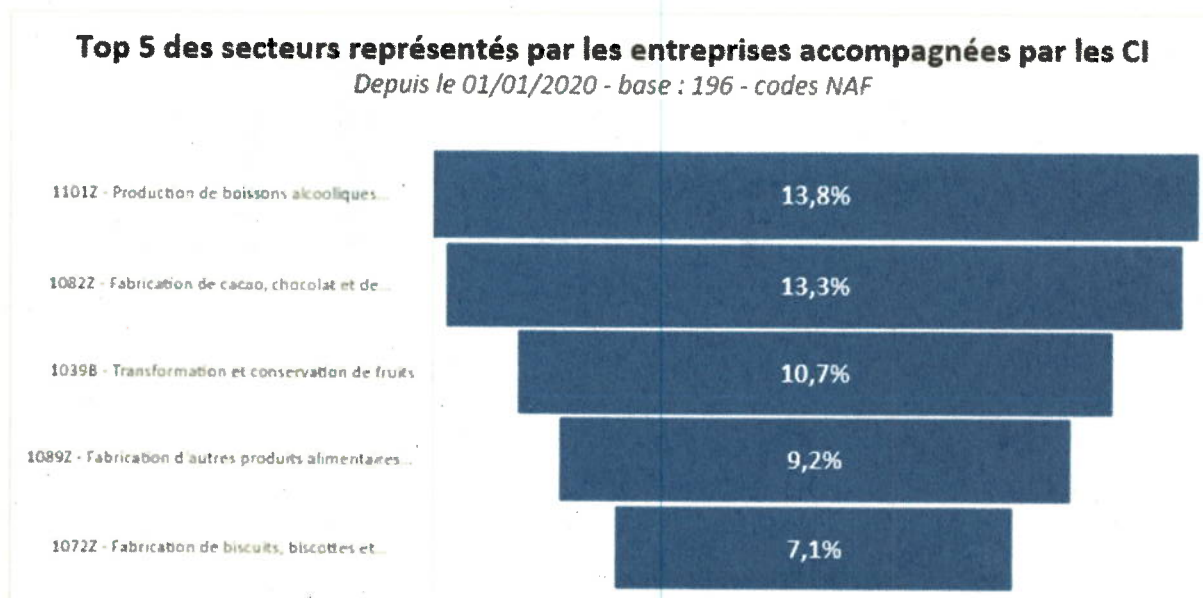
**Annexe 1 : Nombre d'IAA accompagnées par le réseau CAI en région (données 2020)**



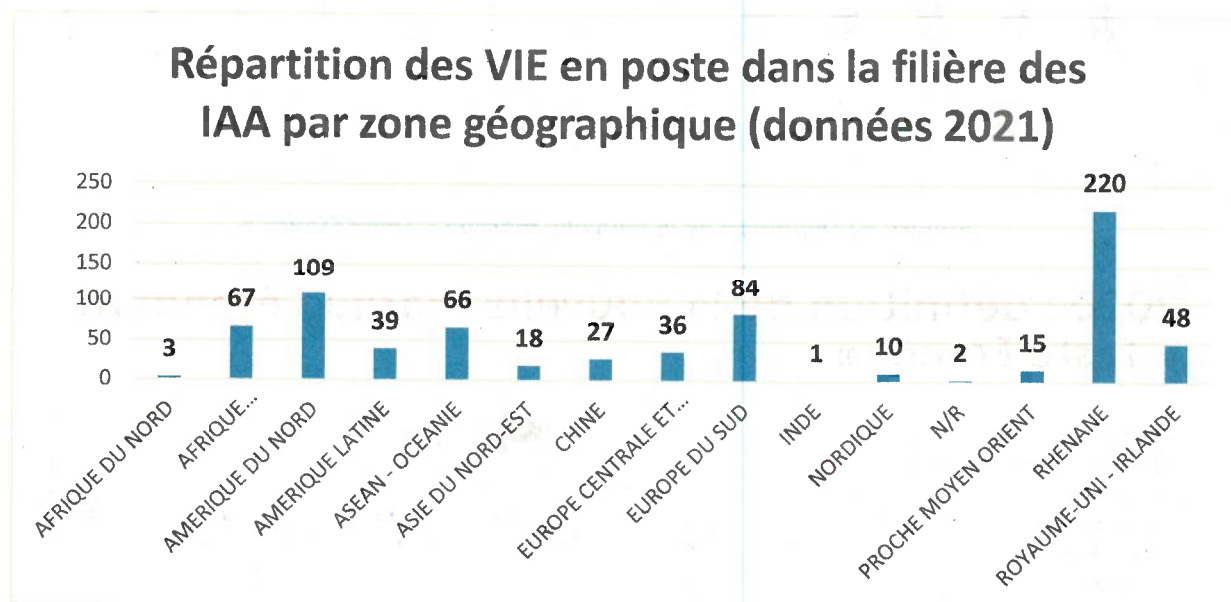
**Annexe 2 : Répartition par région des entreprises distinctes servies par les CI (données 2020)**



**Annexe 3 : Top 5 des secteurs représentés par les entreprises accompagnées par les CI (données 2020)**

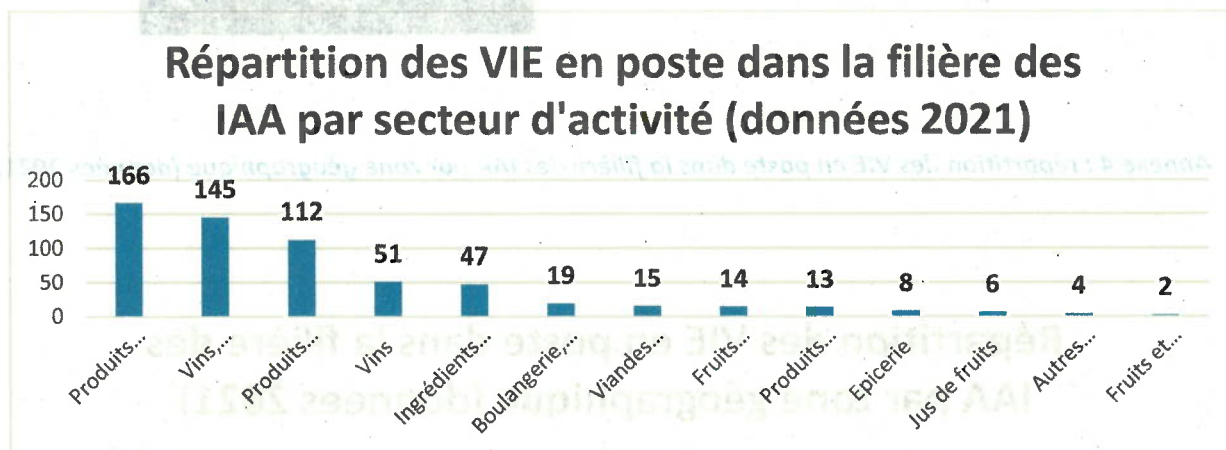
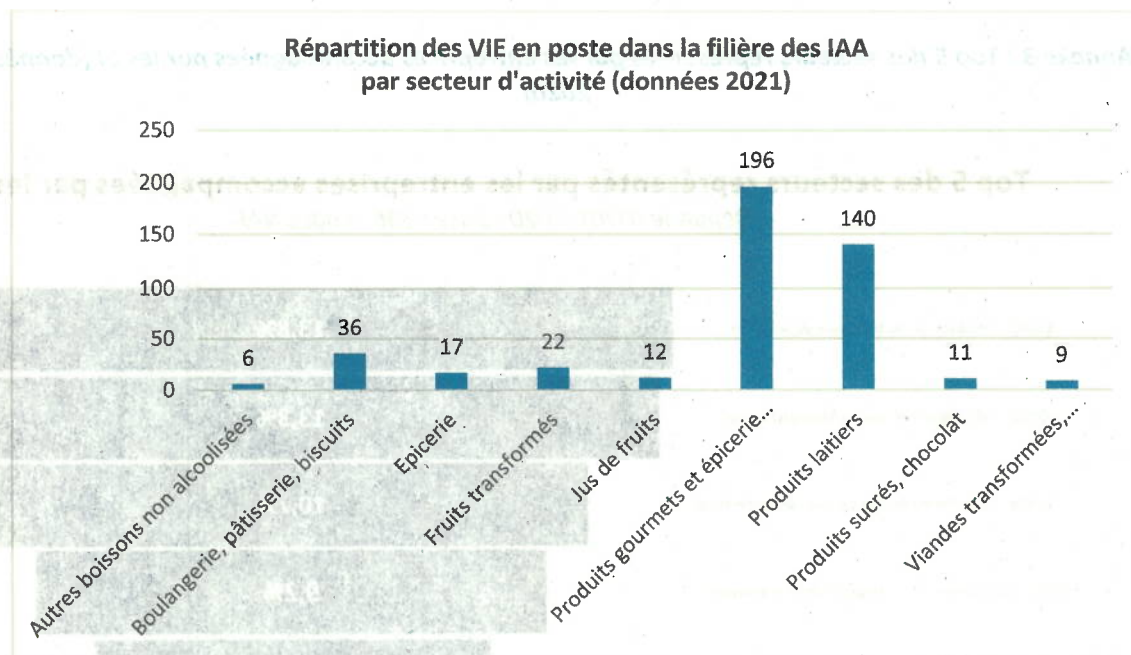


**Annexe 4 : répartition des VIE en poste dans la filière des IAA par zone géographique (données 2021)**





Annexe 5 : Répartition des VIE en poste dans la filière des IAA par secteur d'activité (données 2021)

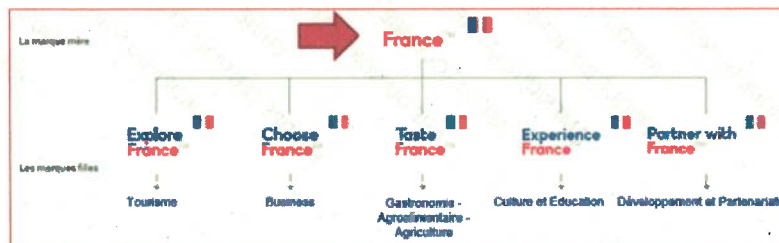


Annexe 6 : Définition de la nouvelle marque « Taste France »

## 2020 : définition de la nouvelle marque étendard « Taste France »

**Architecture de marque France :**  
 « Taste France » Marque fille dédiée aux secteurs :

- Gastronomie
- Agroalimentaire
- Agriculture



**Une nouvelle marque : « Taste France »**

- Ayant pour vocation la promotion à l'international de la gastronomie et des produits agricoles et agroalimentaires français.
- Pilotée par le ministère de l'agriculture avec l'implication des organisations professionnelles représentatives (dont l'ANIA)
- Défendant une identité et une singularité définies autour d'une vision commune et de valeurs partagées (Plateforme de com.)
- S'adressant aux acheteurs étrangers (communication BtoB) mais également aux consommateurs de nos pays cibles (BtoC)

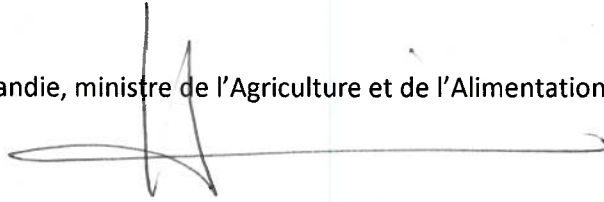


**FEUILLE DE ROUTE INTERNATIONALE - AVENANT AU CONTRAT STRATEGIQUE DE LA FILIERE  
AGROALIMENTAIRE 2022-2023**

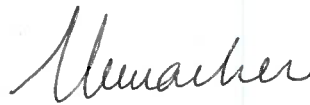
ENTRE :

**L'État (ministres signataires)**

Julien Denormandie, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation



Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée auprès du ministre de l'Economie, des Finances et de la  
Relance, chargée de l'Industrie



**Et la filière alimentaire**

Jean-Philippe André, président de l'ANIA



Dominique Chargé, président de La Coopération Agricole



**Les organisations syndicales de salariés**

FGA-CTDT  
Fabien Quimbretière  
Quimbretière