



HAL
open science

Panorama des industries agroalimentaires 2018

Carl Gagné, Karine Latouche

► **To cite this version:**

Carl Gagné, Karine Latouche. Panorama des industries agroalimentaires 2018 : Compétitivité internationale des entreprises agroalimentaires françaises, quelques éclairages récents. (encadré page 59). [0] 2018. hal-02791327

HAL Id: hal-02791327

<https://hal.inrae.fr/hal-02791327>

Submitted on 5 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



PANORAMA DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES



ÉDITION 2018



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE
L'ALIMENTATION

PANORAMA DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES

ÉDITION 2018

Élaboré tous les deux ans à l'occasion du Salon international de l'alimentation (SIAL), le Panorama des industries agroalimentaires est le résultat d'un travail de la direction générale de la performance économique et environnementale des entreprises en collaboration avec le service de la statistique et de la prospective, la direction générale de l'enseignement et de la recherche, la direction générale de l'alimentation, la direction de la communication et les directions régionales de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

Le Panorama fait le point sur la situation des entreprises françaises actives dans les domaines des industries alimentaires et de la fabrication de boissons, respectivement divisions 10 et 11 de la nomenclature d'activité française (NAF rév. 2, 2008).

Le Panorama des industries agroalimentaires 2018 comprend trois parties :

- Enjeux des industries agroalimentaires (présente publication), déclinés en 10 thématiques
- Chiffres et indicateurs clés, document révisé tous les ans
- 18 fiches régionales présentant les chiffres clés, le diagnostic ainsi qu'une carte représentant les industries agroalimentaires de la région, en fonction de leur effectif salarié.

L'ensemble du Panorama des industries agroalimentaires 2018 est consultable et téléchargeable sur internet à l'adresse suivante : <http://agriculture.gouv.fr/Le-panorama-des-IAA>

Sommaire

4

RETOUR SUR LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION

L'engagement
du gouvernement
pour dynamiser le
secteur agroalimentaire
français

6

La dynamique collective
dans les filières



8

LES DATES CLÉS

10

TOUR D'HORIZON
DU SECTEUR
DE L'AGROALIMENTAIRE
EN FRANCE



17

CRÉER DE LA VALEUR

19

Recherche,
développement
et innovation
dans les industries
agroalimentaires

27

Les relations
commerciales
au sein de la filière

38

Les différenciation
des produits
agroalimentaires

49

Échanges commerciaux
et internationaux

62

Les enjeux liés aux
nouvelles tendances
de consommation

69

DE GRANDS DÉFIS

70

Les défis
environnementaux

84

Consommer durable

89

Une industrie
agroalimentaire
connectée

95

L'emploi et la formation

103

La qualité sanitaire
et nutritionnelle des
produits alimentaires



111

BOÎTE À OUTILS



RETOUR SUR LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION

L'ENGAGEMENT DU GOUVERNEMENT POUR DYNAMISER LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS

Un projet de loi pour « l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable »

Sur la base des diagnostics partagés par l'ensemble des parties prenantes lors des États généraux de l'alimentation et leur formulation de propositions, le gouvernement a présenté un projet de loi au Conseil des ministres le 31 janvier 2018. Ce projet de loi constitue le premier outil de mise en œuvre de la feuille de route exposée par le Premier ministre le 21 décembre 2017.

Ce projet de loi s'inscrit dans un encadrement législatif en pleine évolution depuis une quinzaine d'années pour encadrer et équilibrer les relations commerciales, et remédier aux pratiques commerciales déloyales nées du rapport de force déséquilibré existant entre les différents maillons de la chaîne alimentaire. Ces dernières années ont également été marquées par une forte volatilité des prix et un contexte de crise économique, qui ont renforcé la fragilité et les incertitudes de l'aval sur leurs débouchés. Ce climat et le déséquilibre naturel du rapport de force ont durci les négociations commerciales entre fournisseurs et distributeurs, les fournisseurs témoignant d'importantes difficultés pour répercuter la hausse des prix des matières premières.

La première partie du projet de loi concerne la rénovation de la contractualisation entre producteurs et premiers acheteurs, et l'amélioration des relations commerciales pour un meilleur équilibre des rapports de force et une meilleure répartition de la valeur tout au long de la filière.

Vers une contractualisation renouvelée

L'article L.631-24 du code rural et de la pêche maritime, qui régit aujourd'hui la possibilité de rendre obligatoire le contrat écrit entre le producteur et son acheteur ainsi que le cadre qui s'applique à ces contrats, est profondément remanié par le projet de loi. Il ne s'appliquera plus uniquement aux secteurs soumis à

contractualisation obligatoire, mais à tout contrat écrit établi pour la cession de produits agricoles figurant à l'annexe I de l'OCM, sauf pour le secteur sucrier, régi par des dispositions spécifiques.

Afin que la contractualisation puisse s'établir sur la base d'un rapport plus équilibré entre les parties, le producteur deviendra l'auteur de la proposition initiale de contrat, ce qui permettra d'inverser la construction du prix en début de négociation afin de mieux tenir compte des coûts de production.

Le contenu du contrat continuera à être encadré par des clauses obligatoires qui sont renforcées sur plusieurs points, dont :

- les indicateurs, qui devront être pris en compte dans la formule de prix. Les interprofessions et l'observatoire de la formation des prix et des marges verront leur action renforcée dans la mise à disposition d'indicateurs ;
- les délais de préavis et les indemnités de résiliation ;
- la clause de renégociation, dont l'activation sera désormais liée non seulement à la volatilité des produits agricoles et alimentaires mais aussi à celle des coûts de l'énergie et qui devra aboutir à une renégociation rapide, et sera à défaut renvoyée à la médiation des relations commerciales agricoles.

Le projet de loi prévoit que les organisations de producteurs ou les associations d'organisations de producteurs sont chargées de proposer à l'acheteur un accord-cadre lorsqu'elles agissent comme mandataires pour négocier la commercialisation des produits de leurs adhérents.

Afin d'assurer une plus grande transparence et de responsabiliser les différents acteurs, les contrats de vente des produits agricoles ou alimentaires par les acheteurs devront prendre en compte les indicateurs

prévus dans le contrat entre le producteur et l'acheteur. Les sujets relatifs à la coopération agricole sont renvoyés à une ordonnance qui visera à renforcer la transparence entre la coopérative et ses associés-coopérateurs et rénové les instances spécifiques de la coopération : médiateur de la coopération agricole et haut conseil de la coopération agricole.

Le dispositif de sanctions a été réécrit en conséquence et renforcé pour participer à l'effectivité de la réforme proposée et pallier les manques identifiés dans le cadre législatif précédent. Il vient sanctionner le non-respect des clauses obligatoires et le non-respect par les contrats individuel des dispositions de l'accord-cadre.

Enfin, l'effectivité du dispositif de la médiation des relations commerciales agricoles a été renforcée pour faciliter la résolution des litiges dans ce nouveau cadre. La durée de la médiation est limitée à un mois et les pouvoirs du médiateur sont étendus : il pourra rendre publiques ses recommandations sur les clauses des contrats qu'il estime présenter un caractère abusif ou manifestement déséquilibré.

Vers des relations commerciales équilibrées

Afin d'accompagner la mise en place d'un cadre apaisé des relations commerciales, le seuil de revente à perte sera relevé par voie d'ordonnance. Il s'agit de prendre en compte l'ensemble des coûts de distribution de façon à ne plus permettre la possibilité pour les distributeurs de prévoir une marge nulle pour certains produits, quand pour d'autres, la marge est établie par compensation à un niveau très élevé dans un objectif de maintien de l'équilibre financier global de l'enseigne. Le rééquilibrage global des marges des différents produits devrait concourir à un impact général faible sur le prix du panier moyen du consommateur.

Les promotions sur les denrées alimentaires feront l'objet d'un encadrement à préciser par ordonnance, à la fois en volume et en valeur, et qui concernera toutes les promotions.

Ces deux premières mesures feront l'objet d'une expérimentation sur deux ans puis d'une évaluation de leur impact notamment sur les PME et le développement de nouveaux produits.

L'interdiction de céder à un prix abusivement bas les produits agricoles et les denrées alimentaires sera également étendue à l'ensemble des produits agricoles et des denrées alimentaires destinées à la revente et à la transformation par voie d'ordonnance, afin de dissuader les acheteurs d'acquiescer des produits à un prix qui ne permet pas à l'amont d'en tirer un revenu équitable, et ce indépendamment des situations de crise.

Suite aux débats parlementaires portant sur le développement des centrales d'achat, un nouvel article a été créé pour renforcer les missions de l'Autorité de la concurrence sur le contrôle de ces accords de coopération et de regroupement à l'achat.

Enfin, et plus généralement, une refonte globale des dispositions applicables du code de commerce est prévue, avec l'objectif principal d'en améliorer la visibilité. Il s'agit notamment de mettre en cohérence les dispositions relatives aux conditions générales de vente et les contrats conclus entre le fournisseur et le distributeur avec le schéma de la contractualisation amont rénové. Le régime des avenants à la convention unique est par ailleurs précisé, notamment en ce qui concerne les contreparties et la définition du plan d'affaires.

La deuxième partie du projet de loi vise à préserver la santé et l'environnement des Français en renforçant la qualité sanitaire, environnementale et nutritionnelle des produits.

Vers une amélioration de la qualité sanitaire environnementale et nutritionnelle des produits

Le texte prévoit, en particulier, des dispositions portant sur la commercialisation des produits phytosanitaires et propose de séparer les activités de vente et de conseil. Par ailleurs, dans l'objectif d'accroître l'efficacité des contrôles, les pouvoirs d'enquête et de contrôle des agents chargés de la protection de la santé, de la protection animale et de la sécurité sanitaire des aliments seront renforcés, ainsi que les pouvoirs de sanction dans le domaine du bien-être animal.

Le gouvernement fait également de la politique de l'alimentation un moteur de réduction des inégalités sociales et de lutte contre la précarité alimentaire. Le projet de loi vise ainsi à permettre à chacun d'accéder à une alimentation saine, sûre et durable. De nombreuses dispositions concernent le secteur de la restauration collective, identifié comme un moteur essentiel de la transition alimentaire et un levier d'amélioration de la qualité de l'alimentation. La mesure phare du projet de loi porte sur les approvisionnements de la restauration collective publique qui devront être composés d'au moins 50 % de produits issus de l'agriculture biologique, locaux ou sous signes de qualité à compter du premier janvier 2022.

Enfin, la lutte contre le gaspillage alimentaire demeure une préoccupation majeure, répondant à des enjeux économiques, environnementaux et sociétaux. Des dispositions visent en particulier à étendre le don alimentaire, jusqu'ici réservé à certains opérateurs du secteur de la restauration collective et de l'agro-alimentaire.

LA DYNAMIQUE COLLECTIVE DANS LES FILIÈRES

Les États généraux de l'alimentation (EGA) doivent être le vecteur de la transformation de notre système agricole et agroalimentaire. Cette transformation passe à la fois par des mesures réglementaires et législatives, et par l'implication des acteurs économiques des filières agricoles et agroalimentaires. L'ensemble des filières ont ainsi été associées aux échanges dans le cadre des ateliers mis en place dans le cadre des EGA.

Au-delà de cette participation, lors de son discours de Rungis le 11 octobre 2017, le président de la République a demandé aux interprofessions d'élaborer des plans de développement et de transformation des filières : « *Chaque filière aura à porter le plan de transformation qui est en quelque sorte sa part de responsabilité accompagnant la contractualisation et l'augmentation du seuil de revente à perte. Chacun devra faire des efforts, les uns sur leurs marges, un peu sur les prix, et les autres sur leur organisation collective pour pouvoir justement transformer nos secteurs et nos filières. Ces contrats de filières doivent permettre de fixer des objectifs de restructuration interne aux interprofessions, des objectifs de montée en gamme sur la bio, sur les signes de qualité, des objectifs*

environnementaux et sociétaux, des programmes de recherche agricole, de ciblage des investissements. C'est aux interprofessions que reconnaît l'État d'y travailler, de coordonner ces travaux avec le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation. »

À la suite d'un travail associant, au-delà des membres des interprofessions, des acteurs économiques de la filière ou des représentants de la société civile, l'ensemble des filières a remis au Ministre de l'agriculture son plan de filière¹.

Ces plans sont des instruments importants de la transformation des filières et proposent des réponses aux enjeux identifiés dans le cadre des États généraux de l'alimentation, qu'il s'agisse de la création et de la répartition de la valeur, du paiement de prix justes, de la réponse aux attentes et besoins des consommateurs, ou de la promotion d'une alimentation saine, sûre et durable.

Après la rédaction de ces plans, l'enjeu est désormais leur mise en œuvre par les acteurs des filières, en lien avec les avancées permises par la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous. Cette mise en œuvre fera l'objet de réunions annuelles avec les filières.

GOVERNANCE PARTAGER LES ENJEUX AVEC L'ENSEMBLE DES ACTEURS DES FILIÈRES

Mieux intégrer l'aval des filières laitières : les interprofessions laitières vont évoluer dans leur composition et leur mode de fonctionnement pour renforcer les relations tout au long de la filière, en particulier en associant plus largement le maillon du commerce, de la distribution et de la restauration, via l'entrée de ces opérateurs dans l'interprofession ou la création de comités de liaison (lait de vache et lait de chèvre notamment).

Renforcer le dialogue avec la grande distribution dans le secteur des vins et des cidres : la grande distribution est un maillon majeur de ces filières, les interprofessions ont donc souhaité qu'une instance permanente de dialogue soit instaurée. Une telle instance aura pour vocation de compléter le dispositif législatif sur les promotions ou le seuil de revente à perte, en instaurant des échanges réguliers sur des sujets d'intérêt partagé (pratiques commerciales, marketing promotionnel...) afin de garantir une bonne répartition de la valeur tout au long de la chaîne.

L'enjeu d'une meilleure intégration de l'aval et des industries agroalimentaires a également été au cœur des réflexions des filières, et irrigue l'ensemble des sujets abordés dans ces plans. Il s'agit tout d'abord de faire évoluer la gouvernance de la filière en intégrant dans les interprofessions les maillons de l'aval ou en associant les acteurs de la distribution aux discussions de filière. Au-delà de la gouvernance, l'amélioration des relations commerciales, notamment par le renforcement de la connaissance des marchés et de la contractualisation, est un objectif partagé. Il s'agit également de tenir compte des besoins d'investissement ou de recherche pour les opérateurs de l'aval, en prévoyant la modernisation des outils industriels ou en développant la recherche sur des enjeux comme le stockage, ou sur l'ouverture de nouveaux débouchés. Enfin, les filières se sont donné pour objectif une meilleure adaptation de leur offre aux besoins du marché, en termes de montée en gamme comme de nouveaux consommateurs. Dans le cadre de ce document, quelques exemples ont été choisis parmi les 35 plans de filière remis pour illustrer la diversité des thématiques abordées touchant les industries agroalimentaires.

1. Les 35 plans sont consultables en ligne sur le site du ministère : <http://agriculture.gouv.fr/egalim-les-plans-de-filieres>.

RELATIONS COMMERCIALES CONTRACTUALISER PLUS POUR MIEUX RÉPARTIR LA VALEUR

Garantir l'approvisionnement en quantité et qualité en fruits et légumes : une imbrication de plus en plus forte est à l'œuvre entre production et aval afin de garantir un approvisionnement suffisant, régulier mais surtout diversifié. Pour ce faire, le plan fruits et légumes fixe un objectif global de 30 % de volumes contractualisés d'ici 5 ans pour le frais ainsi que le renforcement des outils de digitalisation qui permet notamment une facilitation des process logistiques entre opérateurs économiques.

Renforcer la contractualisation dans les filières bovine, porcine et volailles : en matière de contractualisation, la filière bovine s'engage en 5 ans à réaliser 30 % des transactions par voie contractuelle en prenant en compte des indicateurs indexés sur des coûts de production (moins de 2 % aujourd'hui). La filière porcine axe sa stratégie de contractualisation sur les démarches de qualité (objectif de 30 % des volumes sous contrat) et la filière volailles s'engage à poursuivre le travail mené sur la contractualisation qui va aujourd'hui de la production à l'abattage, en associant la distribution.

Les interprofessions laitières au cœur du renforcement de la contractualisation : les filières laitières bovine, ovine et caprine vont mettre en place ou renforcer la contractualisation écrite dans laquelle les entreprises de l'aval auront un rôle central aux côtés des producteurs et de leurs organisations de producteurs. Les interprofessions laitières vont élaborer et diffuser des indicateurs dont les entreprises et leurs fournisseurs pourront se saisir pour définir la clause prix de leurs accords-cadres ou contrats. Plus largement, elles pourront établir et diffuser des guides de bonnes pratiques pour faciliter le travail des entreprises et des producteurs.

INVESTISSEMENT ET RECHERCHE MODERNISER, CRÉER DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS, AMÉLIORER LA PERFORMANCE

Garantir le fonctionnement et la modernisation des outils d'abattage et de transformation : les plans de filières mettent en avant les investissements nécessaires dans les outils d'abattage et de transformation, notamment dans les filières viandes blanches (volailles et porcs) : process d'automatisation en porcs, création de nouveaux outils répondant à des circuits de commercialisation RHD et produits transformés en volailles. Les filières ruminants (bovins, ovins) mettent l'accent sur le maintien d'un maillage territorial d'abattoirs de proximité assurant un tissu économique cohérent, bénéficiant des capacités financières réelles pour couvrir les charges de fonctionnement et d'investissements et optimisant leur fonctionnement en impliquant les usagers dans leur gouvernance.

Investir pour développer les débouchés des grandes cultures : Des besoins d'investissements ont été identifiés à l'aval des filières, avec des efforts à faire en matière de logistique et de stockage, notamment pour les marchés de niche, ainsi qu'en recherche et développement en lien avec de nouveaux débouchés, par exemple pour l'alimentation humaine (valorisation des protéines végétales) ou les usages non alimentaires (utilisation des betteraves en chimie du végétal, fibres).

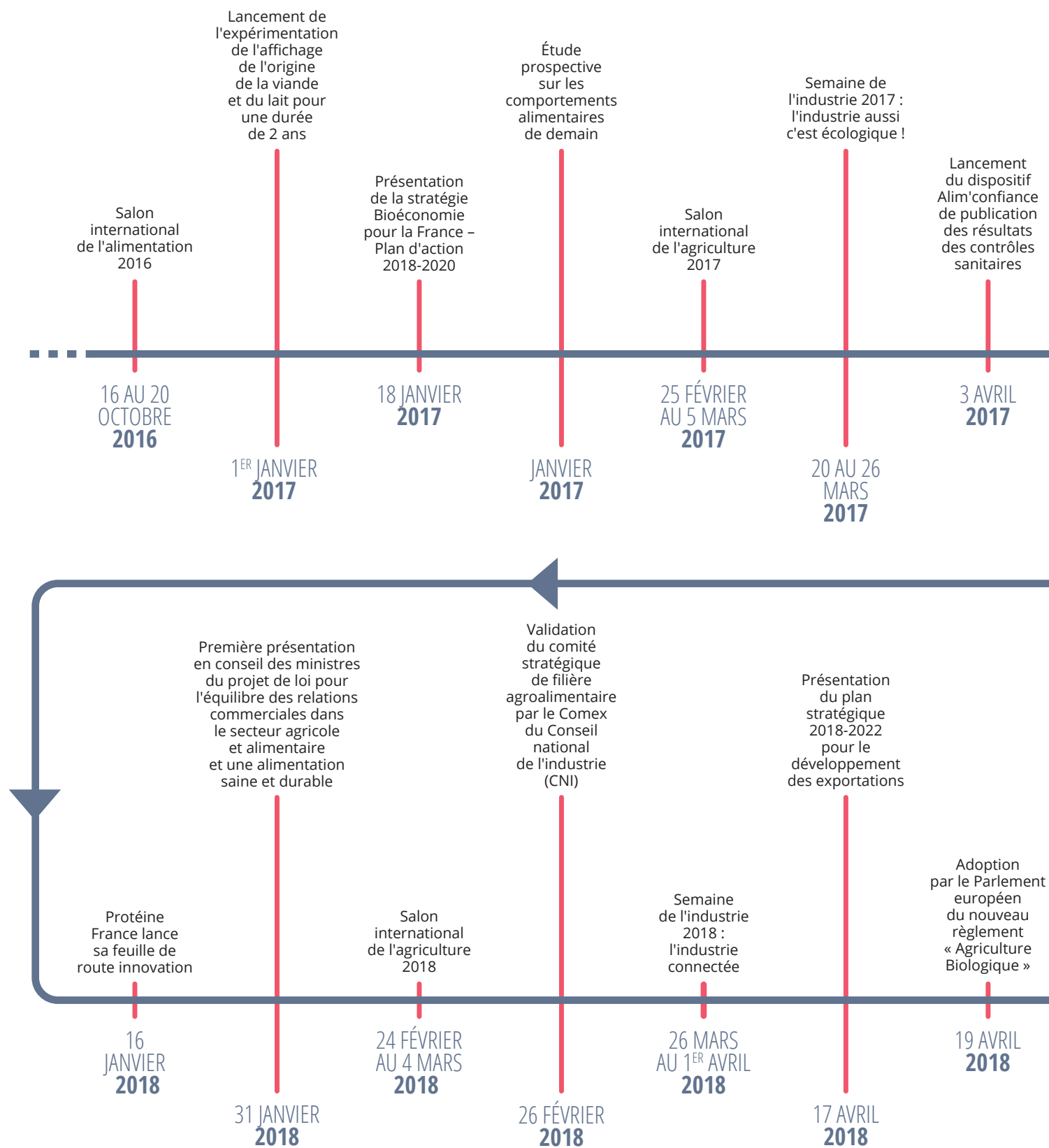
Financer la R&D au service de la performance de la filière pomme de terre : La filière souhaite développer la R&D pour améliorer la performance globale de la filière (génétique, réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires...) et souhaite, pour ce faire, accroître la participation financière de chaque maillon de la filière (y compris aval).

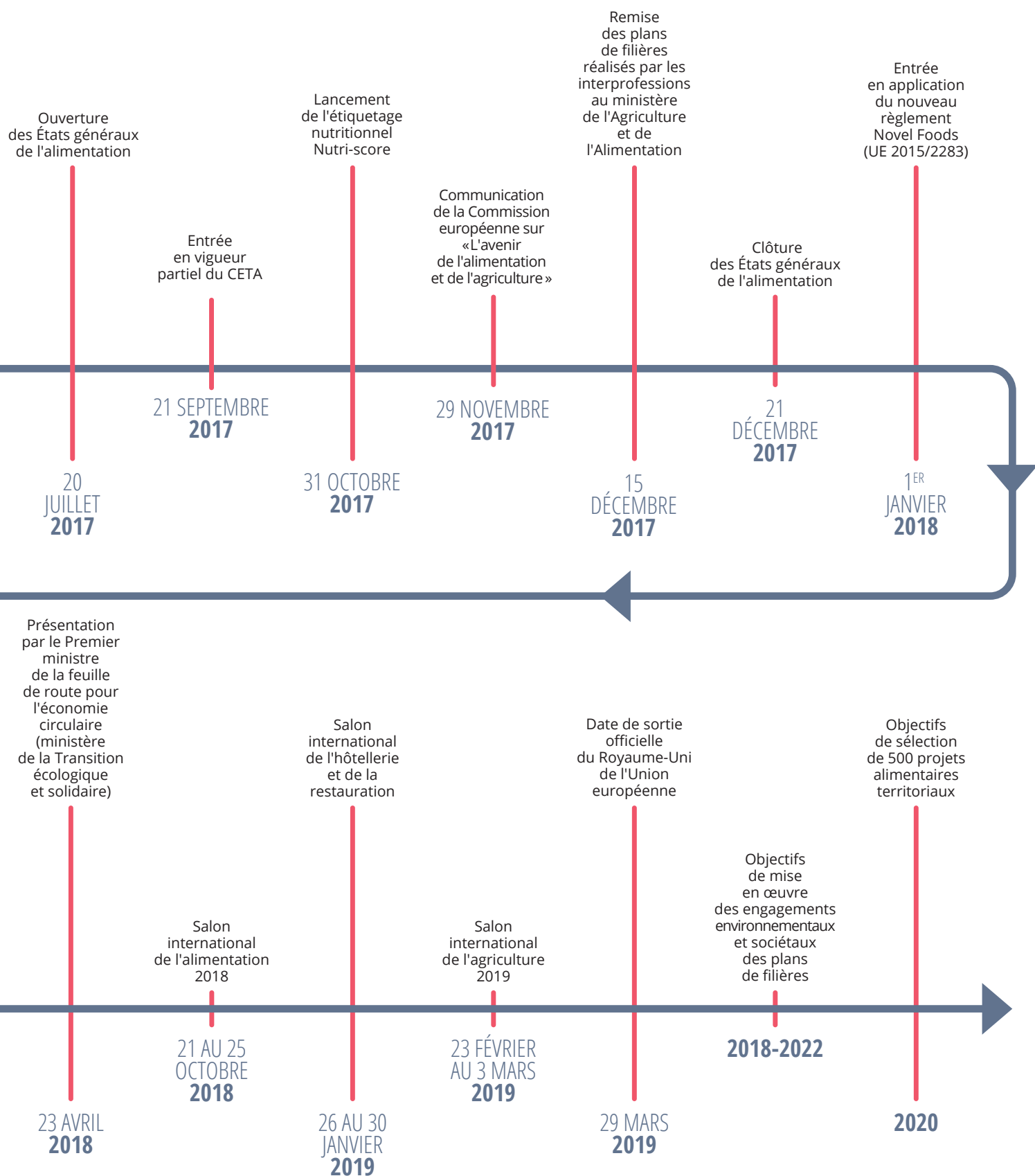
MARCHÉ RÉPONDRE AUX ATTENTES DU CONSOMMATEUR SUR LA QUALITÉ ET L'ENVIRONNEMENT

Développer des filières qui répondent aux attentes des consommateurs en grandes cultures : les interprofessions souhaitent accompagner l'émergence et le développement de filières (filières premium, sans OGM, bio) en coordination avec les opérateurs de l'aval afin de créer de la valeur et de soutenir la construction de relations de long terme avec l'amont.

Analyser et répondre aux spécificités des marchés export pour le vin : l'offre française doit correspondre aux attentes des différents pays importateurs en terme de prix et de qualité. La filière se donne l'objectif de dynamiser son offre sur les vins entrée de gamme sous forme de vrac. La filière doit ainsi se mettre en capacité d'analyser les contraintes logistiques et de distribution sur les marchés cibles.

LES DATES CLÉS





TOUR D'HORIZON DU SECTEUR DE L'AGROALIMENTAIRE EN FRANCE

Les industries agroalimentaires (IAA) transforment en denrées alimentaires les productions végétales et animales issues de l'agriculture, de l'élevage ou de la pêche. Elles les commercialisent soit à d'autres industries agroalimentaires, soit via des circuits de distribution (grossistes, grandes et moyennes surfaces, commerces de détail, restauration hors domicile), soit directement auprès du consommateur. Les entreprises agroalimentaires représentent en 2015, 15,3 % des industries manufacturières française (en valeur ajoutée) et 386 412 salariés (ETP)².

Le dynamisme économique du secteur

L'industrie agroalimentaire est un secteur d'activité majeur pour la France. Au niveau européen elle se situe au deuxième rang derrière l'Allemagne (classement INSEE, selon le chiffre d'affaires en 2015). Le secteur agroalimentaire est constitué en grande majorité d'entreprises de moins de 10 salariés (76%)³, mais ce sont les grandes entreprises de plus de 250 salariés ETP, soit 2 % des entreprises, qui réalisent 58 % du chiffre d'affaires sectoriel. Ce chiffre d'affaires sectoriel a augmenté de 0,8 % en 2016 pour atteindre 172 milliards d'euros. Cependant, cette augmentation ne reflète pas exactement la dynamique globale du secteur, il existe en effet de fortes disparités entre les différentes branches. Certaines filières comme celle de la boisson observent une augmentation du chiffre d'affaires, mais c'est l'augmentation des prix qui permet de compenser le recul des volumes produits que la filière connaît⁴.

La légère augmentation du chiffre d'affaires sectoriel est surtout due au développement de l'activité à l'international, où la viande de porc et la filière du vin et des spiritueux sont les filières les plus actives. Pour la filière Fruit & Légumes, l'augmentation du chiffre d'affaires en 2016 peut s'expliquer par de bonnes conditions météorologiques favorables à la consommation. De manière générale, l'évolution du chiffre d'affaires total est dopée par les opérations de croissance

externe réalisées par des grands groupes comme JDE France pour la filière café. Par ailleurs, le secteur voit une tendance au vieillissement de l'outil qui s'accroît. Cette tendance, qui peut influencer l'efficacité industrielle, est notamment visible sur certains métiers : l'abattage, les légumes transformés, la meunerie⁵.

Les leaders français des industries agroalimentaires

Les leaders français de l'agroalimentaire observent, tout comme l'ensemble du secteur, une légère augmentation de leur chiffre d'affaires de 0,9 % sur l'année 2016. Malgré cette faible hausse, les leaders envoient des signaux encourageants. Au niveau international, les champions français s'adaptent bien à la dynamique globale. En effet, durant l'année 2016, 60 % de leurs ventes sont réalisées à l'étranger (94 % pour Moët-Hennessy), alors que pour l'ensemble du secteur agroalimentaire, le marché mondial ne représente que 21 % du chiffre d'affaires sectoriel. Il ne faut cependant pas oublier que 42 % du chiffre d'affaires sectoriel est réalisé par des entreprises de moins de 250 salariés ETP.

En se basant seulement sur les ventes réalisées en métropole (Graphique 2), la hiérarchie des leaders de l'agroalimentaire est bousculée. Nestlé France reste l'industriel avec le plus de ventes en France, à l'inverse de Danone, 1^{er} groupe agroalimentaire en France, qui se situe à la 9^{ème} place. Cette différence suivant les critères de classification illustre bien le fait que le groupe Danone est essentiellement tourné à l'international où il réalise 90 % de son chiffre d'affaires. Les filières de firmes étrangères sont en nombre dans ce classement, elles représentent plus du tiers des quatorze premiers groupes. Au contraire, les groupes entièrement basés sur des capitaux familiaux ne sont que trois dont deux français. On dénombre aussi trois coopératives agricoles. Enfin, on peut noter que ce classement profite à la branche industrielle d'Intermarché qui grimpe à la 5^{ème} place, alors qu'il se situe à la 14^{ème} place dans le classement général (Graphique 1)⁶.

2. Insee, ESANE 2015

3. ESANE 2015

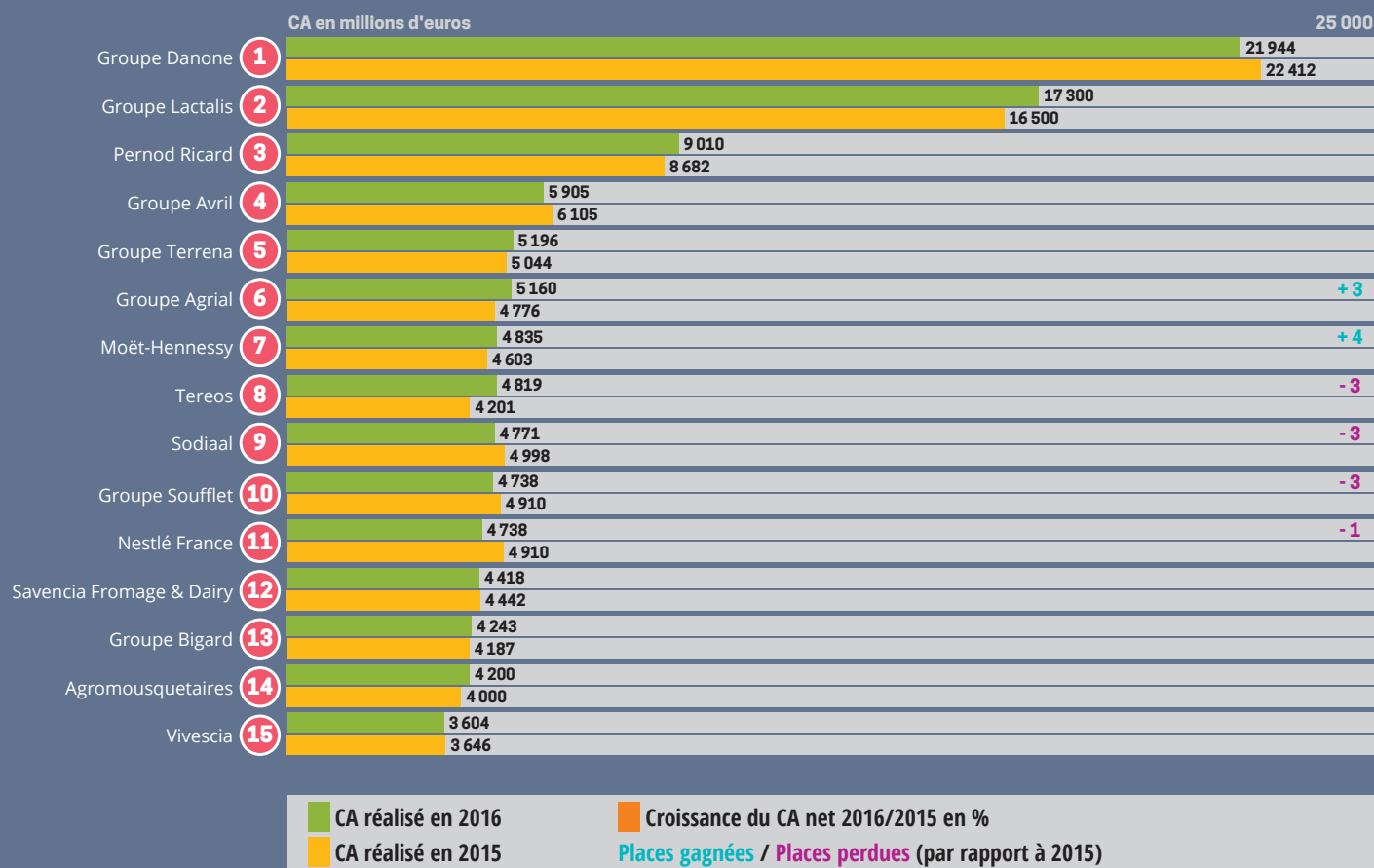
4. RIA n°793

5. L'observatoire financier des Entreprises Agroalimentaires – Crédit Agricole S.A

6. Observatoire national des entreprises agroalimentaires RIA, RIA n°793

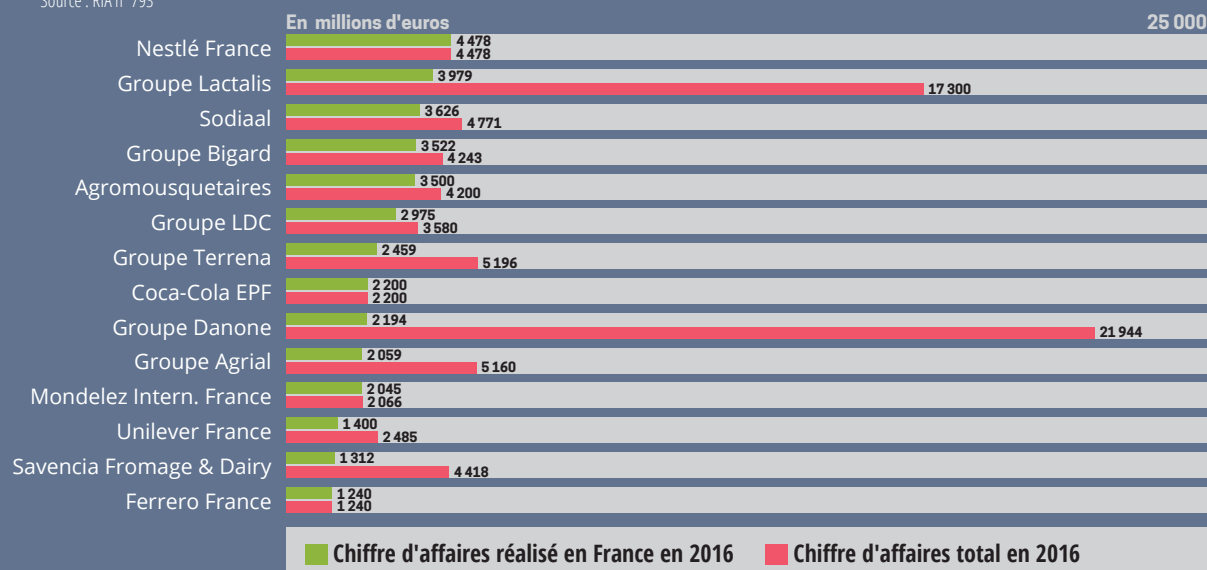
► Graphique 1 - Classement des 15 premiers groupes français en 2016 selon le chiffre d'affaires

Source : RIA n°793



► Graphique 2 - Classement des IAA selon le chiffre d'affaires réalisé en France en 2016

Source : RIA n°793



La dynamique mondiale du secteur agroalimentaire⁸

Les leaders mondiaux de l'agroalimentaire ont souffert du référendum favorable au Brexit, non pas qu'un marché de 60 millions de consommateurs puisse directement impacter le marché mondial, mais que cette annonce a déclenché un désordre économique et politique global. En effet, le divorce entre la Grande-Bretagne et l'Union européenne s'est effectué à une période où la croissance du secteur a chuté au point le plus faible depuis la récession de 2008. Le Brexit a créé un environnement où les cours de change sont plus incertains. Dans ces conditions, il est difficile pour les firmes intégrées au marché mondial de prévoir les différents coûts de productions et les recettes à l'export. De plus, la volatilité importante des monnaies s'accompagne d'une instabilité politique relative : certains pays européens peuvent être tentés de suivre la Grande-Bretagne. Cet attrait pour l'isolement économique peut aussi être perçue dans la politique commerciale des États-Unis qui menace les zones de libre échange avec des politiques protectionnistes.

Les difficultés que connaissent les leaders mondiaux ne sont pas seulement liées aux événements européens. Plusieurs géants de l'agroalimentaire qui ont basé leur croissance sur le développement des marchés émergents, ont été impactés par le ralentissement important

de ces marchés. Dans un premier temps, les industriels ont su exploiter les évolutions des marchés émergents, dans lesquels le consommateur s'est tourné progressivement vers les marques haut de gamme au détriment des marques locales. Cependant, cette tendance très favorable aux firmes a été ralentie par la défaillance des économies chinoise, russe, brésilienne et des pays de l'Asie du sud-est. Ensuite, les grands industriels connaissent de plus grandes difficultés d'adaptation que les producteurs locaux quand il s'agit d'attirer les consommateurs des marchés émergents. Le développement du marché de la bière artisanale reflète bien l'avantage que possèdent les entreprises locales en terme d'adaptation.

Pour faire face à ces obstacles, les leaders se sont dirigés vers différentes solutions. Un bon nombre de groupes a mené des opérations de croissance externe. Pour ces industriels, le renforcement des positions existantes dans les marchés visés reste le moteur majeur de ces opérations de fusions/acquisitions (plus 94 % en valeur). Puis, le changement progressif de la filière vers le numérique semble être pour les grandes firmes une stratégie prometteuse, au point que des poids lourds comme Pernod-Ricard ont investi massivement pour accroître leurs compétences dans le digital. Finalement, le changement vers le numérique n'est pas qu'une option mais une nécessité pour les grands groupes au risque sinon d'être dépassé par les autres acteurs de la filière⁹.

8. The Grocer - OC&C

9. V. infra : 2.3 Le numérique, l'industrie connectée

L'escreboise, une bière fabriquée par les élèves du lycée d'enseignement général et technologique agricole (LEGTA) de Douai.



► Graphique 4 - Classement des industries agroalimentaires mondiales

Source : The OC&C Global top 50 2016 – OC&C



CA : Chiffre d'affaires

Note : Seul de chiffre d'affaires dans les activités agroalimentaires (hors amont agricole) des groupes a été retenu

1 Nestlé AG

SUISSE

CA 2015 (M\$) : 92 361

2 PepsiCo, Inc.

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 63 056

3 JBS S.A.

BRÉSIL

CA 2015 (M\$) : 47 878

4 The Coca-Cola company

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 44 294

5 AB InBev

BELGIQUE

CA 2015 (M\$) : 43 604

6 Tyson foods Inc.

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 41 373

7 Mondelez International Inc.

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 29 636

8 Kraft Heinz

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 27 447

9 Archer Daniels Midlands

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 25 217

10 Danone

FRANCE

CA 2015 (M\$) : 23 113

11 Heineken Holding

PAYS-BAS

CA 2015 (M\$) : 22 772

12 Suntory

JAPON

CA 2015 (M\$) : 19 811

13 WH Group

CHINE

CA 2015 (M\$) : 19 147

14 General Mills

ÉTATS-UNIS

CA 2015 (M\$) : 17 630

15 Diageo

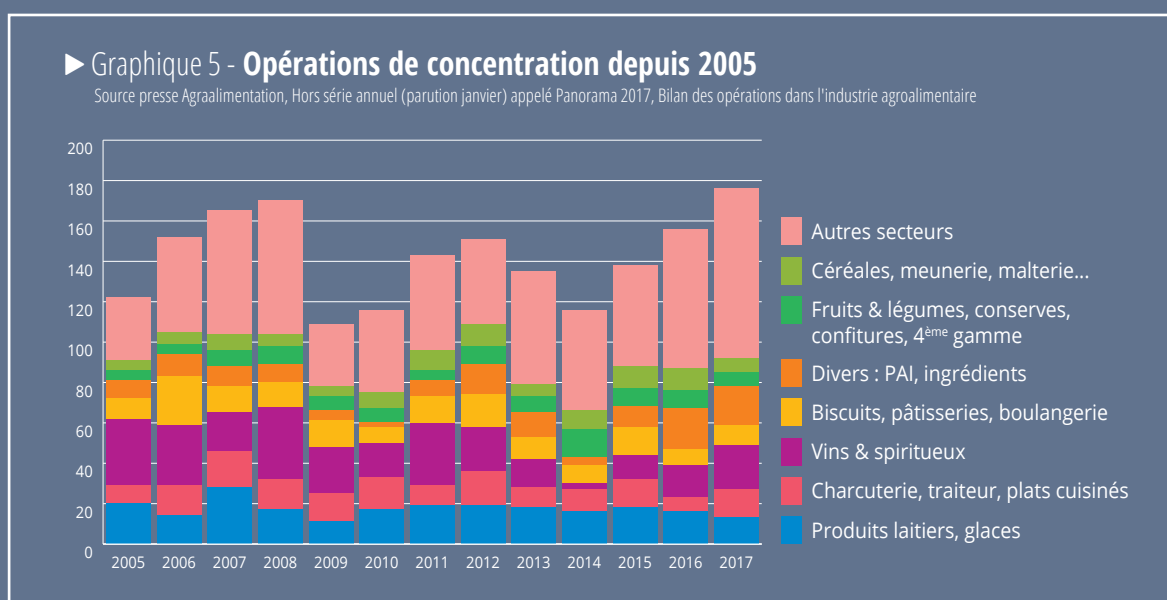
GRANDE-BRETAGNE

CA 2015 (M\$) : 16 529

Nestlé AG : Eaux, boissons ; produits laitiers, nutrition et glaces ; plats préparés et aides culinaires ; chocolat, confiserie et biscuits ; petfoods / PepsiCo : Boissons rafraîchissantes sans alcool, produits de grignotage, céréales pour petit déjeuner / JBS : Produits à base de viandes / The Coca-Cola company : Boissons rafraîchissantes sans alcool, eau embouteillée / AB InBev : Bière / Tyson Food Inc. : Élevage porcin, bovin et avicole, transformation de la viande, plats préparés à base de viande / Mondelez Inc. : Chocolat et produits de confiserie, transformation du café, biscuiterie, boulangerie industrielle, fabrication de fromages / Kraft Heinz : Boissons, fromages, produits de grignotage / Archer Daniels Midlands : Trituration des oléagineux et protéagineux, édulcorants, amidon, biocarburants, services agricoles, PAI (produits alimentaires intermédiaires) / Danone : Produits laitiers, eaux minérales, alimentation infantile, nutrition médicale / Heineken Holding : Bière / Suntory : Boissons alcoolisées, Boissons rafraîchissantes sans alcool / WH group : Produits à base de viandes / General Mills : Céréales, Légumes, Produits laitiers / Diageo : Spiritueux, Produits laitiers, Céréales

Pour les entreprises, la concentration est un enjeu essentiel pour accéder à une taille critique leur permettant de bénéficier d'économies d'échelle afin de rivaliser avec leurs concurrents européens, de se structurer face à la grande distribution et de réaliser les investissements nécessaires à l'innovation et à l'internationalisation. Une opération de concentration est constituée par la fusion de deux entreprises, l'acquisition d'une entreprise par une autre, la prise de participations, la création d'une entreprise commune.

Les prises de participations des grands groupes français à l'étranger sont un des facteurs soutenant la croissance du chiffre d'affaires global des IAA en 2016 et 2017, même si cette croissance est moins marquée dans les IAA que celle des autres secteurs de l'industrie. Les opérations de croissance externe des IAA ont été particulièrement dynamiques en 2016 et 2017, profitant de la faiblesse des taux d'intérêts et du contexte économique global plus favorable. Le graphique 5 retrace les opérations de concentration recensées dans la presse professionnelle depuis 2005.



En 2016 et 2017, parmi les 332 opérations de concentration, les secteurs les plus concernés sont :

- produits laitiers, glaces (34 accords) ;
- charcuterie, traiteur, plats cuisinés (25) ;
- biscuits, pâtisseries, boulangerie (23) ;
- fruits & légumes, conserves, confitures, 4^e gamme, divers : (23) ;
- céréales, meunerie, malterie (20) ;
- vins & spiritueux (15) ;
- PAI¹⁰, ingrédients (14).

10. Produit Alimentaire Intermédiaire : produit ayant subi au préalable un ou plusieurs traitements industriels avant d'être utilisés dans le processus de production d'un aliment



CRÉER DE LA VALEUR



LE COMITÉ STRATÉGIQUE DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE

Le 26 février 2018 le comité exécutif du Conseil national de l'industrie a validé, après une série d'audits, le comité stratégique de la filière agroalimentaire. Ce comité stratégique se veut recentré sur le maillon industriel de la filière. Il va se doter d'une feuille de route opérationnelle sur des thématiques ciblées reconnues comme essentielles pour le secteur.

Le premier comité stratégique de la filière alimentaire (CSFA) a été installé au niveau national en février 2013. Le contrat de filière signé le 19 juin 2013 rassemblait tous les maillons de la filière alimentaire, de l'agriculture au commerce en passant par les industries agroalimentaires, autour des enjeux majeurs du secteur : emploi, défi vert, innovation, exportation et relations commerciales. Il a été décliné dans toutes les régions et départements d'outre-mer sur la base de contrats régionaux de l'alimentation.

En novembre 2017, le Premier ministre a voulu donner une nouvelle impulsion au Conseil national de l'industrie (CNI) et a souhaité renforcer le rôle des filières industrielles. Dans ce cadre, un audit des comités stratégiques de filière (CSF) a été lancé. Le 26 février 2018 le comité exécutif du Conseil national de l'industrie a validé 10 comités stratégiques de filière, dont celui de la filière agroalimentaire. Le nouveau cahier des charges pour les CSF indique que la contractualisation portera notamment sur :

- la transformation numérique et écologique des entreprises ;
- la R&D et l'innovation ;
- l'emploi, les compétences et la formation ;
- l'internationalisation.

Le comité stratégique de filière agroalimentaire (CSFA), présidé par Richard Girardot (président de l'ANIA) a été recentré sur le maillon industriel de la filière agroalimentaire et se veut plus opérationnel avec un nombre limité de projets structurants.

En terme d'innovation, le CSFA reprend les objectifs de la solution « Alimentation intelligente », née de la deuxième phase de la stratégie « la Nouvelle France industrielle » en avril 2015 et qui s'articule autour de 5 défis prioritaires :

- reconquérir la compétitivité des métiers de la viande ;
- ouvrir le marché de l'alimentation fonctionnelle ;
- s'imposer dans les emballages du futur ;

- prendre le leadership du froid durable ;
- garantir la qualité et la sécurité des aliments et des boissons.

3 projets structurants sont déjà en cours :

- la création d'un pôle de compétences à dimension internationale sur les ferments et les produits fermentés ;
- l'organisation d'un grand programme sur les protéines du futur, dans un contexte où la demande en protéines explose au niveau mondial ;
- l'intégration du numérique dans les entreprises alimentaires.

Il est en effet essentiel d'accompagner la transformation numérique des entreprises du secteur pour plus de flexibilité, plus de traçabilité, de qualité et de sécurité sanitaire, de réduire les coûts de production et de développer le lien au consommateur. Dans le cadre du projet structurant « numérique », un des objectifs est la mise en place d'un référentiel des données agroalimentaires. Il s'agit d'un projet de plateforme collaborative où un grand nombre d'informations sur l'origine et les modes de fabrication des produits pourront être assemblées et partagées pour servir les besoins de la supply chain et d'information au consommateur. L'objectif est à la fois une meilleure information du consommateur, une meilleure traçabilité alimentaire, mais aussi de nouveaux modes de différenciation des produits et de création de valeur en mettant plus efficacement en relation les spécificités des produits et les attentes des consommateurs.

Le CSFA vise également à améliorer l'attractivité du secteur et des métiers de l'alimentaire et développement des formations de la filière.

Enfin, le contrat comporte un volet pour accompagner les PME alimentaires à l'international et promouvoir le « Modèle alimentaire français » à travers les produits, la gastronomie, et les savoir-faire des entreprises

Cet outil, qui devra connaître des déclinaisons régionales pour valoriser la richesse et la diversité des productions, représente un engagement de l'ensemble de la filière agroalimentaire à agir collectivement pour avancer sur les thématiques clés pour l'avenir du secteur.

RECHERCHE, DÉVELOPPEMENT ET INNOVATION DANS LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES

Les entreprises agroalimentaires sont innovantes, que ce soit en termes de produits, de procédés, de technologies, d'emballage, de marketing, etc. Elles peuvent être accompagnées par les pôles de compétitivité et par les instituts techniques agro-industriels. L'adoption de l'innovation a par ailleurs été identifiée comme étant le principal défi de l'agriculture et de l'agroalimentaire français dans le cadre des États généraux de l'alimentation (EGA).

L'innovation, un ingrédient à haute valeur ajoutée dans le secteur de l'agroalimentaire

L'innovation est une nécessité pour assurer la compétitivité et le développement des industries agroalimentaires (IAA). Les IAA innoveraient davantage que les autres secteurs (69 % contre 60 % pour les autres industries manufacturières et 48 % pour l'ensemble des secteurs). Le taux d'innovation des IAA a progressé, passant de 61 % sur la période 2010-2012 à 69 % sur la période 2012-2014, porté par les innovations technologiques. Les secteurs les plus innovants sont ceux des boissons, de la transformation et conservation de poissons, ou encore la fabrication d'autres produits alimentaires¹.

Au cours des dernières années, avec l'appui des pouvoirs publics, notamment dans le cadre du comité stratégique de filière et de la solution industrielle « Alimentation intelligente », la filière alimentaire s'est fortement mobilisée en faveur de l'innovation. Elle a engagé de nombreuses actions pour promouvoir la créativité sous toutes ses formes et faire émerger des projets innovants.

On rencontre tous les types d'innovation au sein des entreprises agroalimentaires : création de nouveaux produits, de nouvelles formulations, mise en œuvre de nouveaux procédés de fabrication, de nouveaux modes de distribution ou de livraison. La proportion d'entreprises agroalimentaires déclarant avoir innové d'un point de vue technologique a crû, passant de 46 % sur la période 2010-2012 à 51 % sur la période 2012-2014². Ces innovations constituent un enjeu particulièrement important pour les IAA, car directement liées à la production. L'innovation non technologique, organi-

sationnelle et marketing (52 % des IAA), représente la forme d'innovation la plus répandue dans les IAA, qui se distinguent ainsi des autres entreprises industrielles : l'innovation en marketing représente 37 % des innovations contre 24 % dans le reste de l'industrie manufacturière, et l'innovation organisationnelle 39 % contre 35 %.

L'innovation est souvent associée à la recherche et développement (R&D), mais ces deux concepts ne doivent pas être confondus. L'innovation n'implique pas forcément de la R&D et la R&D n'aboutit pas toujours à des innovations (voir encadré page 24). L'innovation peut par exemple résulter d'opérations techniques, marketing, organisationnelles, financières et commerciales novatrices, sans démarche de R&D.

En termes d'intensité, le taux d'innovation (rapport des dépenses d'innovation sur le chiffre d'affaires) est de 1,3 % en 2014 contre 3,4 % dans l'industrie manufacturière³. Même si les IAA innoveraient davantage que les autres industries manufacturières, la dépense d'innovations et de la R&D reste moins importante que dans l'industrie manufacturière.

Certains secteurs d'activités agroalimentaires se démarquent par leur intensité d'innovation tels que le secteur de la transformation et la conservation des poissons et crustacés (5,7 %), le secteur de la fabrication de boulangerie-pâtisserie et de pâtes alimentaires (3,1 %), le secteur de la fabrication d'autres produits alimentaires (1,8 %) et le secteur du travail du grain et de la fabrication de produits amylacés (1,7 %)⁴.

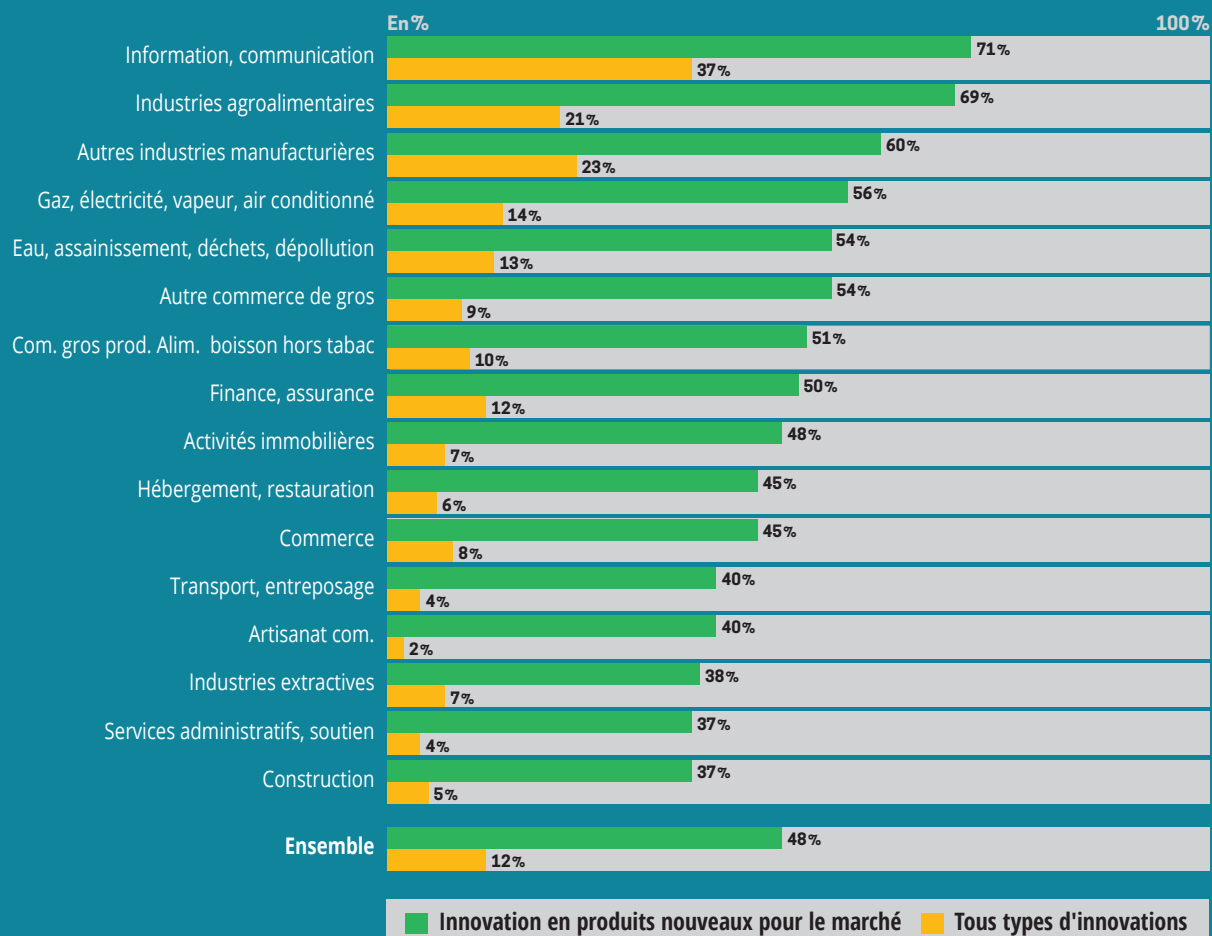
1. Source : AGRESTE
Les Dossiers n°42 - Avril 2018 -
L'innovation dans les entreprises
agroalimentaires

2. Source : AGRESTE
Les Dossiers n°42 - Avril 2018 -
L'innovation dans les entreprises
agroalimentaires - Graphique 2

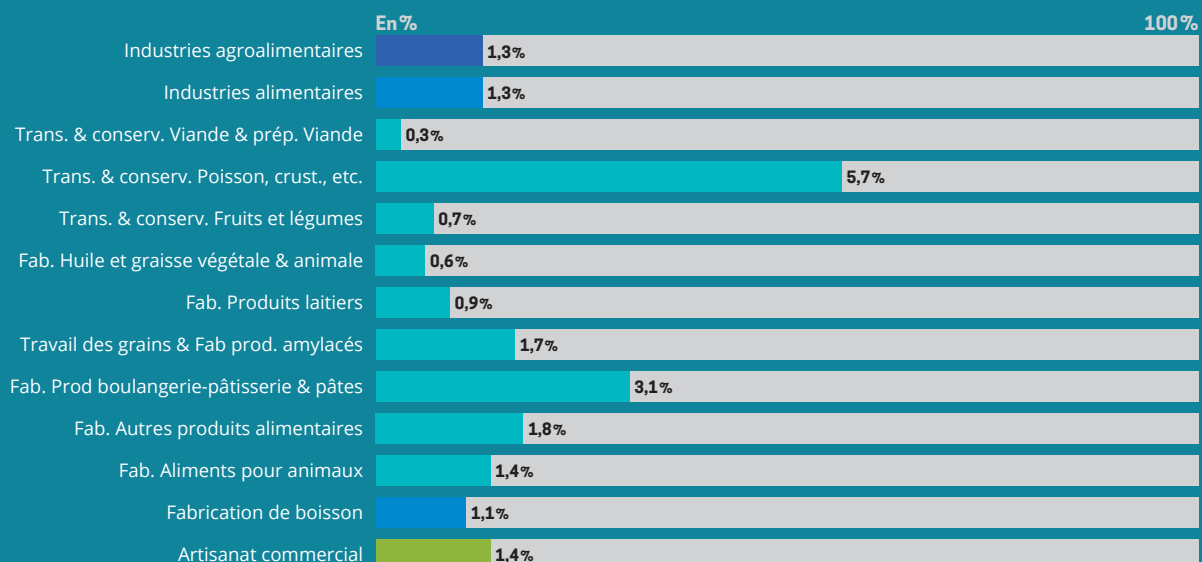
3. Source : AGRESTE
Les Dossiers n°42 - Avril 2018 -
L'innovation dans les entreprises
agroalimentaires - Tableau 4

4. Source : AGRESTE
Les Dossiers n°42 - Avril 2018 -
L'innovation dans les entreprises
agroalimentaires

► Graphique 1 - Les industries agroalimentaires, parmi les plus innovantes entre 2012 et 2014



► Graphique 2 - Dépenses d'innovation rapportées au chiffre d'affaires en 2014



QU'ENTEND-ON PAR RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT (R&D) ET PAR INNOVATION ?⁵

La R&D englobe les travaux de création entrepris de façon systématique en vue d'accroître la somme des connaissances, ainsi que l'utilisation de ces connaissances pour de nouvelles applications.

Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé (de production) nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques d'une entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures. L'innovation désigne à la fois la démarche de création et le résultat de cette démarche.

L'innovation peut être technologique (produits/process) ou non technologique (nouveaux modes d'organisation, de production, de design, de marketing).

L'innovation de produit correspond à l'introduction sur le marché d'un produit (bien, service) nouveau ou nettement amélioré par rapport aux produits précédemment élaborés par l'entreprise. Les changements de packaging ou de design qui ne s'accompagnent pas d'une modification

des fonctionnalités ou des usages ne constituent pas une innovation produit.

L'innovation de procédé se définit par l'introduction dans l'entreprise de procédés de production, d'une méthode de fourniture de services ou de livraison de produits, nouveaux ou nettement modifiés. Le résultat doit être significatif en ce qui concerne le niveau de production, la qualité des produits ou les coûts de production et de distribution.

L'innovation d'organisation concerne l'innovation tenant à la structure de l'entreprise, à l'organisation du travail, à la gestion des connaissances ou encore aux relations avec les partenaires extérieurs.

L'innovation de marketing se définit par la mise en œuvre de concepts ou de méthodes de ventes nouveaux ou significativement améliorés, afin d'améliorer les qualités d'appels des produits ou de l'offre des prestations ou afin d'entrer sur de nouveaux marchés.

5. Sources : Manuel d'Oslo - AGRESTE Les Dossiers n°31-Janvier 2016-L'innovation et l'utilisation des technologies de l'information dans les entreprises agroalimentaires - Service de la statistique et de la prospective

L'écosystème de la recherche & développement et de l'innovation dans le secteur agroalimentaire : des logiques structurantes à l'œuvre pour accompagner les transitions

6. <http://institut.inra.fr/Partenaires/Entreprises-et-filieres/Tous-les-dossiers/Domains-d-innovation>

7. Par exemple, pour en savoir plus l'innovation avec l'INRA sur les microbes : #MICROBINNOV (<https://inra-dam-front-resources-cdn.brainsonic.com/ressources/afile/437317-30117-ressource-plaquette-dimo-web.pdf>)

8. Un institut Carnot est une structure de recherche qui s'engage à développer une recherche partenariale de qualité. Il est reconnu pour ses compétences scientifiques et technologiques et sa capacité à répondre avec professionnalisme aux besoins de recherche et d'innovation des entreprises. Les Tremplins présentent un fort potentiel sans toutefois remplir tous les critères d'un Institut. Les Tremplins Carnot sélectionnés ont comme objectif d'obtenir le label Institut Carnot à un horizon de 3 ans

9. <http://www.agrifood-transition.fr/>

Des organismes de recherche finalisée (INRA, Irstea, Cirad), des instituts techniques agricoles et agro-industriels, des écoles d'enseignement supérieur agricole et des universités au double métier formation / recherche, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) : autant d'acteurs qui concourent à produire de la connaissance et éclairer l'élaboration des politiques publiques dans le domaine de l'agriculture, l'alimentation et l'agroalimentaire, à élaborer des chemins d'innovation sur l'ensemble des chaînes de valeur, en interaction avec les autres parties prenantes de l'écosystème : entreprises, citoyens, associations, etc.

Les acteurs de la recherche finalisée

La contribution de l'INRA à l'innovation, levier de compétitivité majeur pour les acteurs socio-économiques.

En 2016, l'INRA a revisité sa stratégie et créé une direction du partenariat et du transfert pour l'innovation (DPTI) afin d'optimiser son impact et renouveler le dialogue que l'institut entretient avec l'ensemble de ses partenaires, publics et privés. L'objectif est de diffuser et transférer les inventions de l'INRA plus rapidement, et de favoriser la co-conception des innovations grâce à des programmes de recherche collaborative. Dans le domaine spécifique de l'alimentation, l'Institut Carnot Qualiment porté par l'INRA a été renouvelé.

Depuis 2017, l'institut déploie 17 domaines d'innovation qui lui permettent de structurer son offre de recherche-innovation, dont certains touchent de près le secteur agroalimentaire⁶ : alimentation sur mesure, conception des qualités des aliments, protéines pour l'alimentation de l'homme et de l'animal, agriculture et alimentation en ville, et aussi micro-organismes pour l'alimentation et la santé de l'homme et de l'animal.⁷

En 2018, dans le cadre de son contrat d'objectifs et de performance 2017-2021 signé avec l'État, l'INRA met en œuvre un plan d'action Innovation, qui fait la part belle au développement de la transversalité, à l'accompagnement et la reconnaissance des collectifs, à l'approche par projet d'innovation collaborative, au développement d'une culture commune, à la communication et à la montée collective en compétences.

Le Tremplin Carnot Agrifood Transition

L'appel à candidatures Carnot3, sur financement du Programme d'Investissements d'Avenir (PIA), a permis de sélectionner 29 Instituts Carnot et 9 Tremplins Carnot⁸ en 2016. Ils forment ensemble un réseau national de recherche à fort ancrage territorial au plus près des entreprises.

Au cœur de la Bretagne et des Pays de la Loire, premier territoire agricole et agroalimentaire d'Europe, le Tremplin Carnot AgriFood Transition fédère 15 partenaires (centres techniques, unités de recherche publique) et structure une offre de recherche partenariale dans le domaine de l'alimentation durable, pour la santé de l'homme et de son environnement. Sa gouvernance intègre les industriels et les représentants professionnels (ACT Food Bretagne, ABEA, Chambres d'Agriculture, Triballat Noyal, Triskalia, Prince de Bretagne, etc.).

AgriFood Transition a organisé en février 2018 ses premières Rencontres à Ploufragan⁹. Quelques 70 personnes étaient réunies pour échanger et construire les futurs projets du Tremplin : chercheurs, acteurs socio-économiques tels que des semenciers, des fournisseurs et entreprises de l'agriculture, de l'aquaculture, de l'agroalimentaire, de l'alimentation animale, du secteur vétérinaire, des distributeurs, des pouvoirs publics, etc.

Les instituts techniques agro-industriels apportent des solutions aux PME

Les instituts techniques agro-industriels (ITAI) sont des organismes de recherche appliquée, d'expertise, d'assistance technique, de veille technologique ou réglementaire, de démonstration, de formation et d'information, au service des entreprises et en particulier des PME.

15 ITAI¹⁰ sont qualifiés par le ministère de l'Agriculture pour la période 2018-2022, reconnaissant leur capacité à mener des missions d'intérêt général au profit des filières de transformation. Ils sont fédérés et coordonnés au niveau national par l'Association de coordination technique pour l'industrie agroalimentaire (ACTIA), également qualifiée par le ministère, qui est le réseau français des instituts techniques de l'agroalimentaire.

Cinq d'entre eux ont obtenu la double qualification¹¹ d'institut technique agricole, pouvant ainsi accompagner les professionnels de l'amont et de l'aval des filières.

Ce sont près de 1200 spécialistes (chercheurs, ingénieurs et techniciens), répartis sur 80 sites au niveau national, qui innovent et proposent une gamme de services, le développement de produits ou de procédés, la mise au point de prototypes et d'outils d'aide à la décision, d'études et aussi de formations.

Ils collaborent à des projets de recherche nationaux et européens, mettant à disposition leurs expertises et leurs moyens généralistes ou spécialisés (laboratoires d'analyses microbiologiques et physico-chimiques, d'évaluation sensorielle, ateliers de transformation agréés CEE, halles de technologie avec des équipements pilotes, centres d'information, bases de données, chercheurs, ingénieurs et techniciens qualifiés régulièrement ressourcés).

Les ITAI participent à des Unités mixtes technologiques (UMT) et des Réseaux mixtes technologiques (RMT), dont l'ACTIA assure une coordination globale. Les UMT et RMT ont été créés pour favoriser les collaborations entre les acteurs du développement, de la recherche et de la formation sur des thèmes d'intérêt national et constituer des groupements de compétences visibles et reconnus.

Les régions, cheffes de file du développement économique et du soutien à l'innovation dans les territoires

La loi NOTRe (nouvelle organisation territoriale de la République) du 7 août 2015 confie aux régions une compétence élargie en matière de développement économique, recherche et innovation¹³.

10. Les 15 ITAI sont : ACTALIA, ADIV, ADRIA, AÉRIAL, BNIC, CÉVA, CTCPA, EXTRACTIS, IFBM, IFIP, IFPC, IFV, ITAB, ITERG, LNE

11. Les 5 instituts qui ont la double qualification ITA/ITAI sont : CÉVA, IFIP, IFPC, IFV, ITAB

12. http://www.actia-asso.eu/fiche/rmt-76-nutriprievius_2.html

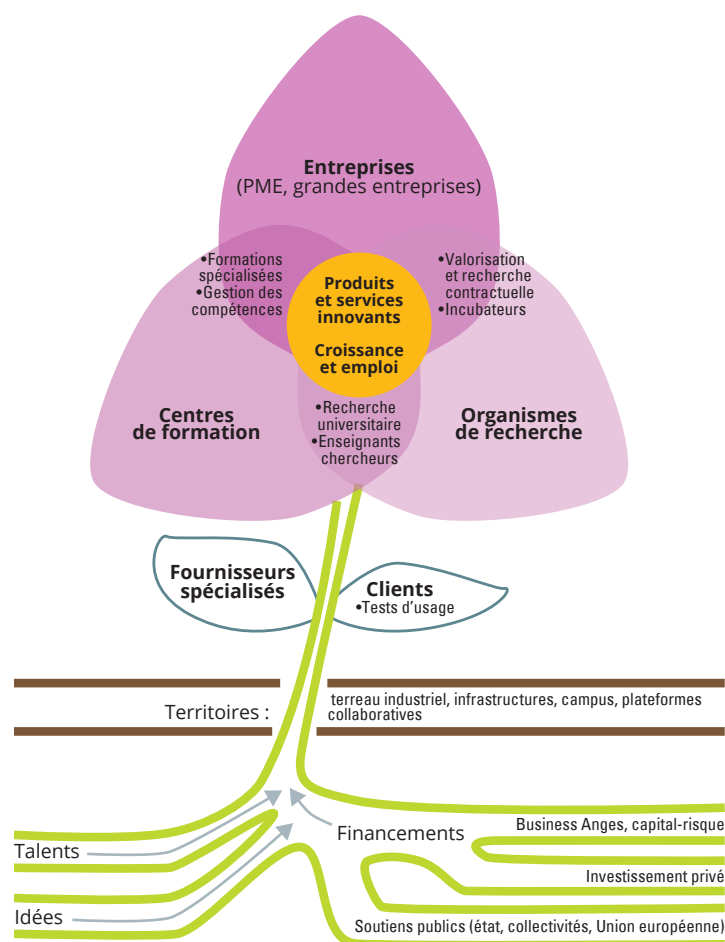
LE RÉSEAU MIXTE TECHNOLOGIQUE NUTRIPREVIUS

Par la mise en commun de compétences et de moyens techniques, le RMT ACTIA NUTRIPREVIUS¹² (2014-2018) apporte des réponses concrètes aux consommateurs, aux entreprises et aux pouvoirs publics sur :

- la détermination de la composition nutritionnelle des produits alimentaires ;
- l'évaluation de leur qualité nutritionnelle ;
- l'amélioration et la maîtrise de leur qualité nutritionnelle ;
- le transfert des connaissances vers les transformateurs.

Ce RMT a démarré ses travaux en janvier 2014. Il fait suite au RMT du même nom labellisé sur la période 2007-2013. Il est le fruit d'une collaboration entre ACTALIA, ADIV, ADRIA, AÉRIAL, le CTCPA et l'ITERG, tous qualifiés ITAI. Il est coordonné par le CRITT agroalimentaire de La Rochelle.

► Écosystème des pôles de compétitivité



13. Extrait de la loi NOTRe :
« Le conseil régional a compétence pour promouvoir le développement économique (...) et scientifique de la région (...) ».
La région définit un schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII) dans lequel sont précisées les orientations en matière d'aides aux entreprises et d'aides à l'innovation.

Les régions sont les autorités de gestion pour la mise en œuvre des fonds européens structurels et d'investissement, qui contribuent au financement de la recherche et développement et de l'innovation.

Le FEDER (Fonds européen de développement régional) est orienté sur les domaines retenus dans le cadre des stratégies régionales de spécialisation intelligentes (S3). Il intervient sur les thématiques suivantes :

- investir dans la recherche, le développement technologique et l'innovation ;
- améliorer la compétitivité des PME ;
- favoriser le développement des technologies de l'information et de la communication ;
- soutenir la transition vers une économie à faibles émissions de carbone.

Il peut par exemple financer via des aides directes (subventions, avances remboursables) ou via des instruments financiers

(fonds de capital-risque par exemple) des projets d'investissements (en particulier pour les TPE/PME) et des projets d'infrastructures.

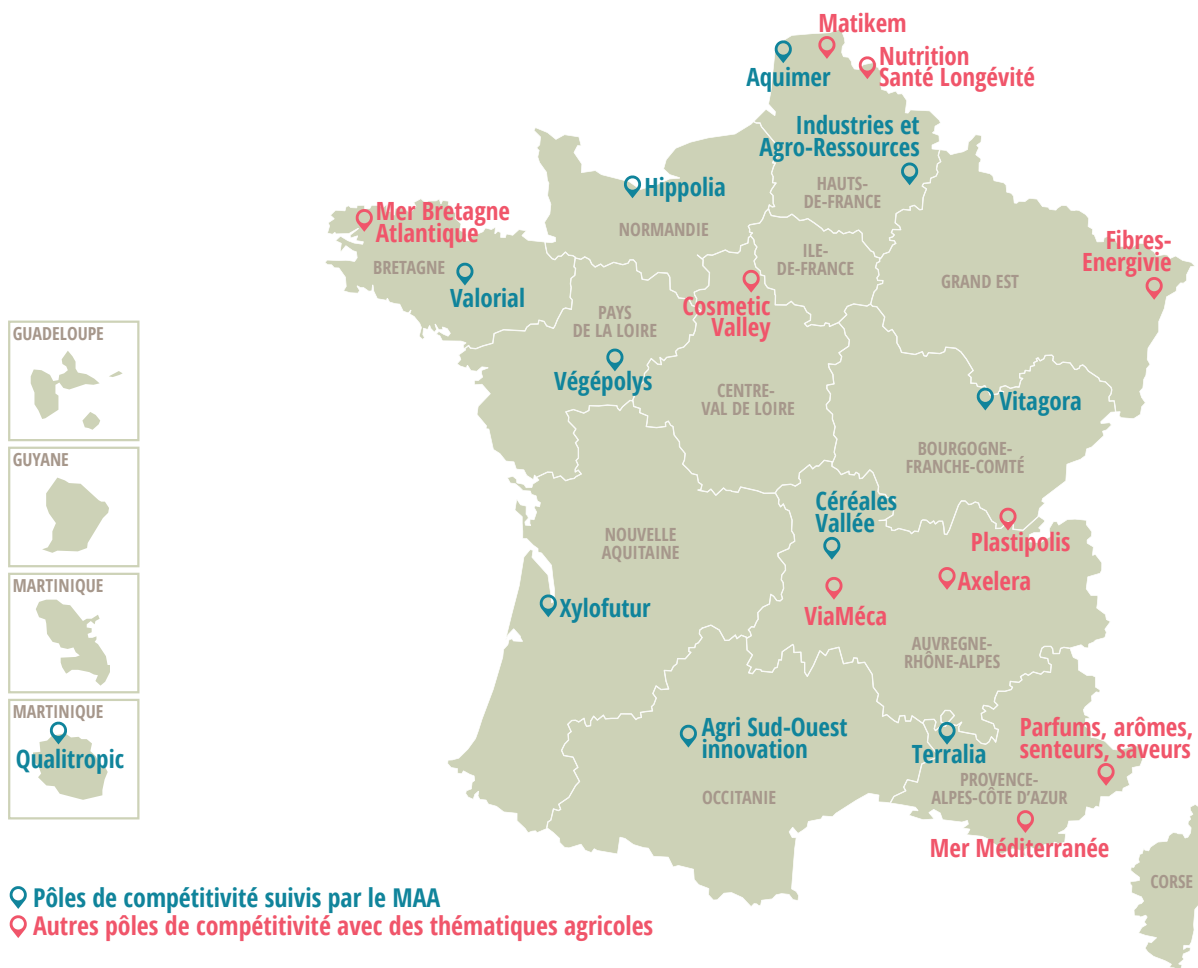
Le FEADER (Fonds européen agricole de développement rural), instrument de financement du 2^e pilier de la politique agricole commune (PAC), permet de financer notamment des projets de formation et de coopération dans le cadre des groupes opérationnels du Partenariat européen pour l'innovation (PEI).

Les pôles de compétitivité

Un pôle de compétitivité rassemble sur un territoire bien identifié et sur une thématique ciblée, des entreprises, des laboratoires de recherche et des établissements de formation, engagés dans une démarche partenariale, destinée à dégager des synergies autour de projets innovants collaboratifs en direction de marchés donnés, et disposant d'une masse critique assurant sa visibilité internationale.

Parmi les 66 pôles de compétitivité existants, 11 sont suivis directement par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Depuis 2016, le Fonds unique interministériel (FUI), appel à projets dédié aux projets labellisés par les pôles de compétitivité, a soutenu 29 projets collaboratifs innovants labellisés par ces pôles et relevant des secteurs suivis par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, dans des domaines aussi variés que la robotique, l'alimentation fonctionnelle, les nouveaux types d'emballage, la traçabilité, le biocontrôle... Le budget total des projets atteint plus de 80 M€ (soit environ 2,7 M€ / projet) dont 35 M€ d'aides publiques (soit environ 1,2 M€ / projet), dont 52 % par l'État et 48 % par d'autres financeurs (collectivités territoriales, fonds européens, etc.).

A l'été 2018, l'État a lancé un nouvel appel à candidatures pour labelliser des pôles de compétitivité sur la période 2019-2022, dite phase IV. Cette nouvelle phase de politique des pôles met particulièrement l'accent sur l'ambition européenne, en confiant aux pôles l'objectif de faire émerger davantage de projets collaboratifs européens.



LE CONSORTIUM PROTÉINES FRANCE

Protéines France est le consortium français d'entreprises ayant pour ambition de fédérer et de catalyser le développement des protéines végétales et nouvelles ressources. Créée en novembre 2017, l'association réunit 18 acteurs français du domaine des protéines issues des filières végétales mais aussi des nouvelles ressources : entreprises, coopératives, plateformes, centres de recherche...

Les membres de Protéines France représentent l'ensemble de la chaîne de valeur : de la production des ressources (semences, grandes cultures, protéagineux, insectes, algues, levures...) à leur transformation en ingrédients et en produits finis ainsi qu'à leur commercialisation.

La demande en protéines animales et végétales devrait doubler d'ici 2050, les projections démontrent que leur disponibilité actuelle ne

suffira pas. 4^{ème} exportateur mondial, la France dispose d'une excellence industrielle, ainsi que de start-ups et d'une activité de recherche de premier plan.

Protéines France a publié sa feuille de route innovation début 2018. Celle-ci précise la vision de l'association et identifie les enjeux technologiques pour la filière afin de faire de la France un leader du domaine à l'horizon 2030. Les principaux challenges d'innovation portent sur (1) la production des ressources (sélection variétale, conduite agronomique, etc.), (2) le fractionnement, l'extraction, la concentration et la fonctionnalisation des protéines et (3) la caractérisation et la formulation pour des applications en alimentation humaine et animale ainsi que biosourcées.¹⁴

14. Pour en savoir plus : <http://www.proteinesfrance.fr/>

PRÉPARER L'AVENIR L'ATELIER 14 DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION

L'atelier 14 des États généraux de l'alimentation s'intitule « Préparer l'avenir : quels investissements, quel accompagnement technique, quelle recherche pour une plus grande performance environnementale, sanitaire, sociale et économique ? ». Les travaux se sont concentrés sur les questions d'investissement, de recherche / innovation et de conseil.

L'adoption de l'innovation a été identifiée comme le principal défi de l'agriculture et de l'agroalimentaire français. Cela renvoie à la question de l'accompagnement du collectif et aux enjeux de formation. Les technologies numériques auront un rôle clé dans le changement d'échelle et l'accélération de l'adoption des nouvelles pratiques.

Le constat fait par l'atelier :

- la segmentation des filières, des marchés et des entreprises est de plus en plus marquée ;
- les sujets transversaux aux filières (biodiversité, bioéconomie, agro-écologie) occupent une place croissante ;
- les modalités de transfert évoluent très vite grâce aux technologies numériques ;
- le paysage des politiques de recherche et innovation change également avec la montée en puissance des conseils régionaux ;
- le chaînage de la R&D pour être plus rapide et décloisonné, doit passer d'une vision linéaire systématiquement descendante à un écosystème où toutes les parties prenantes sont connectées.

Les actions proposées en conséquence :

- renforcer la coordination entre les organismes de recherche, les établissements d'enseignement supérieur, les instituts techniques agricoles et agroalimentaires (via notamment leurs têtes de réseau ACTA et ACTIA), et les structures d'accompagnement techniques (APCA, ONVAR...) pour améliorer et accélérer le transfert de technologies et l'adoption des innovations ;

- mutualiser les actions de veille sur les innovations et assurer une large diffusion de l'information associée tant au niveau de l'agriculture que de l'agroalimentaire (enjeu majeur de telles approches collectives pour aider les TPE/PME à s'approprier les innovations) ;
- veiller à l'articulation des acteurs à l'échelle territoriale et sectorielle. Les pôles de compétitivité jouent un rôle important dans le développement d'innovations de terrain dans un processus transversal et ascendant ;
- mieux anticiper collectivement des questions réglementaires pour accélérer le moment venu la diffusion des innovations ;
- renforcer dans les secteurs agricoles et agroalimentaires, la formation initiale et continue qui occupe une place centrale dans les processus de diffusion des innovations.

L'atelier 14 a aussi rappelé la place centrale de l'agriculteur / de l'entrepreneur, et plus largement des acteurs de terrain, dans les processus d'innovation.

Pour soutenir la recherche et l'innovation, les EGA ont proposé de retenir les axes suivants :

- mettre en œuvre les volets recherche et innovation des plans de filière ;
- mettre en œuvre le volet agricole du grand plan d'investissement ;
- mobiliser la recherche publique en priorité sur la transformation des systèmes agricoles vers l'agro-écologie et les alternatives aux produits phytosanitaires, l'alimentation humaine, la bioéconomie durable, le numérique et les données ;
- structurer une recherche pluridisciplinaire à finalité directe d'aide à la décision publique dans le champ de la prévention primaire en alimentation et santé ;
- élaborer une feuille de route numérique pour les secteurs agricoles et agroalimentaires.

↳ Liens utiles pour en savoir plus

Les pôles de compétitivité : <http://competitivite.gouv.fr/>

Les instituts techniques agro-industriels : <http://www.actia-asso.eu/accueil/index.html>

Les RMT/UMT : <http://agriculture.gouv.fr/reseaux-et-unites-mixtes>

AGRESTE

L'innovation dans les entreprises agroalimentaires - Agreste les Dossiers n° 42 - avril 2018 :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/enquetes/entreprises-agroalimentaires/innovation-entreprise-des-iaa/>

LES RELATIONS COMMERCIALES AU SEIN DE LA FILIÈRE

Les relations commerciales en France s'inscrivent cette année dans le contexte des États généraux de l'alimentation lancés à l'été 2017, qui ont mis en lumière la nécessité d'une meilleure répartition de la valeur au sein de la chaîne alimentaire et d'une évolution des pratiques commerciales.

Le paysage de la grande distribution connaît aujourd'hui à la fois des mouvements de concentration interne et des pressions extérieures qui poussent le secteur à se transformer. L'action de la puissance publique, à travers notamment les missions de la DGCCRF et des différentes médiations, reste incontournable pour réguler et pacifier les relations commerciales.

La distribution alimentaire, entre concentration et spécialisations

La grande distribution, un secteur fortement concentré et en pleine mutation

Le redressement de la grande consommation en grande distribution

En 2017, l'alimentaire a pesé 78,9 % du chiffre d'affaires dans les hypermarchés¹⁵, et 91,3 % dans les supermarchés¹⁶.

2017 a été marqué par un redressement de la consommation en grande distribution, et une croissance tirée par le secteur alimentaire et consommation courante. En 2017 la croissance du chiffre d'affaires alimentaire a retrouvé son niveau de 2014, à 1,5 %, après deux années en léger creux (+ 1 %). Toutefois l'évolution des ventes est davantage imputable à l'effet prix qu'à une croissance des volumes (progression de 0,5 % du nombre de produits vendus) en particulier grâce à la montée en gamme de la consommation.

A l'exception des produits surgelés salés, dont le chiffre d'affaires est stable, et de l'ultra frais, qui a un chiffre d'affaires en baisse, tous les rayons alimentaires en libre service ont connu une progression de leur chiffre d'affaires en 2017. Le rayon produits frais hors produits laitiers est celui qui a connu la plus forte progression en valeur (+ 3,7 %), suivi du rayon boissons, alcoolisées ou non (+ 2,5 %), des rayons crèmerie et épicerie (+ 1,5 % pour les deux)¹⁷.

En 2016, les grandes surfaces d'alimentation générale ont réalisé 64,4 % des parts de marché du commerce de détail. Derrière, l'alimentation spécialisée (boulangeries-pâtisseries, boucheries-charcuteries, autres magasins) a réalisé 19,6 % de parts de marché.

Un environnement de la grande distribution en pleine transformation

Si les consommateurs restent attachés aux grandes enseignes pour leurs achats alimentaires, on constate le développement de magasins spécialisés (points de vente bio, frais, surgelés, etc.) qui participent à la croissance des marchés alimentaires. Les consommateurs y font leurs courses de plus en plus souvent, multipliant ainsi le nombre de circuits fréquentés. Face à cette mutation, les enseignes traditionnelles testent de nouveaux types de magasins et de nouveaux modes de livraison.

Le drive, système où le client commande en ligne et se déplace pour récupérer sa marchandise, est ainsi en forte augmentation ces dernières années. Les drives peuvent être des entrepôts isolés, dit déportés, ou un service rattaché à une grande surface. La France comptait 2 903 drives en 2015, et le nombre a été porté à 4 343 en 2017¹⁸. Parmi les enseignes, E.Leclerc Drive réalise la meilleure performance avec un taux de 11,5 % de pénétration du marché¹⁹.

15. Hypermarché : Surface de vente est supérieure ou égale à 2 500 m² Supermarché : Surface de vente est comprise entre 400 et 2 500 m²

16. Source : Nielsen Total Store Read – Année 2017

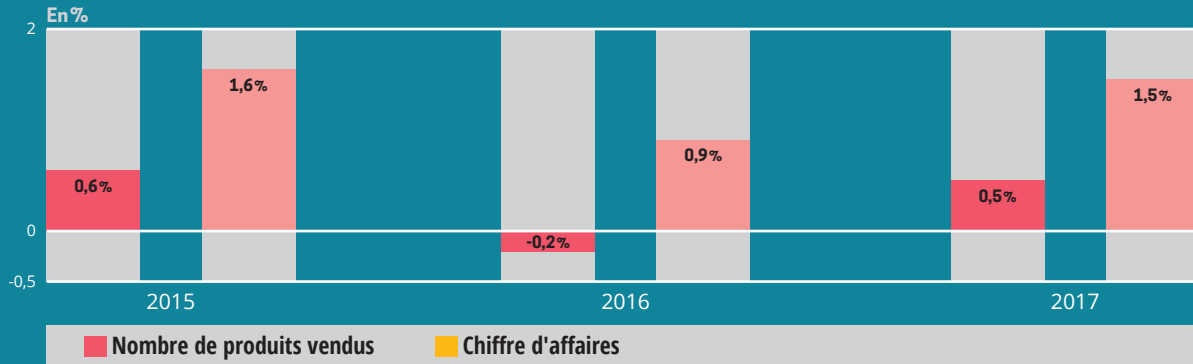
17. Source : Nielsen Scantrack – Cumul douze mois arrêté au 31 décembre 2017

18. Source : Drive Insights

19. Kantar Worldpanel, Année 2017

► Graphique 1 - Produits de grande consommation : un rebonds des ventes en 2017

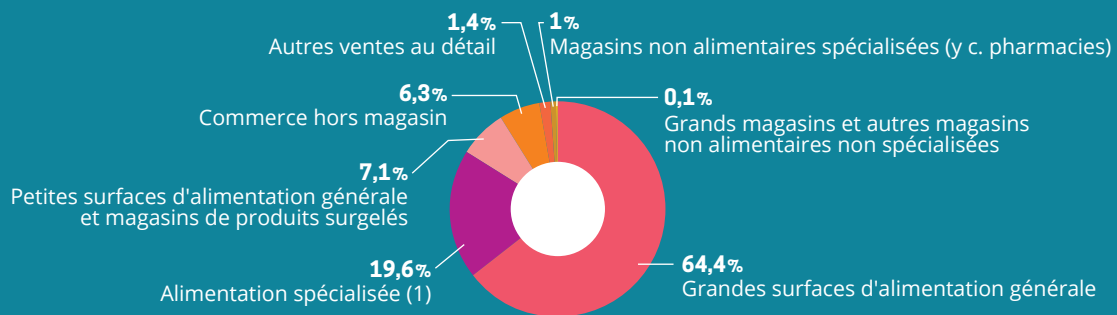
Source : Nielsen ScanTrack PGC-FLS CAM P13 2017. Hypermarchés, supermarchés, drive et proximité



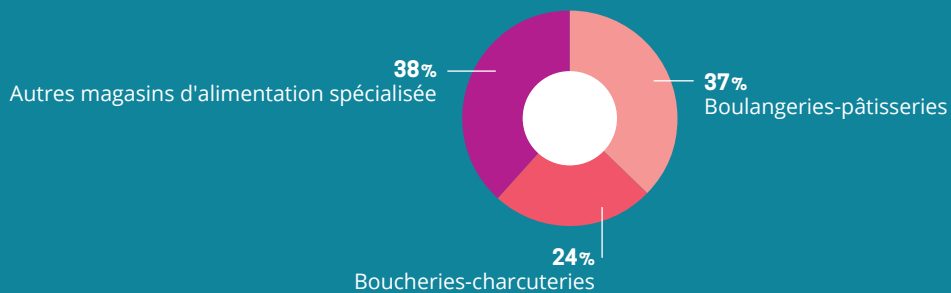
► Graphique 2 - Parts de marché du commerce de détail selon la forme de vente en 2016 : produits alimentaires

Champ : France. Source : Insee, comptes du commerce – base 2010. p : données provisoires. (1) : y compris l'artisanat commercial

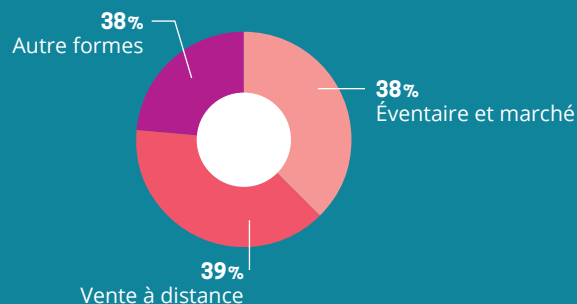
FORMES DE VENTE



RÉPARTITION DE L'ALIMENTATION SPÉCIALISÉE



RÉPARTITION DU COMMERCE HORS MAGASIN



Le renforcement des alliances à l'achat

Le marché de la grande distribution en France se caractérise par une forte concentration. Les accords de coopération à l'achat permettent aux enseignes de gagner des parts de marché. Le mouvement a pris de l'ampleur à partir de septembre 2014, lorsque Système U s'est allié avec le groupe Auchan à travers la centrale Eurachan. Suite à cette alliance, la tendance s'est poursuivie avec l'annonce le 8 octobre 2014 d'une alliance entre Casino et Intermarché, et le 22 décembre 2014 d'une alliance entre Cora et Carrefour.

La multiplication de ces accords a significativement renforcé le degré de concentration et a abouti à la constitution d'une puissance d'achat significative des opérateurs concernés, lesquels disposaient déjà d'un poids significatif au stade de la distribution de détail. Les quatre grands acteurs (ITM/groupe Casino, Carrefour/Cora, Auchan/Système U et E.Leclerc) ayant conclu ces accords représentaient ensemble plus de 90 % du marché.

Inquiets de l'impact concurrentiel que ces différents partenariats à l'achat pourraient entraîner, le ministre de l'Économie et la Commission des affaires économiques du Sénat ont saisi l'Autorité de la concurrence. Celle-ci a rendu un avis en avril 2015, soulignant des risques d'effets pro-concurrentiels notamment sur les niveaux de prix des produits de grande consommation, et des risques concurrentiels sur les marchés amont et aval.

Plus récemment, en avril 2018, Auchan et Casino ont annoncé avoir entamé des négociations exclusives pour mettre sur pied un « partenariat stratégique mondial » pour leurs achats. Ce partenariat, qui intègre Système U, couvrirait à la fois les domaines alimentaires et non alimentaires, mais les deux groupes ont précisé qu'« en parfaite cohérence avec les engagements pris [...] dans le cadre des récents États généraux de l'alimentation, il ne portera notamment pas sur les produits frais traditionnels agricoles ».

Cette nouvelle alliance pourrait permettre à ces deux acteurs de devenir le deuxième acheteur mondial derrière Walmart. En matière de parts de marché alimentaire, le partenariat Auchan/Casino représenterait alors un total de 32,6 % de parts de marché en France²⁰. Dans le même temps, Intermarché et Casino ont mis fin à leur alliance à l'achat, INCA-Achats, qui avait été créée en novembre 2014.

De la même façon Carrefour et le distributeur britannique Tesco se sont lancés en juillet 2018 dans une alliance d'achat à l'échelle européenne. En plus d'accroître le poids des distributeurs dans les négociations, ce partenariat stratégique engendre de nouveaux risques notamment celui de la délocalisation des négociations commerciales hors de France.

Le sujet des alliances à l'achat s'est invité dans le débat parlementaire à l'occasion des discussions sur le projet de loi portant sur l'équilibre des relations commerciales, qui prévoit un renforcement de l'encadrement des centrales d'achat.

Les MDD

Créées au début des années 1980, les marques de distributeur (MDD) ont depuis connu une forte évolution. La part de marché en valeur des MDD représentait 27,1 % du chiffre d'affaires des enseignes en 2000, et a atteint 37,3 % en 2009. Mais le développement est aujourd'hui enrayé et depuis quelques années les MDD ne cessent de perdre des parts de marché face aux marques nationales et aux marques de PME. Le marché des MDD a stagné avant de diminuer pour atteindre en 2017 32,5 % du chiffre d'affaires²¹.

Ces évolutions générales masquent des évolutions différentes par segment. Tandis que les chiffres d'affaires des MDD standard et premiers prix ont diminué voire stagné en 2017, les MDD bio ont vu leur chiffre d'affaires progresser de + 16,7 %.

21. Nielsen ScanTrack, Année 2017, PGC + frais LS

► **Une croissance alternative à la distribution généraliste : dynamisme des circuits spécialisés**

Evolution du chiffre d'affaires entre 2016 et 2017

Distribution généraliste : Hypermarchés, supermarchés, drive et proximité

Source : The Nielsen Company - 2018

30



+1,5%

Distribution généraliste



Spécialistes bio

+16%



Spécialistes frais

+7%



Surgelés

+1%



Animaleries

+5%



Solderies

+8%

Le dynamisme des marchés de plein air et des ventes directes²²

Les marchés de plein air constituent l'une des formes de commerce les plus anciennes et restent aujourd'hui incontournables dans le paysage commercial français. A la suite du déclin des marchés de plein air dans les années 1970-1980 en raison de la concurrence des grandes surfaces, les pouvoirs publics ont voulu les redynamiser. Le 1^{er} avril 1994 une convention est signée entre le gouvernement, l'Association des maires de France et les organisations professionnelles des commerçants non sédentaires pour reconnaître les marchés comme appartenant au patrimoine économique et culturel national et pour affirmer qu'ils doivent conserver leur place au sein du secteur de la distribution française. Depuis les années 2000, les marchés de plein air connaissent un nouveau dynamisme, porté par un regain d'intérêt des consommateurs, de plus en plus à la recherche de produits frais et locaux et de relations commerciales directes avec les producteurs. Les marchés assurent un rôle de proximité, d'animation et de dynamisme économique des territoires.

On estime aujourd'hui à 10 683 le nombre de marchés alimentaires en France, dont 8 101 marchés alimentaires de plein vent réguliers (hors halles et ayant lieu au moins tous les 15 jours) soit 1,6 marché par commune. Les marchés alimentaires ont lieu en moyenne 1,1 fois par semaine. 38 536 entreprises vendent des produits alimentaires sur les marchés de plein vent en France, et parmi elles, 22 658 entreprises sont sur le périmètre du commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers. Les activités les plus représentées sur les marchés alimentaires de plein vent sont la vente de fruits et légumes (35 %), la vente de produits à base de viande (18 %), la vente de

produits laitiers (13 %), la vente de poissons et coquillages (11 %), et l'activité de traiteurs (6 %).

Cette activité est fortement marquée par la saisonnalité des produits vendus pour environ un quart des entreprises vendant des fruits et légumes, qui connaissent trois mois de période basse en moyenne (le plus souvent en hiver, de janvier à mars), et trois mois et demi de période haute (entre le début du printemps et la fin de l'automne avec un pic en été).

12 % des commerçants disposent également d'un point de vente sédentaire. Pour ces commerçants, qui déclarent des revenus plus élevés que la moyenne, l'activité sur les marchés représente la moitié de leur chiffre d'affaires, à part égale avec les ventes en magasin. Ils ont également su mieux résister au cours des dernières années : 34 % ont vu leur activité progresser, contre 13 % pour les commerçants uniquement itinérants.

Estimés à 8 % du marché des produits alimentaires²³, les circuits courts prennent des formes diverses : vente directe à la ferme, sur un marché de producteurs ou dans le cadre d'une association, tout comme la vente indirecte à des revendeurs ou via une plate-forme Internet, etc. Ils répondent à la volonté des producteurs de réduire les intermédiaires afin d'augmenter leur marge, mais aussi de créer du lien avec le consommateur, à la recherche de transparence et de relation directe avec la personne responsable de la qualité de ce qu'il consomme.

Le ministère de l'Agriculture a porté différents programmes pour soutenir cette tendance, tel que le plan de soutien aux circuits courts en 2009, ou les projets alimentaires territoriaux mis en place par la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt en 2014.

22. La vente directe est la transaction qui se déroule sans intermédiaire entre une personne à l'origine de l'existence du produit ou de la transformation d'un produit (le producteur ou le transformateur) et l'acheteur final

23. « Le profil socio-économique du commerce de détail alimentaire sur marchés de plein vent » d'Obea, 19 septembre 2016

L'encadrement législatif et réglementaire

Un encadrement législatif en évolution

Avant la loi issue des États généraux de l'alimentation, la puissance publique a cherché à rééquilibrer le rapport des forces dans les négociations commerciales et à remédier aux pratiques commerciales déloyales, nées de ce rapport de force déséquilibré, par différentes législations. Depuis une quinzaine d'années, des mesures législatives ont ainsi posé de nouvelles exigences en matière d'encadrement des relations commerciales et d'obligations des opérateurs, et ont objectivé, par la création de nouvelles instances, les relations commerciales tout au long de la chaîne.

Les actions de la DGCCRF

Au sein du ministère chargé de l'économie, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui est une direction d'enquête, veille à la bonne application de la législation, sur les pratiques commerciales notamment.

En 2017, ses agents ont effectué 15 552 actions de contrôle auprès de 9 134 établis-

sements concernant l'équilibre et la transparence des relations commerciales, notamment dans les rapports entre les catégories d'opérateurs suivants²⁴ :

- Entre fournisseurs et distributeurs (ex. influence des accords de coopération à l'achat dans la grande distribution sur les négociations commerciales avec les fournisseurs, demandes de compensation de marges). Le 13 avril 2017 la DGCCRF a annoncé l'assignation des sociétés INCA Achats, Intermarché et Casino devant le Tribunal de commerce de Paris pour des pratiques commerciales abusives.
- Entre franchiseurs et franchisés (ex. réseaux de distribution alimentaire).
- Entre les places de marché sur internet et les professionnels qui y proposent des biens et des services.
- Entre donneurs d'ordres et sous-traitants.

En 2018, la DGCCRF poursuivra ses investigations dans le secteur de l'économie numérique, sa surveillance du fonctionnement des marchés et des filières et son action en vue de l'identification et de la maîtrise des risques émergents pour la santé et la sécurité des consommateurs.

24. Rapport 2017 de la DGCCRF : https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/rapports_activite/2017/resultats-dgccrf-2017.pdf



Entreprise Bijou, spécialisée dans la fabrication de pâtisseries traditionnelles. Chaîne de production.

RAPPEL DES ÉVOLUTIONS LÉGISLATIVES DEPUIS 2001

- En 2001, **la loi sur les nouvelles régulations économiques** a créé la commission d'examen des pratiques commerciales, qui a pour mission de donner des avis sur des questions concernant les pratiques en termes de relations commerciales entre les différents partenaires économiques. Outre les représentants de l'administration, elle est composée de membres de juridictions administratives et judiciaires, de personnalités qualifiées et d'un nombre égal de représentants des producteurs et de revendeurs. Elle est présidée par un député, Benoît Potterie.
- En 2005, **la loi en faveur des petites et moyennes entreprises** a imposé la rédaction d'un contrat annuel précisant les services rendus et les modalités de leur exécution.
- En 2008, **la loi de modernisation de l'économie** assouplit la négociation des conditions de vente et des tarifs entre fournisseurs et distributeurs. En contrepartie, elle renforce la répression des comportements abusifs et sanctionne les situations de déséquilibre significatif.
- En 2010, **la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche** visait à renforcer la compétitivité des exploitations agricoles et a permis de rendre obligatoires par décret ou par extension d'accord interprofessionnel, la conclusion de contrats de vente écrits entre les producteurs et leurs premiers acheteurs, ou entre les opérateurs économiques propriétaires de la marchandise et leurs acheteurs. Le dispositif a notamment été mis en œuvre dans le secteur du lait de vache et des fruits et légumes.
- En 2014, **la loi relative à la consommation** a rendu obligatoire la présence d'une clause de renégociation dans tous les contrats supérieurs à une durée de trois mois et portant sur la vente de produits dont la liste est définie par décret. La même année, la loi d'avenir pour l'agriculture renforce la procédure de médiation en la rendant obligatoire, avant toute saisine du juge, pour l'exécution de contrats portant sur la vente de produits agricoles et alimentaires.
- En 2015, **la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques** prévoit une convention unique simplifiée pour les relations entre grossistes et fournisseurs, et oblige les centrales d'achat à notifier à l'Autorité de la concurrence tout accord entre elles visant à négocier de manière groupée l'achat de produits ou de services aux fournisseurs.
- En 2016, **la loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite Sapin II**, renforce les missions de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires en permettant à son président de proposer au président du tribunal de commerce d'adresser une injonction aux entreprises n'ayant pas déposé leurs comptes. Les entreprises peuvent ainsi être contraintes de se soumettre à cette obligation, sur décision du président du tribunal de commerce, sous peine d'une astreinte financière pouvant aller jusqu'à 2 % du chiffre d'affaires journalier en France.

La loi donne la possibilité aux industriels et à la grande distribution de conclure des accords pluriannuels pour une période de trois ans, intégrant une clause obligatoire de révision de prix. Elle modifie le contenu obligatoire des conditions générales de vente relatives à des produits alimentaires comportant un ou plusieurs produits agricoles non transformés soumis à la contractualisation. Celles-ci doivent préciser le prix prévisionnel moyen payé aux producteurs. Dans les contrats prévus au L.631-24, les critères et modalités de détermination du prix devront faire référence à un ou plusieurs indicateurs publics d'évolution des coûts de production en agriculture et à un ou plusieurs indices publics des prix des produits agricoles ou alimentaires.

La loi met en place un accord-cadre entre les acheteurs et les organisations de producteurs ou associations de producteurs, pour les filières soumises à contractualisation écrite obligatoire.
- En 2018, **le projet de loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable** rénove la contractualisation : le producteur devient l'auteur de la proposition initiale du contrat, ce qui permet d'inverser la construction du prix afin de mieux tenir compte des coûts de production. Le projet de loi procède à une refonte des dispositions applicables du code de commerce pour en améliorer la visibilité. Par ailleurs, afin d'accompagner la mise en place d'un cadre apaisé des relations commerciales, le seuil de revente à perte est relevé et les promotions font l'objet d'un encadrement en valeur et en volume.

UNE ACTION MENÉE AU NIVEAU EUROPÉEN

Le rapport 2016 de la « Task force » marchés agricoles

Après une dizaine de mois de travaux, la « Task force » sur les marchés agricoles a rendu en novembre 2016 un rapport à la Commission européenne. Ce groupe de travail à haut niveau, composé de 12 experts représentant tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, avait été mandaté par la Commission pour présenter des propositions visant à améliorer la position des agriculteurs au sein de la chaîne.

Les conclusions du rapport recommandaient :

- l'introduction d'un cadre européen harmonisé en matière de pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire ;
- de clarifier les règles européennes de la concurrence pour permettre aux agriculteurs de s'organiser ;
- de prendre des mesures pour améliorer la transparence du marché afin de favoriser une concurrence effective tout au long de la chaîne ;
- d'examiner la faisabilité et l'efficacité des mécanismes de partage ex ante de la valeur ajoutée créée ;
- de renforcer les mesures de gestion des risques en rendant les outils d'assurance plus attractifs.

Ces préconisations ont été prises en compte pour partie, à travers le règlement Omnibus, et la proposition de directive portant sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire.

Règlement Omnibus

Le 11 décembre 2017, le volet agricole du règlement "Omnibus" a été adopté par le Conseil "Agriculture et pêche" à la suite de l'accord informel intervenu le 12 octobre avec le Parlement européen. Le volet agricole concerne la modification des quatre

règlements relatifs à la PAC : paiements directs, développement rural, organisation commune des marchés et règlement horizontal. La possibilité de négocier collectivement les modalités de partage de la valeur dans les contrats sera étendue à des secteurs autres que celui du sucre. En effet, les producteurs et les associations de producteurs et leur premier acheteur peuvent désormais s'entendre sur des clauses de partage de la valeur, qui peuvent déterminer comment l'évolution des prix sur les marchés sera répartie entre eux. Par ailleurs le règlement introduit un droit à un contrat écrit : le producteur, une organisation de producteurs ou une association d'organisation de producteurs peut exiger que toute livraison de ses produits à un transformateur ou à un distributeur fasse l'objet d'un contrat écrit entre les parties, ou d'une offre écrite de contrat par les premiers acheteurs.

Proposition de directive sur les pratiques commerciales déloyales

En avril 2018, à la demande du Parlement européen et du Conseil, et partant du constat que plusieurs États membres n'avaient pas de mesures spécifiques pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales, la Commission a publié une proposition de directive sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne alimentaire. Elle propose d'établir une liste minimale de pratiques à interdire et d'autoriser sous condition d'autres pratiques qui seront mentionnées dans le contrat. L'objectif est de créer au niveau européen une protection de base pour les opérateurs de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, grâce à une harmonisation minimale des règles, à des règles d'exécution communes et à la coordination des efforts déployés en matière de contrôle, tout en permettant aux États membres d'aller au-delà des exigences de la directive.

L'action des médiateurs

La médiation, quelle que soit son objet et sa forme, est regroupée dans un cadre commun par la loi du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative, qui a par la suite été modifiée par l'ordonnance du 16 novembre 2011 portant transposition de la directive sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale. Les dispositions communes à la médiation se retrouvent dans le chapitre Ier du Titre II de la loi du 8 février 1995.

L'ordonnance de 2011 définit la médiation comme tout processus par lequel deux ou plusieurs parties tentent de parvenir à un accord en vue de la résolution amiable de leurs différends, avec l'aide d'un tiers. Les médiations partagent des garanties communes :

- exigence d'impartialité et de compétence ;
- confidentialité ;
- possibilité pour les juridictions de rendre exécutoires les accords issus des médiations.

Depuis 2015, il n'est plus possible d'introduire une instance judiciaire sans justifier d'une tentative de résolution amiable du différend. À défaut de justification de cette tentative, le juge pourra désigner un médiateur ou un conciliateur (décret 2015-282 du 11 mars 2015).

Le médiateur des entreprises

La médiation des relations interentreprises industrielles et de la sous-traitance a été créée par décret du président de la République en avril 2010, suite aux conclusions des États généraux de l'industrie qui avaient mis en évidence les effets néfastes d'un déséquilibre existant dans les relations entre clients et fournisseurs, et à un rapport parlementaire qui mettait en exergue les difficultés rencontrées par les PME face à leurs clients grands groupes. Fin 2012, le dispositif est élargi à l'ensemble des acteurs économiques privés.

En 2016, la médiation interentreprises et la médiation des marchés publics ont fusionné, et un décret du 14 janvier 2016 a

institué la nouvelle entité. Selon ce décret, le médiateur des entreprises assure les fonctions précédemment exercées par la médiation interentreprises et la médiation des marchés publics.

Depuis les débuts de la médiation, près de trois médiations sur quatre ont abouti à une solution co-construite et négociée entre les deux parties, se concrétisant soit par un protocole d'accord signé, soit par un accord verbal²⁵. Entre 2010 et 2017, le nombre de saisines a été multiplié par dix. En 2016, la médiation a reçu 1 070 saisines et 970 médiations ont été menées. Au premier semestre 2017, la hausse s'est poursuivie pour arriver jusqu'à 1 100 saisines à la fin de l'année.

Le Médiateur des entreprises a également pour mission de faire évoluer positivement et durablement les comportements, notamment grâce à la charte et au label Relations fournisseurs et achats responsables, en partenariat avec le Conseil national des achats. La charte vise à inciter les acheteurs à adopter des pratiques responsables vis-à-vis de leurs fournisseurs, par le biais d'engagements pragmatiques. Le label, qui a été mis en place en 2012, a été renouvelé en 2017 pour prendre en compte la nouvelle norme internationale achats responsables ISO20400. Il distingue les entreprises ou entités publiques ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs. À ce jour, seuls deux entreprises dans le secteur agroalimentaire ont été labellisées.

Le médiateur des relations commerciales agricoles

Le médiateur des relations commerciales agricoles (MRCA) s'est substitué au médiateur des contrats avec le décret du 18 mai 2015, pris en application de la loi d'avenir de 2014. Initialement cantonné à la possibilité pour les parties de saisir le médiateur de tout litige relatif à la conclusion ou à l'exécution d'un contrat ayant pour objet la vente ou la livraison de produits agricoles et de produits alimentaires destinés à la revente ou à la transformation, tous secteurs confondus, il peut désormais être

25. Rapport d'activité 2017 du Médiateur des entreprises

26. Pour plus d'informations, se référer au dépliant sur les deux médiateurs : https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/mediateur-des-entreprises/IMAGES/Mediateurs_MDE-et-MRCA.pdf

également saisi des litiges liés à la renégociation du prix prévue à l'article L. 441-8 du code de commerce et peut prendre toute initiative de nature à favoriser la résolution amiable du litige entre parties. De plus le MRCA peut émettre des recommandations sur l'évolution de la réglementation relative aux relations contractuelles, et un avis sur toute question transversale relative aux relations contractuelles, à la demande d'une organisation interprofessionnelle ou d'une organisation professionnelle ou syndicale. Sur demande conjointe des ministres chargés de l'économie et de l'agriculture, il peut émettre des recommandations sur les modalités de partage équitable de la valeur ajoutée entre les étapes de production, de transformation, de commercialisation et de distribution des produits agricoles et alimentaires. Enfin, il peut saisir la commission d'examen des pratiques commerciales (CEPC).

Depuis sa création en 2010, le médiateur a traité plus de 1 500 situations de relations économiques conflictuelles, soit une moyenne annuelle de 214 situations. Sur les 1 500 situations litigieuses, 200 avaient pour origine des saisines individuelles, relatives à des litiges portant sur la renégociation du prix, l'application des clauses de pénalités, ou les conditions de sortie d'un contrat lorsque le producteur cessait son activité ou qu'il souhaitait s'engager avec une autre partie. 60 d'entre elles étaient relatives aux relations entre fournisseurs et distributeurs. 95 % des médiations conduites pour ces saisines individuelles ont abouti à un accord entre les parties. La majeure partie des dossiers adressés au médiateur des relations commerciales agricoles faisait suite à des saisines collectives portant principalement sur la conclusion d'accords-cadres dans le secteur du lait de vache.

Le projet de loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole vise à renforcer l'efficacité du MRCA en rendant obligatoire le recours à celui-ci, préalablement à la saisine d'un juge, pour tout conflit portant sur l'exécution d'un contrat ou pour tout différend portant sur la renégociation du prix en cas de fluctuation des prix des matières premières agricoles et alimentaires affectant significativement les prix à la production.

Le médiateur des entreprises et le MRCA peuvent tous les deux intervenir dans le domaine agroalimentaire, mais le médiateur des relations commerciales agricoles est le plus compétent pour les litiges relatifs aux conditions de cession des produits agricoles tout au long des filières agricoles²⁶.

L'observatoire de la formation des prix et des marges

L'observatoire de la formation des prix et des marges (OfPM) a été créé par la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche en 2010. Ses missions sont définies par le code rural et de la pêche maritime. L'observatoire a notamment pour vocation d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges des produits alimentaires et d'étudier les coûts de la production agricole, de la transformation et de la distribution dans l'ensemble de la chaîne de commercialisation. Chaque année, l'OfPM remet un rapport au Parlement, avec l'objectif de faire apparaître la répartition de la valeur ajoutée entre les différents maillons. L'OfPM s'appuie sur les services de FranceAgriMer, qui assure son secrétariat général.

L'OfPM est placé auprès des ministres chargés de l'Agriculture et de l'Économie. Ses travaux s'organisent autour de groupes de travail, spécialisés par filières, et de comités de pilotage. Le comité de pilotage regroupe, outre le président et le secrétaire général de l'OfPM, des représentants de l'État, des organisations syndicales d'exploitants agricoles, des industries de la transformation, du commerce et de la distribution, des associations de consommateurs, des personnalités qualifiées et, depuis 2017, deux parlementaires et deux sénateurs. Cette diversité d'acteurs permet à l'OfPM de livrer une information documentée, objective et partagée. Un dialogue régulier et constructif entre les différents maillons de la chaîne alimentaire est établi. Depuis 2011 et sa première édition, le rapport s'est enrichi. Tout d'abord, le nombre de filières étudiées a fortement augmenté. En 2011, l'OfPM étudiait cinq filières : les fruits et les légumes, les produits laitiers de lait de vache, la viande

LES CONCLUSIONS DU RAPPORT 2018 DE L'OFPM²⁷

Dans le rapport 2018, les produits ovins et les fromages de chèvre ont de nouveau été étudiés, après avoir été absents du dernier rapport.

Le rapport indique que l'année 2017 a été caractérisée par une amélioration des prix à la production agricole considérée dans son ensemble, avec une hausse moyenne de 3 % par rapport à 2016, après les fortes baisses de 2014 et 2015 et une stagnation en 2016. Les prix des produits des industries alimentaires ont également globalement progressé (+1,4 %) après trois ans de baisse. Les prix à la consommation alimentaire, en baisse en 2014, quasi stables en 2015, enregistrent en 2017 une nouvelle hausse d'un peu plus de 1 %, comme en 2016, et légèrement supérieure à l'inflation générale.

Ces évolutions sont toutefois contrastées selon les filières et les produits.

27. FranceAgriMer – rapport 2018 de l'Ofpm : <http://www.franceagrimer.fr/index.php/Stockage-Actualites/Rapport-2018-de-l-Observatoire-de-la-formation-des-prix-et-des-marges-des-prod>

bovine, la viande porcine et la viande de volaille. Se sont ajoutés depuis les produits laitiers de lait de chèvre, la viande ovine, la viande de lapin, le pain, les pâtes alimentaires et les produits de la pêche et de l'aquaculture.

Depuis 2012, l'OfPM travaille à décomposer les marges de la grande distribution, à cerner les différentes charges d'exploitation des enseignes. Des écarts importants existent entre les rayons.

Enfin, l'Observatoire étudie « l'euro alimentaire » avec pour objectif d'évaluer comment se répartit un euro de dépense alimentaire du consommateur entre les différentes branches de l'économie : l'agriculture, les industries agroalimentaires, le commerce, mais également les transports, les services et les autres industries. Il s'agit d'analyser comment la dépense alimentaire contribue à rémunérer tous les maillons de la chaîne.

Les États généraux de l'alimentation ont fait apparaître le besoin de renforcer l'OfPM dans son rôle d'éclairage sur la construction des marges et d'appui aux différentes parties prenantes. Le projet de loi sur l'équilibre des relations commerciales s'est fait l'écho de ces demandes.



LA DIFFÉRENCIATION DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES

La différenciation des produits agroalimentaires est un enjeu fort pour la filière française, elle permet de mettre en valeur des types de productions et d'insister sur la qualité et les caractéristiques des produits. En signalant une valeur particulière qui peut être liée aux modes de production ou traditions locales, la filière peut se démarquer vis-à-vis de la concurrence. En protégeant les savoir-faire des terroirs français et les exigences de qualité que les exploitants du secteur s'imposent, ce sont de nombreux producteurs et transformateurs de la filière qui bénéficient de la différenciation du produit dans le but de répondre aux attentes des consommateurs tant sur le marché national qu'international.

Les modes officiels de valorisation

« De quoi parle-t-on ? Que garantit l'État ? »

Les modes officiels de valorisation des produits agricoles et alimentaires prévus par le code rural et de la pêche maritime, comprennent les signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO), les mentions valorisantes et la démarche de certification de conformité des produits créée en 1988 (CCP)²⁸.

Les signes d'identification de la qualité et de l'origine sont garantis, reconnus et contrôlés par l'État. Ils sont facilement reconnaissables par les logos nationaux et/ou européens. Ils permettent aux consommateurs de choisir leurs produits en connaissance de cause. En ne considérant pas les produits bio, ce sont plus de 1000 produits qui sont concernés.

« Quels sont les enjeux ? »

Ces différents modes de valorisation permettent la promotion de la diversité des produits et l'identification de leurs caractéristiques, ainsi que leur mode de production ou leur origine. Ils renforcent le développement des secteurs agricoles et agroalimentaires par une stratégie de différenciation claire sur la qualité et l'origine des produits. En effet, la protection des savoir-faire permet le maintien d'une activité économique dans les territoires et notamment dans les zones rurales défavorisées. L'utilisation de ces éléments de valorisation permet aussi la promotion d'une agriculture qui se veut plus respectueuse de l'environnement, de la biodiversité et du bien-être animal.

28. Pour plus d'informations sur les Certification de Conformité des produits : <http://agriculture.gouv.fr/signes-de-qualite-0#acc2>



Saucisses de Morteau, label rouge et IGP.

LES LOGOS, LA DÉFINITION DE CHACUN DES SIQO

Les différents signes d'identification de la qualité et de l'origine :



Le label rouge est un signe français qui désigne des produits qui, par leurs conditions particulières de production ou de fabrication, ont un niveau de qualité supérieure par rapport aux autres produits courants similaires.

Environ 430 cahiers des charges label Rouge sont homologués en 2018 et concernent différentes catégories de produits (volailles, charcuterie, saumon fumé...) dont plus de 300 dans les filières viandes, charcuteries et salaisons



L'appellation d'origine protégée (AOP) protège un produit, répondant à un cahier des charges précis et dont toutes les étapes de fabrication (la production, la transformation et l'élaboration) sont réalisées dans une même zone géographique. Ces facteurs naturels et humains spécifiques confèrent au produit ses caractéristiques. C'est un signe européen qui protège le nom du produit dans toute l'Union européenne. On compte au 24 mai 2018, 103 AOP dont 50 AOP laitières et 53 AOP agroalimentaires, on peut notamment mentionner le « Saint-Nectaire » ou « l'Oignon de Roscoff »



L'appellation d'origine contrôlée désigne des produits répondant aux critères de l'AOP. Elle constitue une étape vers l'AOP et permet une protection de la dénomination sur le territoire français, en attendant son enregistrement et sa protection au niveau européen²⁹.



L'indication géographique protégée (IGP) est un signe distinctif européen qui protège un produit répondant à un cahier des charges précis et dont au moins une étape de fabrication est réalisée dans une zone géographique définie. Au 24 mai 2018, 141 IGP sont enregistrées en France dont plus de la moitié en produits carnés comme le « Jambon de Bayonne ».

L'indication géographique (IG) s'appliquent aux boissons spiritueuses lorsque la qualité, la réputation ou une autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à l'origine géographique. Il existe en France environ 50 indications géographiques (Cognac, Calvados...)



La spécialité traditionnelle garantie (STG) protège une recette traditionnelle au niveau de l'Union européenne. Sa qualité est liée à une pratique traditionnelle d'un mode de production, de transformation ou à l'utilisation de matières premières ou ingrédients traditionnellement utilisés dans l'élaboration d'une denrée alimentaire. En France les Moules de buhot bénéficie de cette distinction.



L'agriculture biologique (AB) garantit que le mode de production est respectueux de l'environnement et du bien-être animal. Les règles qui encadrent le mode de production biologique sont les mêmes dans toute l'Union européenne, et les produits importés sont soumis à des exigences équivalentes.

29. Dans le secteur vitivinicole, l'AOC constitue également une mention traditionnelle. Ces mentions sont reconnues et protégées au niveau européen (Règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant organisation commune du marché vitivinicole).

29. INAO

30. INAO - CNAOL

Un chiffre d'affaires en progression

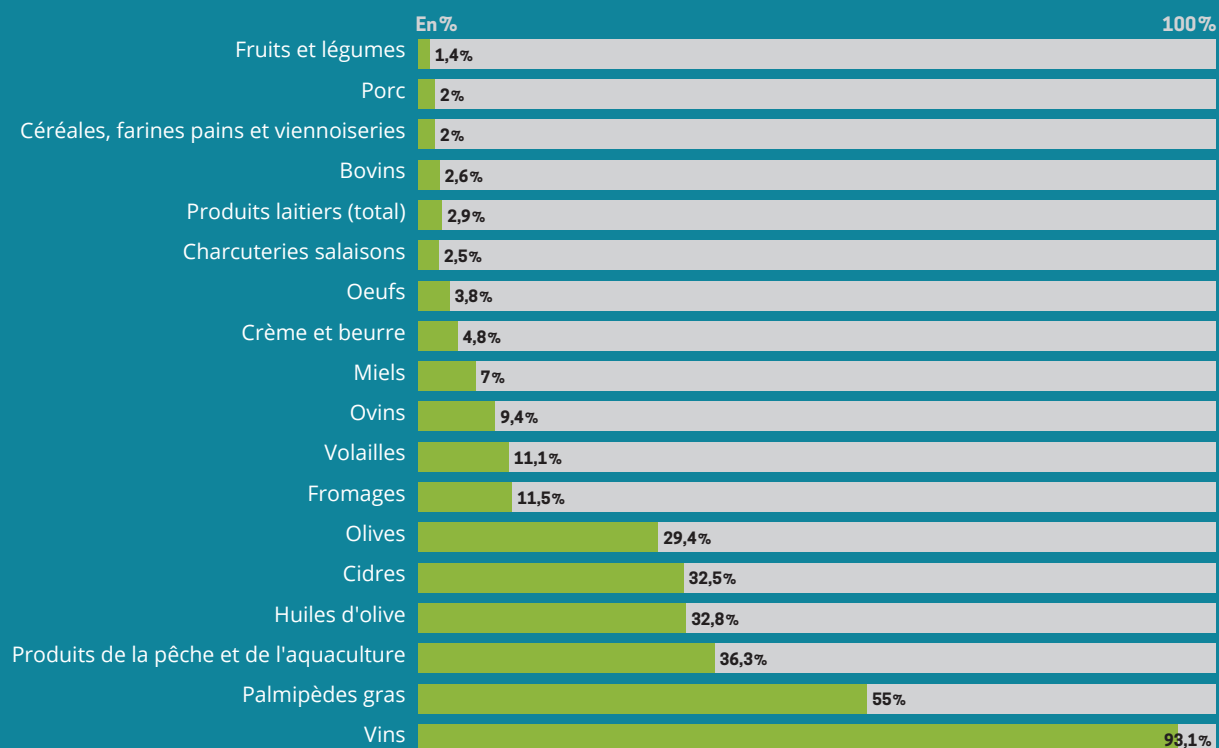
En 2016, le chiffre d'affaires à la première mise en marché des produits sous SIQO hors bio est estimé à environ 25,8 Md€ hors taxes, dont environ de 21 milliards pour les vins et eaux-de-vie sous SIQO, soit une augmentation d'un peu plus de 3 milliards par rapport à 2016²⁹.

En 2016, la part des produits sous SIQO (hors bio) varie de quelques pourcents

pour certaines filières à plus de 90 % pour la filière viticole (graphique 1). Toutefois, même dans les secteurs pour lesquels les produits sous SIQO sont relativement peu représentés, les volumes et surtout les chiffres d'affaires sont conséquents. Ainsi, par exemple, dans le secteur des produits laitiers, les volumes sous SIQO, très majoritairement les fromages sous AOP, s'élevaient à près de 257 376 tonnes, pour un chiffre d'affaires de 2,07 milliards d'euros³⁰.

► Graphique 1 - Part en volume des SIQO (hors bio) dans la filière nationale en 2016

Source : Nielsen ScanTrack PGC-FLS CAM P13 2017. Hypermarchés, supermarchés, drive et proximité



L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

L'agriculture biologique occupe désormais plus de 6,6 % de la surface agricole utile (SAU) française et concerne 8,3 % des exploitations. Ces filières comptent plus de 54 044 opérateurs et représentent plus de 134 000 emplois ETP. Cependant, il y a une importante variation entre les cultures : 10 % du vignoble (en surface) contre seulement 3,4 % pour les grandes cultures.

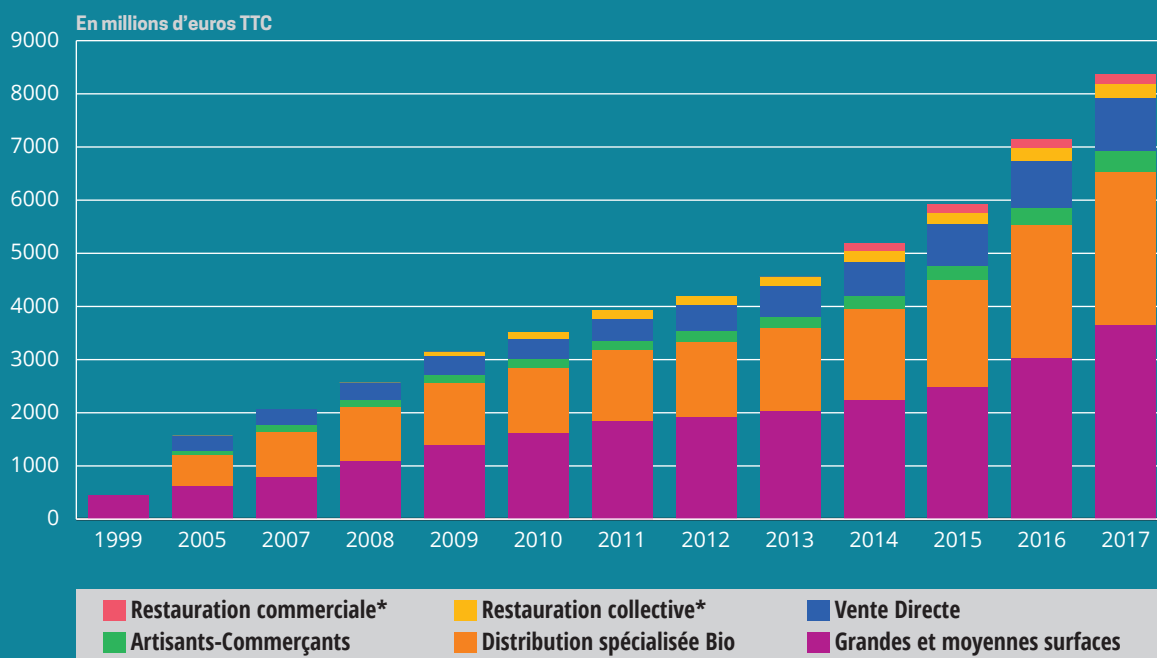
L'année 2017 conserve un rythme important de conversion (près de 4 500 engagements) avec une dynamique plus forte en viticulture et en maraîchage. L'agriculture bio représente en 2017 un marché estimé à plus de 8,37 Md€ (consommation à domicile et restauration hors domicile), soit près de 4,4 % du marché alimentaire. Il est à nouveau en hausse de près de 17 % par rapport à 2016. Les

ventes sont réalisées pour 44 % dans les grandes et moyennes surfaces alimentaires, pour 34 % dans les magasins spécialisés, pour 12 % en vente directe, le reste s'effectue chez les artisans commerçants, en restauration collective et commerciale.

Les importations suite à un développement de la demande ont légèrement progressé en 2017 pour atteindre 31 % de la valeur au stade de gros. Elles concernent pour 60 % des produits exotiques non produits en France, pour un cinquième de produits encore peu disponibles en France mais avec des perspectives de développement. Les exportations de produits biologiques ont progressé de 12 % en 2017 par rapport à 2016, pour atteindre 707 M€. Il s'agit essentiellement de vins bio (pour 60 %).

► Graphique 2 - Évolution du chiffre d'affaires bio par circuit de distribution

Source : Agence BIO/AND-i 2018



*Achats hors taxes évalués par enquête auprès des fournisseurs et des acheteurs, depuis 2014 en restauration commerciale et depuis 2009 en restauration collective

Les enjeux

Les signes d'identification de la qualité et de l'origine permettent de créer de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne alimentaire et les filières deviennent moteurs dans le développement de la diversité et la typicité des produits. Ils protègent les bassins de production traditionnels, valorisent le savoir-faire des entreprises et permettent aux producteurs de commercialiser des produits différenciés ayant des caractéristiques spécifiques clairement identifiables. Ils constituent donc un excellent instrument favorisant l'accès au marché, notamment pour les entreprises de taille modeste. Les produits concernés, qui bénéficient de la garantie du respect d'un cahier des charges, accèdent plus facilement à la grande distribution et aux marchés d'exportation.

La politique en faveur des signes de qualité permet de maintenir la diversité des productions agricoles et par ce biais même la biodiversité, la variété des paysages et les ressources naturelles. Elle préserve l'emploi et le dynamisme des territoires ruraux notamment en rassemblant les producteurs locaux sur des projets communs et en les mobilisant autour de démarches collectives de progrès. Les signes d'identification de la qualité et de l'origine constituent ainsi des outils essentiels de la politique agricole mais aussi des politiques publiques en faveur des territoires et de la pérennisation du tissu économique rural. En matière d'emploi, par exemple, selon le Comité national des appellations d'origine laitières (Cnaol), les fromages au lait de vache sous appellation engendrent trois fois plus d'emplois par litre de lait que la moyenne des laiteries françaises.

L'INTÉGRATION DES PRINCIPES DE L'AGRO-ÉCOLOGIE DANS LES SIQO

Une démarche de renforcement de l'approche agro-écologique au sein des SIQO a été initiée en 2016 au sein de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) afin de répondre à la forte attente sociétale en matière de respect de l'environnement. Les professionnels qui le souhaitent peuvent décider d'introduire dans leurs cahiers des charges des mesures agro-environnementales ou de compléter celles déjà existantes. Six thématiques ont été identifiées pour être déclinées en mesures-types :

- préserver et développer la biodiversité ;
- maîtriser et réduire la fertilisation ;
- limiter l'usage des pesticides ;
- favoriser une meilleure gestion de l'eau ;
- adapter les modes d'élevage aux ressources locales ;

- recourir à une génétique plus adaptée.

Cette déclinaison a, par exemple, d'ores et déjà été réalisée dans la filière viticole et a abouti à la publication d'un « Guide l'agro-écologie en viticulture ». Ce guide permet aux organismes de défense et de gestion (ODG) de disposer d'un outil capable de les aider à mettre en place des mesures-types adaptées aux spécificités de leurs terroirs. En ce qui concerne les autres filières, les travaux se poursuivent au sein de l'INAO, afin de définir également des mesures agro-environnementales types destinées aux ODG soucieux de disposer rapidement d'un outil capable de les aider à faire évoluer, à leur rythme, les méthodes de production.

Dans le contexte de demande toujours plus forte du consommateur d'une information claire et sûre sur les produits qu'il consomme, l'implication de l'État apporte une garantie au consommateur sur des aliments de qualité, typiques ou élaborés dans le respect de l'environnement et du bien-être animal. La présence de logos nationaux et/ou européens contribue également à éclairer le choix des consommateurs. De plus, les dénominations enregistrées sont protégées contre les usurpations et les détournements de notoriétés.

Les actions des professionnels et des pouvoirs publics : un système d'identification de la qualité et de l'origine encadré

Le système des signes d'identification de la qualité et de l'origine s'appuie sur l'engagement conjoint de l'État et des professionnels (agriculteurs, transformateurs, distributeurs, etc.) de façon à garantir aux consommateurs des aliments de qualité répondant à leurs attentes et éclairer leur choix. Le dispositif repose sur l'engagement volontaire des professionnels dans la mise en place et le suivi d'une démarche qualité, soit individuellement (agriculture biologique), soit collectivement (les autres signes).

L'élaboration de cahiers des charges (AOP/IGP/STG et label rouge) nécessite une organisation collective des producteurs et de leurs partenaires de l'aval en ce qui concerne la définition même du produit, de ses qualités et de ses processus de production. Cette capacité d'organisation collective contribue à une répartition équilibrée de la valeur générée entre les différents maillons des filières.

Le cahier des charges qui garantit la qualité du produit est examiné par l'INAO et validé par les pouvoirs publics. Ce cahier des charges est transmis à la Commission européenne pour examen en vue de son approbation permettant l'enregistrement au niveau européen de la dénomination concernée. Dans le cadre de l'agriculture biologique, le mode de production est encadré par des règlements européens. Les secteurs non couverts par ces règle-

ments peuvent faire l'objet de cahiers des charges nationaux à l'initiative des professionnels.

Des organismes de contrôle, organismes tiers, impartiaux et indépendants, assurent le contrôle du respect des cahiers des charges spécifiques ou de la réglementation s'agissant de l'agriculture biologique. Par ailleurs, en matière de produits sous signes de qualité et de l'origine, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) exerce un contrôle de ces produits sur le marché pour en vérifier la conformité et vérifie la loyauté de la communication réalisée.

L'INAO assure la défense des différentes appellations et veille, tant en France qu'au plan international, à prévenir les usurpations. L'INAO opère ainsi une surveillance des dépôts de marques et intervient dès qu'il a connaissance d'un dépôt de marque comportant une dénomination d'une AOC, AOP ou IGP, soit auprès de l'office de la propriété intellectuelle compétent, soit directement auprès du déposant. Il intervient également dès lors qu'il y a un détournement de notoriété ou un risque de banalisation du nom de l'appellation d'origine que ce soit en France ou à l'étranger.

Une illustration concrète

Entre le 1^{er} mai 2016 et le 1^{er} mai 2018, 16 dénominations de produits (hors vins et spiritueux) ont été enregistrées dont 5 appellations d'origine protégées comme « Lucques du Languedoc » ou « Ail violet de Cadours » et 11 indications géographiques protégées telles que le « Thym de Provence » ou le « Charolais de Bourgogne ». Sur cette même période, 17 nouveaux cahiers des charges de label rouge ont été homologués. Cela concerne différentes catégories de produits : des produits végétaux comme le Piment doux (n° LA 04/16), des produits de la mer transformés ou non comme les Rillettes de saumon (n° LA 07/16), ou encore des viandes ou produits à base de viande (n° LA 06/17 Véritable merguez par exemple). Le dynamisme du label rouge témoigne de l'attrait des opérateurs pour ce signe officiel qui permet de répondre efficacement aux attentes du marché.

LE PROGRAMME AMBITION BIO 2022 PLAN D' ACTIONS DES ACTEURS DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION EN FRANCE

La production biologique connaît, sous l'impulsion d'une demande très dynamique, un essor jamais connu, tant à l'échelle nationale, européenne que mondiale. Elle est le marqueur d'un nouveau mode de consommation répondant aux attentes sociétales.

Cette demande s'est largement exprimée dans le cadre des États généraux de l'alimentation (EGA) et a été reprise dans la feuille de route 2018-2022 de la politique de l'alimentation du gouvernement, notamment en se donnant des objectifs ambitieux que ce soit en termes de surfaces agricoles ou dans le domaine de la restauration collective.

Le programme ambition bio 2022 porte ainsi pleinement les objectifs de la feuille de route visant à promouvoir des modes de production respectueux de l'environnement, à garantir des normes élevées de bien-être animal et à préserver la biodiversité. Il porte notamment l'ambition de parvenir à 15 % de la surface agricole utile française conduite en agriculture biologique en 2022 et se dote des moyens pour y parvenir.

Un enjeu fort de ce programme sera de faire se rejoindre offre et demande de manière équilibrée et ce, tant sur le territoire métropolitain que dans les outre-mer. Pour cela, il est nécessaire d'encourager la structuration des filières de production, de transforma-

tion et de distribution pour répondre à la demande, permettre une valorisation optimale des productions biologiques, et garantir une répartition de la valeur équilibrée entre les différents acteurs. Les outils du volet agricole du Grand plan d'investissement accompagneront cette transformation.

Le marché des produits alimentaires biologiques a atteint en fin d'année 2017 plus de 8,3 Md€. Sa croissance est à deux chiffres et son succès ne se dément pas. Cette transition vers l'agriculture biologique en forte accélération, porteuse d'innovation et d'emplois doit pouvoir s'appuyer sur des produits au plus près de nos territoires et de nos régions. Elle doit également contribuer à faire rayonner le savoir-faire français à l'exportation.

Le programme ambition bio 2022 porte 7 axes permettant de répondre à l'ensemble de ces enjeux. Il est le fruit d'une large concertation avec l'ensemble des acteurs concernés par la production biologique et fera l'objet d'un suivi selon le même mode opératoire :

- développer la production ;
- structurer les filières ;
- développer la consommation ;
- renforcer la recherche ;
- former les acteurs ;
- adapter la réglementation ;
- Impulser une dynamique de conversion dans les outre-mer.

Consulter le programme détaillé : <http://agriculture.gouv.fr/programme-ambition-bio-2022-plan-dactions-des-acteurs-de-lagriculture-et-de-lalimentation>

Les mentions valorisantes

Les différentes mentions valorisantes

Les mentions valorisantes concernent des produits agricoles et agroalimentaires pour lesquels un qualificatif spécifique est mis en avant. Diverses mentions valorisantes existent et font l'objet d'un étiquetage particulier. L'usage de ces mentions est volontaire.

Les mentions valorisantes définies dans la réglementation sont variées. Les dénominations « montagne » et « produit de montagne » conditionnent la production et la transformation à une zone géographique précise. La mention « produit de montagne » est encadrée par la réglementation européenne.

Les mentions « fermier », « produit de la ferme », « produit à la ferme », ne sont pas définies de manière générale mais par catégorie de produits (volailles, fromages, etc.) afin de tenir compte de leurs spécificités. La mention « produits pays » concerne les départements et les collectivités d'outre-mer.

La mention « issu d'une exploitation de haute valeur environnementale » est réservée aux produits, transformés ou non, issus d'exploitations ayant obtenu le plus haut niveau du dispositif de certification environnementale des exploitations agricoles : la haute valeur environnementale (HVE). A l'instar des signes de qualité, la DGCCRF s'assure également que l'emploi des mentions valorisantes n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur.

Les enjeux

les mentions valorisantes permettent d'apporter au consommateur une garantie par rapport à une provenance particulière ou une caractéristique du produit. Elles peuvent également permettre un développement des territoires en maintenant l'activité économique dans des zones spécifiques, soumises parfois à des handicaps naturels. Par l'obligation de réaliser toutes les étapes de fabrication du produit en zone de montagne, les mentions « montagne » ou « produit de montagne » se posent ainsi comme un outil de développement des territoires de montagne. Cette mention est notamment utilisée pour valoriser les miels ou les produits laitiers de montagne.

LA HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE



Le logo HVE accompagne la mention valorisante « issu d'une exploitation de haute valeur environnementale ». Il peut être apposé sur les produits bruts et sur les produits transformés si ces derniers contiennent au moins 95 % de matières premières issues d'exploitations de haute valeur environnementale. La présence du logo sur les produits permet de valoriser auprès, des consommateurs de plus en plus exigeants, les efforts des exploitations engagées dans le dispositif.

Cette démarche volontaire vise à identifier et valoriser des pratiques respectueuses de l'environnement. Au 1^{er} janvier 2018, 841 exploitations agricoles étaient certifiées de haute valeur environnementale, en grande majorité des exploitations de la filière viticole.

La normalisation volontaire : un outil de compétitivité des entreprises agroalimentaires en France et à l'international

Les bénéfices de la normalisation volontaire

La normalisation volontaire crée la confiance pour les entreprises, les filières, les collaborateurs, les consommateurs et les pouvoirs publics. Elle permet aux entreprises et leurs filières :

- de disposer d'un support de dialogue avec les pouvoirs publics ;
- d'harmoniser les définitions de produits, les méthodes d'analyse mais également les référentiels de management de sécurité sanitaire, pour clarifier le produit aux yeux des consommateurs, faciliter les échanges et réduire les coûts de contrôle et d'audits ;
- de promouvoir et faire valoir les positions françaises, et développer un réseau d'influence et d'alliances au plan européen et international, comme c'est le cas pour les produits alimentaires, les oléagineux, les produits de la ruche, la microbiologie ;
- de satisfaire les nouvelles attentes sociétales : bien-être animal, durabilité des productions, responsabilité sociétale des organisations du secteur agroalimentaire.

LA NORMALISATION SELON LE DÉCRET N°2009-697 DU 16 JUIN 2009

La normalisation a pour objet d'élaborer des documents de référence de manière consensuelle par toutes les parties intéressées, contenant des règles, des caractéristiques, des recommandations ou des exemples de bonnes pratiques relatives à des produits, à des services, à des méthodes, à des processus ou à des organisations. Instrument stratégique synonyme de performance, de compétitivité, de qualité et d'innovation, une étude a démontré que la normalisation permettait une croissance de l'ordre de 20 % du chiffre d'affaires des entreprises s'y investissant et l'appliquant.

AFNOR ET LA STRATÉGIE FRANÇAISE DE NORMALISATION

AFNOR, association loi 1901, oriente et coordonne l'élaboration des normes et réalise la publication des normes. L'élaboration des normes nationales (NF), européennes (EN) et internationales (ISO) est réalisée par AFNOR et par des bureaux de normalisation sectoriels agréés (ex : BN FERTI).

La stratégie actuelle définie par AFNOR repose sur deux grands enjeux : la digita-

lisation de la société et l'économie numérique d'une part, le climat et l'environnement d'autre part. Elle se décline en huit thématiques transverses : Transition énergétique, Silver économie, Économie circulaire, Économie numérique, Villes durables et intelligentes, Usine du futur, Économie collaborative et économie du partage, et Services. Parmi les thématiques spécifiques figurent l'Alimentation sûre, saine et durable et les Drones.

Des normes pour développer l'alimentation de demain

De nouveaux axes de réflexion sont développés :

- usine du futur : réponse à la transition énergétique, écologique, numérique, organisationnelle et sociétale ;
- alimentation sûre, saine et durable, par l'harmonisation des méthodes d'analyse et de leur fiabilité, afin de favoriser la fluidité des échanges commerciaux, lutter contre les entraves à l'importation et limiter les risques associés ;
- nouveaux produits ou mode de production : insectes, algues, biostimulants, cacao durable,...

L'ACCÈS GRATUIT AUX TRAVAUX DE NORMALISATION ET AUX NORMES D'APPLICATION OBLIGATOIRE POUR LES PME INDÉPENDANTES

Le décret N°2009-697 du 16 juin 2009 instaure l'accès gratuit :

- aux travaux de normalisation pour les PME indépendantes : « il ne peut être demandé de participation aux frais d'élaboration d'une norme (...) aux petites et moyennes entreprises de moins de 250 salariés ne dépendant pas à plus de 25 % d'un groupe de plus de 250 salariés... » (art.14) ;
- aux normes rendues d'application obligatoire par un texte réglementaire (art.17).

NORMALISATION, CERTIFICATION, RÉGLEMENTATION

La normalisation établit des documents de référence appliqués sur une base volontaire. La certification atteste la conformité d'un produit ou service à un cahier des charges, normalisé ou non. La réglementation fixe quant à elle des exigences obligatoires.

Des liens étroits sont établis entre les instances de normalisation et les autorités réglementaires correspondantes.

	France	Europe	International
Autorités réglementaires	Ministère (agriculture, économie, environnement, etc.) Agences et services publics (ANSES, SCL, INAO, FranceAgrimer, etc)	Commission européenne	Commission du Codex Alimentarius (UN FAO+OMS) Organisation mondiale de la santé animale (OIE)
Instances de normalisation	Commission de normalisation Afnor	Comités techniques européens CEN	Comités et sous-comités techniques internationaux ISO

La normalisation au cœur des sujets d'actualité

Dans un contexte de suites à donner aux États généraux de l'alimentation, un certain nombre de thématiques pourraient être soutenues par des actions de normalisation :

Authenticité des produits alimentaires - Alimentation bio - E-commerce alimentaire - Insectes pour la consommation humaine - Nanotechnologies - Aliments ultra transformés - Spécifications de produits locaux - Valorisation des sous-produits des IAA (économie circulaire) - Protéines végétales - Conciliation des enjeux environnementaux et nutritionnels - Food défense - Gaspillage alimentaire - Agriculture urbaine - Numérique dans la chaîne de valeur alimentaire - Affichage environnemental des produits alimentaires.

48

LES INSTANCES DE NORMALISATION EUROPÉENNES ET MONDIALES

Les référentiels normatifs sont développés au sein de l'Organisation internationale de la normalisation « ISO », du Comité européen de normalisation « CEN ». L'AFNOR coordonne l'activité des commissions de normalisations nationales dites « miroir » des comités européens et internationaux.

Au niveau international, le comité technique ISO/TC34 Produits alimentaires est présidé par la France, qui en est également le secrétaire avec le Brésil. 138 pays en sont membres. Il traite notamment de la terminologie, de l'échantillonnage, des méthodes d'essais et d'analyse, des spécifications de produits, du management de la sécurité des aliments, du management de la qualité, comme des exigences relatives à l'emballage, à l'entreposage ou au transport des produits destinés à l'alimentation humaine et animale.

↳ Liens utiles pour en savoir plus

Liste complète des produits sous signe officiel de qualité et d'origine sur : www.inao.gov.fr

Liste des dénominations enregistrées en AOP/IGP/STG : <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

Liste complète des certifications de conformité de produits enregistrées : <http://agriculture.gouv.fr/certifications-enregistrees>

Politique de valorisation des produits agricoles ou alimentaires et informations relatives aux signes de qualité : <http://agriculture.gouv.fr/signes-de-qualite-0>

Réglementation européenne concernant l'information du consommateur sur les denrées alimentaires : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX%3A32011R1169>

L'agriculture biologique sur le site MAAF : <http://agriculture.gouv.fr/lagriculture-biologique-1>

Promotion de l'agriculture biologique et structuration des filières : www.agencebio.org

La certification environnementale des exploitations agricoles et la Haute valeur environnementale : <http://agriculture.gouv.fr/certification-environnementale-mode-demploi-pour-les-exploitations>

Guide l'agro-écologie en viticulture : <http://www.vignevin.com/outils-en-ligne/aide-a-la-decision/agroecologie/agroecologie/guide-agroecologique.html>

AFNOR

11 rue Francis de Pressensé
93571 La Plaine Saint Denis cedex
Tél : +33 (0)1 41 62 80 00
www.normalisation.afnor.org

La normalisation dans l'agroalimentaire : norminfo.afnor.org (agro-alimentaire)

Au niveau européen : CEN/TC 275 : standards.cen.eu (technical bodies, puis CEN/TC 275)

Au niveau international : ISO/TC 34 : www.iso.org (participer/qui élabore les normes/comités techniques, puis ISO/TC 34)

ÉCHANGES COMMERCIAUX ET INTERNATIONAUX

Malgré une année 2017 qui voit la France être déficitaire en produits agricoles pour la première fois depuis 30 ans, le secteur agricole et agroalimentaire reste le 3ème secteur contributeur au solde commercial français avec 5,7 Md€, loin derrière la construction aéronautique (solde positif de 18 Md€) et l'industrie chimique, parfumerie, cosmétique (solde de 13 Md€). Cette année 2017 a ainsi été marquée par :

- le déficit global en produits agricoles, qui s'explique par une érosion structurelle depuis 2010 accentuée par la baisse conjoncturelle de l'excédent commercial en céréales (-35 % entre 2015 et 2017, à 4,4 Md€) en raison de la mauvaise récolte nationale de 2016 ;
- la forte dépendance du solde global au secteur des vins et spiritueux : 2017 s'inscrit dans la continuité d'une tendance forte (le solde commercial de ce secteur s'est apprécié de 40 % en 10 ans) ;
- l'augmentation structurelle des importations qui est plus rapide que celle des exportations (+ 27 % depuis 2010 pour les importations contre + 19 % dans le même temps pour les exportations.

Des profils d'échanges inversés entre les débouchés « Union européenne » et « pays tiers »

Alors que l'Union européenne représente 70 % des importations françaises (et ce de manière stable depuis 2010), sa part comme débouché des exportations baisse au profit des pays tiers, passant de 70 % en 2010 à 63 % en 2017. Dans ce contexte, les échanges de produits transformés sont de plus en plus déficitaires avec l'UE alors qu'ils sont excédentaires en produits bruts. A l'inverse, les échanges de produits transformés sont de plus en plus excédentaires avec les pays tiers alors qu'ils sont de plus en plus déficitaires en produits bruts.

Ainsi, la France importe structurellement des produits agricoles depuis les pays tiers (solde de -3,5 Md€ en 2017), principalement des oléagineux, des fruits et des légumes et exporte vers ces pays des produits des IAA (+ 8,8 Md€, principalement des vins et spiritueux). La situation est inverse en Union européenne, vis-à-vis de laquelle la France exporte structurellement des produits bruts (+ 3 Md€ en 2017) mais a une balance commerciale négative pour les produits transformés (- 2,6 Md€).

L'évolution des exportations françaises confirme une tendance constatée depuis 2000 à savoir, la baisse de l'excédent commercial avec les pays de l'UE (seulement 374 M€ en 2017 contre 8,3 Md€ en

2000), due avant tout à un fort ralentissement des exportations alors même que les importations continuent d'augmenter. Avec les pays tiers le solde commercial est maintenu par la vitalité de nos exportations (principalement en boissons alcoolisées), en particulier vers la Chine et les États-Unis.

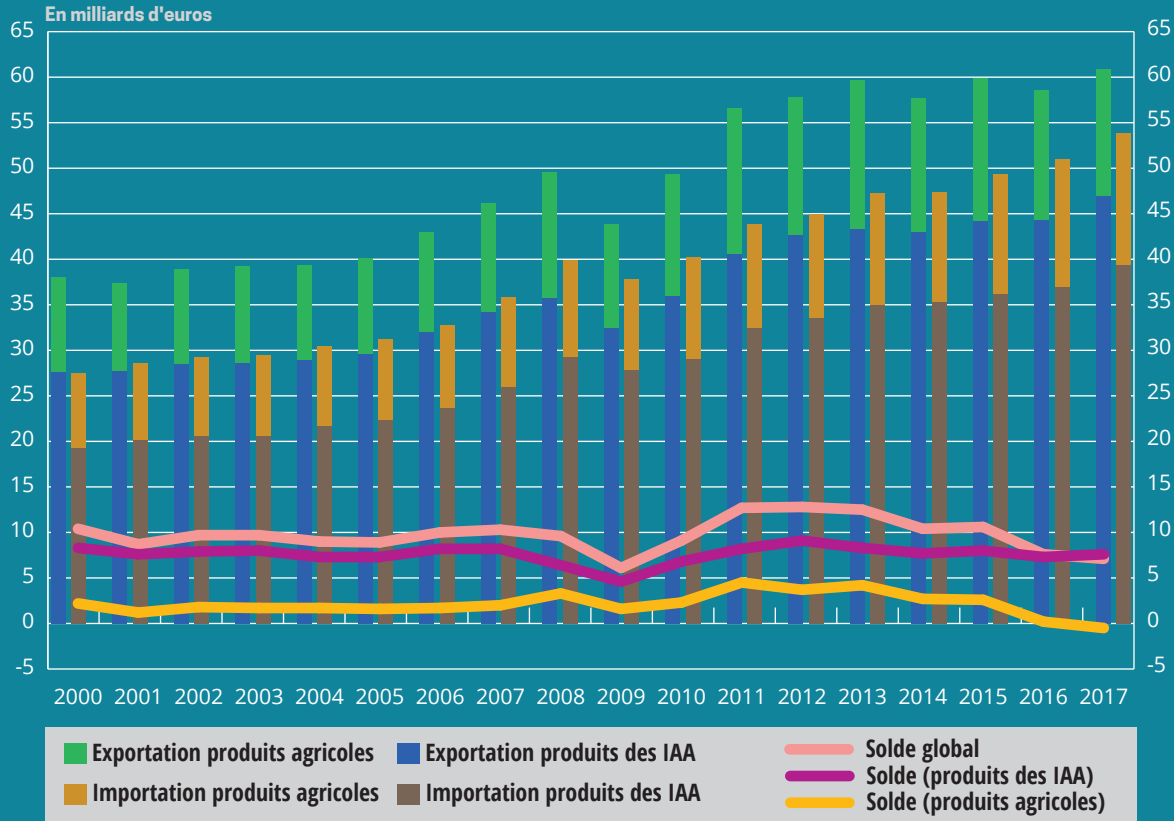
Le graphique 4 précise les positions commerciales de la France sur chacun des principaux pays avec lequel les flux d'échanges agricoles et agroalimentaires sont significatifs.

Plusieurs tendances se dégagent. Le graphique confirme d'abord la baisse de la balance commerciale française avec les pays de l'Union européenne. Ainsi, le déficit avec l'Espagne met en exergue des importations croissantes de fruits et légumes (36 % des importations françaises) et un déficit concernant les viandes. Le déficit avec les Pays-Bas reflète plus la situation concernant les filières viandes (déficit commercial de 700 M€), produits laitiers (déficit de 580 M€) et en préparations à base de légumes (déficit de 670 M€). Premier fournisseur de la France parmi les pays tiers, le Brésil est ainsi le premier fournisseur d'oléagineux bruts et transformés.

L'analyse des excédents commerciaux de la France montre la montée en puissance des pays consommateurs de vins et spiritueux français. Ainsi, États-Unis, Royaume-Uni et

► Graphique 1 - Évolution des importations, exportations et du solde des échanges agroalimentaires

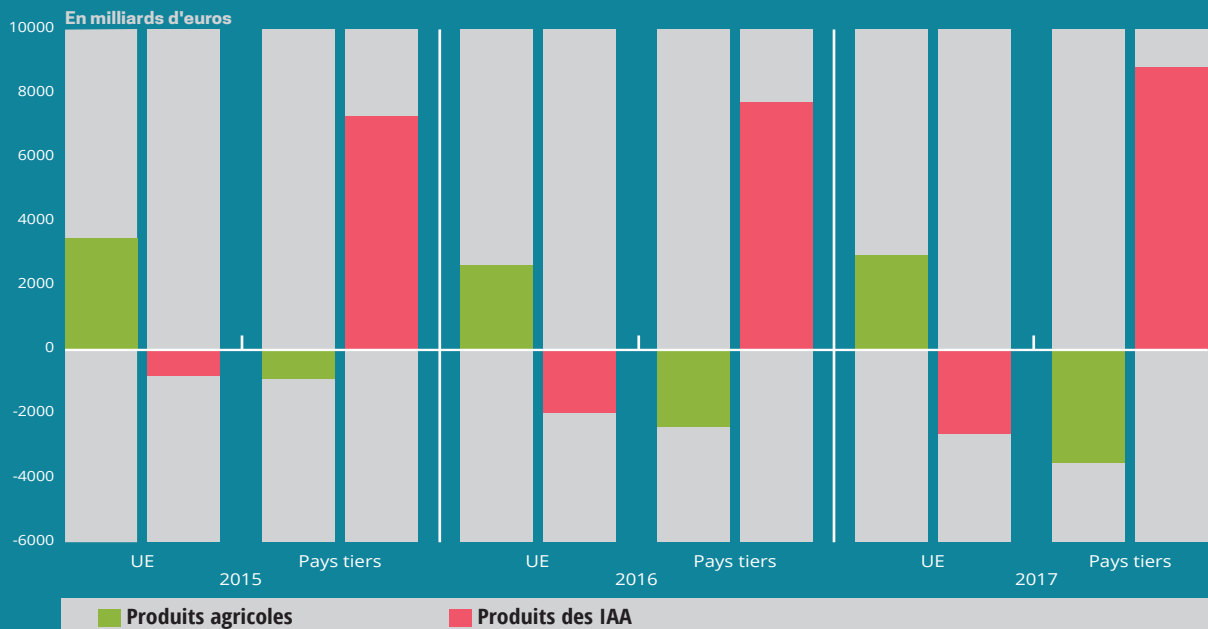
Champ : produits agricoles et agroalimentaires, hors tabac. Source : Douanes - Traitement SSP



► Graphique 2 - Évolution des échanges avec les pays tiers et l'Union européenne

Champ : produits agricoles et agroalimentaires, hors tabac. Source : Douanes - Calculs Agreste

En 2017, les déficits des échanges en produits bruts avec les pays tiers et en produits transformés avec l'UE se sont de nouveau creusés.



Chine sont, dans cet ordre, les principaux clients en matières de boissons (secteur qui représente respectivement 98, 75 et 35 % des excédents commerciaux avec ces pays). Ce dynamisme polarisé sur un secteur a ainsi permis aux États-Unis de détrôner le Royaume-Uni (vers lequel la France exporte également 610 M€ de produits laitiers, meilleur excédent commercial pour ce secteur, et des préparations alimentaires à base de céréales, premier client de la France) au classement des pays avec lesquels notre excédent commercial est le plus élevé. La situation se dégrade néanmoins avec l'Italie (4^{ème} excédent commercial et 5^{ème} client) et, dans une moindre mesure, avec l'Allemagne (6^{ème} excédent commercial, mais 2^{ème} client juste derrière la Belgique). La situation italienne reflète également le rééquilibrage du solde français en matière de produits laitiers (pourtant secteur historiquement excédentaire), de viande et l'aggravation du solde hexagonal concernant les fruits. La baisse du solde commercial avec l'Allemagne s'explique par la baisse des exportations de boissons (-7 % en valeur par rapport à 2013, alors que ce pays est notre 4^{ème} client), de produits laitiers (-5 % en valeur par rapport à 2013 alors que l'Allemagne est notre premier client, et de préparations à base de cacao (-7 %). Si elle n'apparaît pas dans le graphique en raison d'une balance commerciale équilibrée avec la France en matière agricole et agroalimentaire, la Belgique est devenue en 2017 le premier client de la France (de peu devant l'Allemagne).

Cette performance de la France intervient dans un contexte de triplement des échanges agricoles et agroalimentaires (tabac inclus) depuis 2000, passant de 457 Md€ à 1 350 Md€ en 2017. Les exportations françaises (+63 %) ont progressé moins vite que celles des pays concurrents, au premier rang desquels figurent les États-Unis (+127 % dans le même temps, sur tous les produits, en particulier pour les oléagineux, dont les exportations ont été stimulées par la demande chinoise), les Pays-Bas (+122 %, avec en particulier un quadruplement des exportations de fruits et un doublement des exportations de produits laitiers, de viandes et de légumes), l'Allemagne (+176 % depuis 2000, avec en particulier + 100 % sur les produits laitiers, +250 % sur les viandes, + 300 % pour les produits à base de cacao et

les produits à base de céréales notamment), le Brésil (quintuplement des exportations, avec l'explosion des exportations d'oléagineux (multiplié par 10) et de viandes (multiplié par 6), la Chine (multiplié par 4 depuis 2000, avec poissons et crustacés, légumes, préparations de viandes).

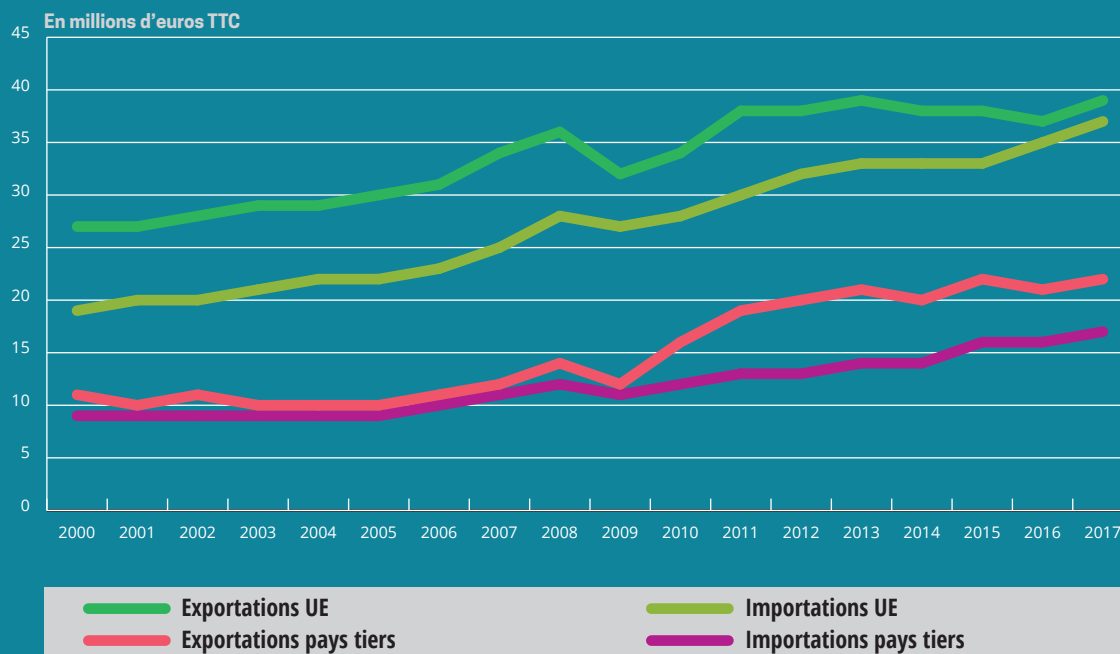
Une polarisation des excédents commerciaux autour de certaines filières

Le principal secteur exportateur français reste en premier lieu les boissons (doublement depuis 2000 à 15,8 Md€ en 2017). Puis viennent les produits laitiers (6,3 Md€, en hausse de 60 %, à relier avec une forte augmentation des prix en 2017), les céréales (4,9 Md€ en 2017, soit une hausse de seulement 20 % par rapport à 2000, à pondérer cependant par la crise de production de l'été 2016 qui a affecté les exportations 2016 et 2017 : ces exportations s'élevaient à 7,4 Md€ en moyenne sur la période 2013 - 2015), les préparations à base de céréales (multiplié par 3 depuis 2000 : 4,2 Md€), et les produits carnés, dont les exportations ont baissé de 2 % depuis 2000.

Les résultats du commerce extérieur français mettent ainsi en valeur avant tout l'excellente performance des exportations de vins et spiritueux (en hausse de 1 Md€ en 2017, atteignant 15,8 Md€), en particulier sur les pays tiers (États-Unis et Chine), dont le secteur (composés pour les deux tiers d'exportations de vins et de Champagne et d'un tiers de spiritueux) représente désormais le quart de la valeur des exportations agricoles et agroalimentaires de la France. Cette performance sur le marché « haut de gamme » (illustrée par le fait que la France exporte 50 % de vins de moins que l'Espagne -1^{er} exportateur- en volume, mais exporte 3 fois plus que l'Espagne en valeur), ainsi que la bonne tenue des exportations de produits laitiers (exportations en hausse de 6 %) et, dans une moindre mesure, de sucre (dans le contexte de la fin des quotas et de la libéralisation des quantités exportées), ne doit cependant pas masquer la difficulté pour les produits français sur le positionnement de la première et de la seconde transformation, comme en témoigne la balance commerciale négative en produits transformés avec les pays de l'Union euro-

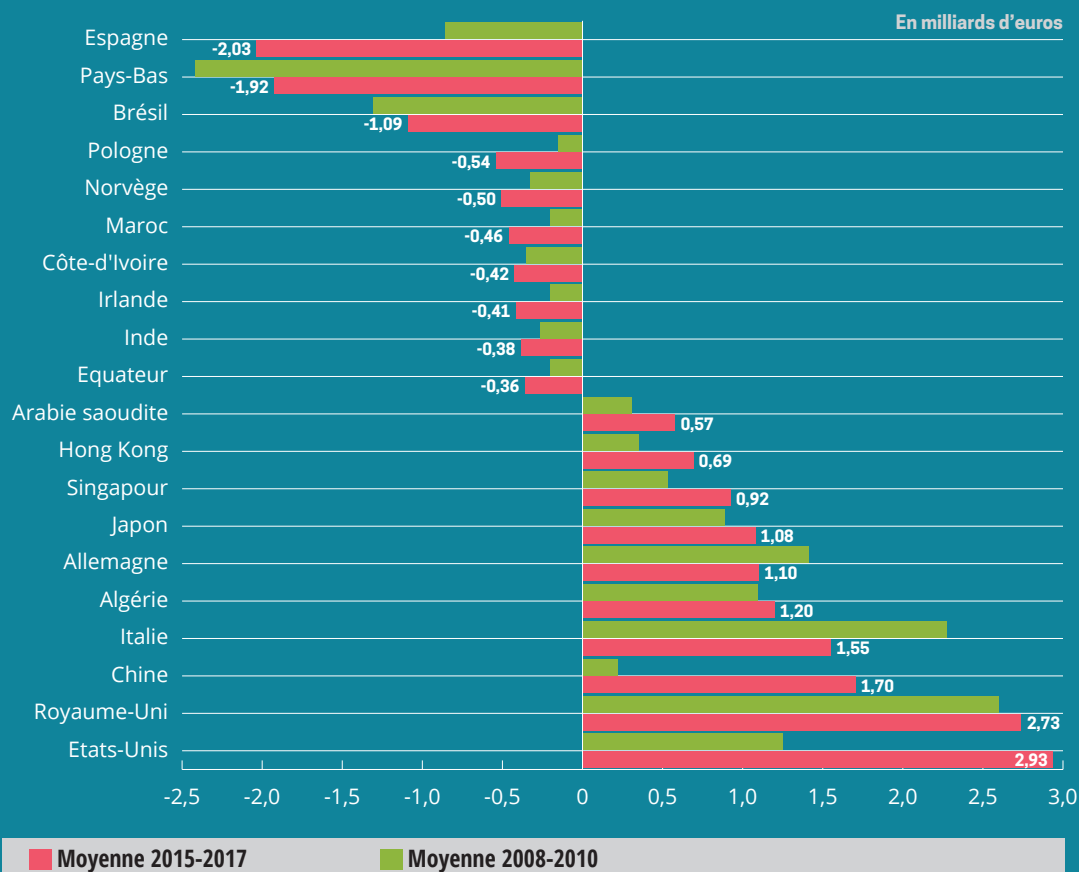
► Graphique 3 - Échanges par zones de produits agricoles et issus des IAA (hors tabac)

Source : Douanes - Traitement SSP



► Graphique 4 - Les principaux excédents et déficits de la France

Champ : produits agricoles et agroalimentaires, hors tabac. Source : Douanes - Traitement SSP



péenne, l'aggravation du déficit commercial concernant les viandes ainsi que la baisse des exportations d'huiles.

Par ailleurs, la contraction importante des exportations françaises de céréales (diminution de moitié des volumes exportés sur le premier semestre 2017 par rapport au premier semestre 2016) jusqu'en août 2017, conséquence de la mauvaise récolte de l'été 2016 dans un contexte d'abondance de l'offre au niveau mondial, constitue le facteur central concernant la performance commerciale hexagonale en produits bruts. La diminution des exportations concerne surtout les pays tiers (principalement vers le Maroc (-70 %, notre 10^{ème} client en 2017), la Chine (-65 %, 17^{ème} client), l'Égypte (-60 %, 16^{ème} client), et les pays d'Afrique centrale (-35 % vers la Côte d'Ivoire, 12^{ème} client, -40 % vers le Cameroun, -50 % vers le Mali, -25 %).

La croissance des importations fragilise l'ensemble des secteurs productifs

Plus que la croissance des exportations, c'est la croissance plus importante de nos importations qui a marqué l'année 2017, passant de 52,8 à 55,5 Md€ en un an.

Toute une variété de secteur est concernée : les produits transformés à base de céréales, de cacao et les préparations alimentaires diverses (importations en hausse de 7 % à 8,5 Md€), les viandes et produits de l'abattage (+6 % à 5,5 Md€), les fruits (+ de 5 % à 4,4 Md€) ainsi que les produits transformés

à base de fruits et légumes (+4 % à 5 Md€). Par ailleurs, c'est le secteur des produits laitiers qui subit la plus forte hausse des importations, avec une augmentation de 25 % sur un an pour atteindre 3,9 Md€, en raison de la conjoncture exceptionnelle ayant conduit à l'augmentation du prix du beurre, dont la France est un importateur structurel : la hausse de 4 % des importations en volume se traduisant ainsi par une hausse de 53 % en valeur).

Structure des entreprises exportatrices

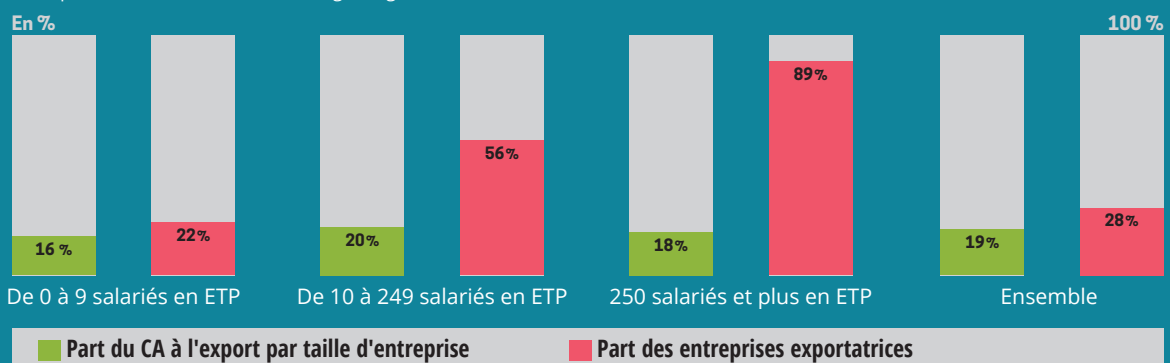
Le tissu des entreprises agroalimentaires se caractérise de façon générale par une équivalence entre le nombre d'entreprises agroalimentaires (18 365 en 2015) et le nombre d'entreprises de commerce de gros agroalimentaire (22 855).

Dans un paysage largement dominé par les entreprises de moins de 10 salariés en équivalent temps plein, 28 % des entreprises du secteur ont une activité à l'export en 2015, et plus précisément :

- 22 % des entreprises de moins de 10 salariés, avec un chiffre d'affaires réalisé à l'export qui représente 16 % du chiffre d'affaires total de cette catégorie.
- 56 % des entreprises de 10 à 249 salariés, avec un chiffre d'affaires à l'export qui représente 20 % du chiffre d'affaires total.
- 90 % des entreprises de plus de 250 salariés exportent, mais leur part du chiffre d'affaires à l'export reste du même ordre que pour les autres catégories (18 %).

► Graphique 5 - Part du chiffre d'affaires à l'export et part des entreprises exportatrices selon la taille des entreprises

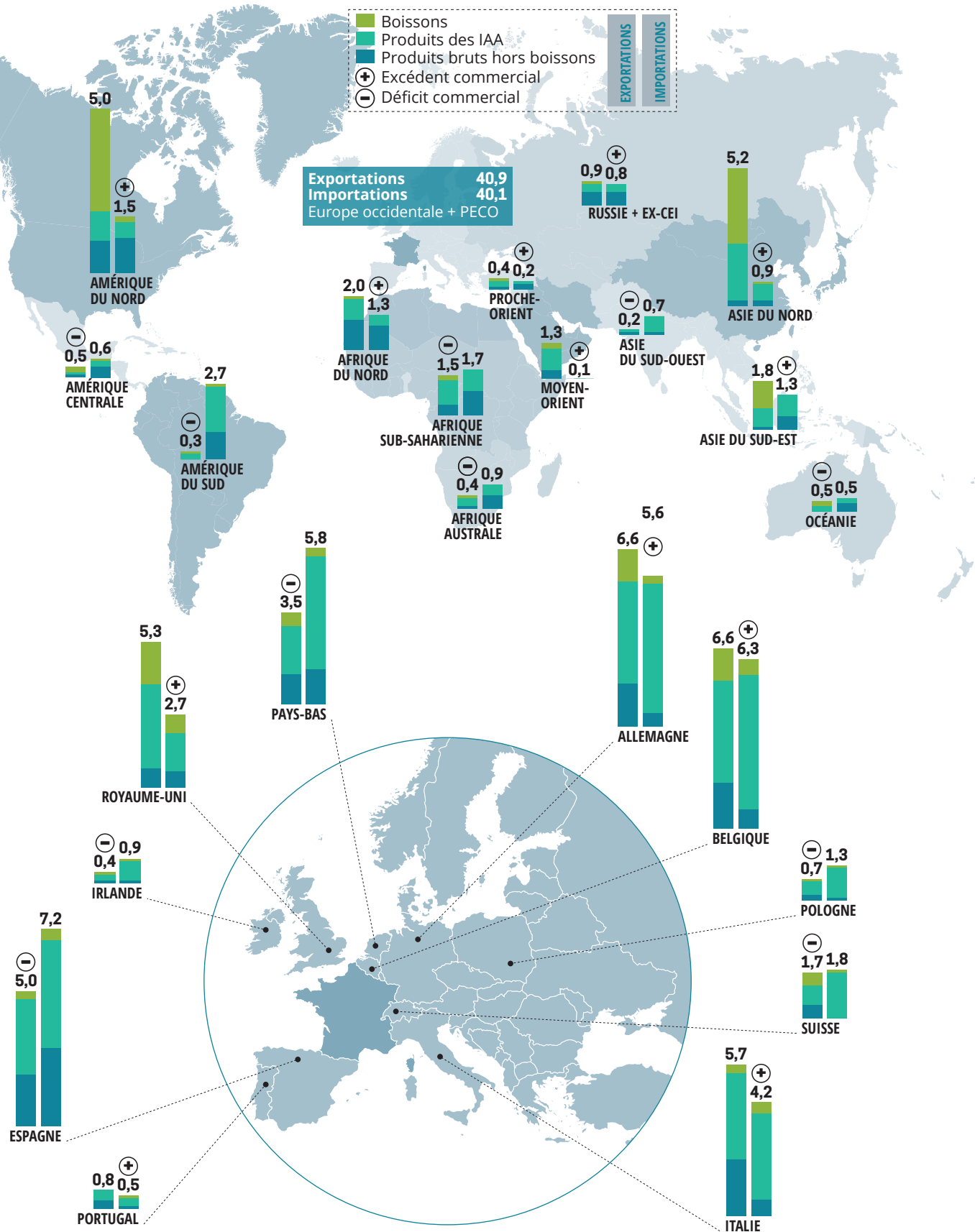
Champs : Industries et commerce de gros agroalimentaires, hors artisanat commercial. Source : Données INSEE - Traitement SSP



► Exportations et importations de produits agricoles et agroalimentaires de la France dans le monde (en milliards d'euros)

Champ : produits agricoles et agroalimentaires, hors tabac, année 2017. Source : Douanes – Traitement SSP

54



Agroalimentaire et négociations commerciales internationales

L'Organisation mondiale du commerce sous tensions

L'Union européenne promeut un commerce multilatéral fondé sur des règles et s'appuyant sur l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Elle est engagée dans un important agenda de négociations d'accords commerciaux qu'elle souhaite équilibrés et mutuellement bénéfiques, et que la Commission européenne mène pour le compte de l'UE. En 2017, la Cour de justice de l'Union européenne a confirmé sa compétence exclusive pour l'ensemble des dimensions commerciales « classiques » de ces accords (réduction des droits de douane, levée de barrières non tarifaires, y compris sanitaires et phytosanitaires, protection d'une liste d'indications géographiques, coopération réglementaire), certains aspects relatifs à l'investissement restant toutefois de compétence partagée avec les États membres.

La 11^{ème} conférence ministérielle de l'OMC (décembre 2017, Buenos Aires) n'a pas pu aboutir sur des décisions et déclarations communes. Cet échec a mis en exergue la crise que traverse l'organisation du fait du blocage par les États-Unis du renouvellement des juges de l'organe d'appel de l'Organe de règlement des différends de l'OMC, et de la difficulté à avancer dans un cycle de négociation consacré au développement face à l'émergence économique de pays se revendiquant toutefois encore du statut de PED. Il a ouvert une phase de débats et réflexions sur l'adéquation du fonctionnement et de l'agenda de négociation de l'OMC avec ses objectifs initiaux, et avec les besoins actuels du commerce international.

Dans le même temps, l'OMC reste sollicitée, notamment par l'UE, pour contribuer à résoudre les tensions commerciales découlant des pratiques chinoises en matière de surcapacités industrielles chinoises et de protection de la propriété intellectuelle et de mesures unilatérales prises sur cette base à partir du printemps 2018 par les États-Unis.

Plusieurs accords importants en voie d'application

Avec le Canada

L'« Accord économique et commercial global » (AECG ou CETA en anglais) conclu en 2014 entre l'UE et le Canada a été approuvé par le Parlement européen en février 2017, et est entré en application provisoire le 21 septembre 2017. Conformément à l'engagement du Président de la République, une commission d'experts indépendants a examiné en 2017 son impact sur l'environnement, le climat et la santé, et a été suivie d'une large consultation des parties prenantes, débouchant sur l'adoption par le gouvernement d'un plan d'action pour la mise en œuvre du CETA, dont l'axe 3 comporte un ensemble de mesures visant à améliorer la prise en compte des enjeux sanitaires et de développement durable, notamment en matière agricole, dans les accords commerciaux. Pour pouvoir passer d'une application provisoire à définitive, le CETA sera soumis au parlement français en 2018 ainsi qu'aux parlements des 28 États membres de l'Union européenne nécessaire à sa ratification.

Avec le Japon

La négociation engagée avec le Japon en 2013 pour un accord de partenariat économique a finalement profité de la sortie des États-Unis de l'accord de TransPacific Partnership. Elle a abouti en juillet 2017 à un accord politique, et à la conclusion des négociations en décembre 2017, dans une perspective de ratification et d'entrée en vigueur au premier semestre 2019. En raison d'avantages tarifaires et non tarifaires, cet accord offrira d'importants débouchés aux secteurs français de l'agroalimentaire, notamment en fromages, beurre et lait en poudre, viandes porcine et bovine, préparations alimentaires, vins et spiritueux. Le Japon s'engage en particulier à approuver 35 additifs et auxiliaires technologiques jusque là non autorisés, et protégera 205 indications géographiques, dont 43 françaises ; les vins passeront d'un droit de douane à 15 % actuellement à zéro le jour de la mise en œuvre de l'accord.

Avec Singapour

L'accord conclu entre l'UE et Singapour en 2014 sur ses aspects commerciaux, et en 2017 sur ses aspects investissement, devrait être signé et entrer en application provisoire au premier semestre 2019, sous réserve d'un résultat satisfaisant en matière d'indications géographiques. En effet, l'enjeu de cet accord ne portait pas principa-

lement sur la libéralisation tarifaire : du fait de sa position de « hub » commercial, Singapour applique en effet déjà des droits de douane très réduits ou nuls. Par contre, la protection d'une liste restreinte de 196 indications géographiques européennes, dont 37 françaises nécessite encore un engagement accru de Singapour pour parvenir à un niveau de protection équivalent à celui des autres accords conclus par l'UE.

BREXIT

Le Royaume-Uni constitue un partenaire commercial important pour la France. Dans le secteur agroalimentaire, il est le 3ème client européen de la France à l'exportation et son 6ème fournisseur européen à l'importation. Le commerce agroalimentaire français est excédentaire à hauteur de 2,9 Mds€, dont 1,2 Mds€ pour le secteur des vins et spiritueux. Il y a donc un fort enjeu à poursuivre leur développement sans coût d'entrée supplémentaire dans le cadre du Brexit. Certaines filières sont actuellement déficitaires (produits de la mer, certaines productions animales comme les ovins et les bovins).

Conformément au principe de négociation séquentielle (retrait, puis future relation) adopté par les 27, l'accent a été mis prioritairement sur l'accord de retrait, dont l'UE a publié un projet le 20 mars 2018, et dont les chapitres relatifs aux droits des citoyens, à la facture de sortie, à la période de transition (dont le terme est fixé à fin 2020) ont fait l'objet d'un accord. Sur le plan financier, le Royaume-Uni, contributeur net au budget de l'UE de 10 à 13 Md€ selon les années, s'est engagé à contribuer au budget de l'UE jusqu'à la fin de la période de transition, puis à solder le reste à liquider au 31 décembre 2020. En revanche, la question de la frontière irlandaise reste, à la fin août 2018, le principal point d'achoppement des négociations. La protection des indications géographiques après le Brexit n'a pas encore été abordée. Afin d'entrer en application le 29 mars 2019, l'accord de retrait doit être rédigé dans sa version finale pour octobre 2018. Une négociation a par ailleurs été ouverte au sein de l'OMC pour déconsolider, selon la part respective des 27 et du Royaume-Uni, les contingents agricoles concédés par l'UE aux pays tiers.

L'UE a publié le 23 mars 2018 ses orientations pour la négociation du cadre de la future relation avec le Royaume-Uni, qui devrait prendre la forme d'une déclaration politique jointe à l'accord de retrait. Le Royaume-Uni a publié quant à lui le 12 juillet 2018 un livre blanc sur la future relation qu'il envisage avec l'UE. Les négociations se concentrent sur les compromis possibles entre ces deux visions de cette future relation, dans laquelle seront essentiels du point de vue de l'agroalimentaire français le statut de la frontière irlandaise, impactant notamment les contrôles sanitaires et phytosanitaires, le régime douanier régissant les échanges entre les deux parties, l'accès aux zones de pêche et aux stocks halieutiques revendiqués par le Royaume-Uni, le maintien sur la durée de conditions de concurrence équitables, tant dans la relation bilatérale qu'envers les tiers, ainsi que la coopération en matière de recherche. En effet, si, sous réserve de la ratification de l'accord de retrait, la totalité de l'acquis de l'UE s'appliquera au Royaume-Uni jusqu'à la fin de la période de transition (à l'exception des textes qui cadrent sa participation aux instances européennes), et si le Royaume-Uni continuera d'être lié par les accords internationaux signés par l'UE, il peut d'ores et déjà de son côté négocier, signer et ratifier des accords internationaux mais qui n'entreront en vigueur que si l'UE l'y autorise.

En l'état actuel des négociations, il est nécessaire de se préparer à toutes les hypothèses, dont celle d'une sortie sans accord du Royaume-Uni, qui rétablirait des droits de douane et des contrôles sanitaires et phytosanitaires aux frontières. Le Ministère de l'agriculture et de l'alimentation travaille sur toutes les options, et intervient au service des acteurs de la filière.

Avec le Mexique

La modernisation de l'accord d'association UE – Mexique, entré en vigueur en 2000 mais concernant peu les filières agricoles a abouti à un accord de principe en mai 2018, à l'issue de 2 ans de négociations, certains points, notamment relatifs à la protection des indications géographiques restant alors encore à résoudre. L'accord prévoit d'importantes libéralisations tarifaires en matière de viande porcine et de volaille, préparations alimentaires et produits pour l'alimentation animale, ainsi que l'ouverture de contingents en matière de produits laitiers. En contrepartie, l'UE ouvre au Mexique des contingents de viande bovine, sucre, éthanol, rhum. Le résultat en matière sanitaire et phytosanitaire est très satisfaisant. La mise en œuvre provisoire de l'accord n'interviendra pas avant 2019.

D'importantes négociations encore en cours

La négociation avec les pays du Mercosur (Brésil, Argentine, Uruguay, Paraguay), débutée en 1999, suspendue en 2004, a repris depuis mai 2016. Cette négociation suscite une grande attention des secteurs agricoles et agroalimentaires concernés (bœuf, sucre et éthanol notamment) et a fait l'objet d'interventions très fermes du Président de la République sur les conditions d'acceptabilité pour la France de cet accord.

La conclusion des négociations initialement envisagée pour le début de l'année 2018, est désormais envisagée pour l'été 2018, avant l'ouverture de périodes électorales au Brésil (automne 2018) et en Europe (2019).

La modernisation de l'accord d'association UE-Chili de 2003, entré en vigueur en 2014, a débuté en 2018. Un équilibre devra être trouvé entre les intérêts offensifs et défensifs agricoles et agroalimentaires, compte tenu notamment de la petite taille de ce marché, de son environnement commercial (justifiant une attention particulière en matière de règles d'origine, de risques de détournements de flux en provenance de pays voisins, de protection des indications géographiques), et de l'impact cumulé des concessions déjà octroyées par l'UE sur ses filières sensibles, bœuf, sucre et éthanol notamment.

Ces éléments seront également particulièrement importants dans les négociations qui s'ouvrent en été 2018 avec l'Australie et avec la Nouvelle-Zélande, du fait de la sensibilité des filières de viande bovine, de produits laitiers et de viande ovine. Compte-tenu du volume des flux commerciaux existants entre ces pays et le Royaume-Uni, qui est notamment le premier, et de loin, importateur de l'UE en viande ovine néo-zélandaise, l'incertitude entourant la négociation du Brexit fonde les demandes de prudence de la part des secteurs concernés.

LES AIDES EUROPÉENNES À LA PROMOTION

En 2017, le régime d'aide européen aux programmes d'information et de promotion des produits agricoles établi par le règlement (UE) n°1144/2014 a très largement bénéficié à la France. Parmi les 52 projets retenus pour un cofinancement en réponse à l'appel à propositions lancé par la Commission européenne le 12 janvier 2017, 17 programmes simples français, et 5 programmes multi pays coordonnés par la France, ont été sélectionnés. Ce résultat place la France au premier rang des bénéficiaires de ce dispositif d'aide, avec plus de 45 M€ d'aides versées à des programmes de promotion. Les projets bénéficient de soutiens financiers élevés, qui vont de 70 % des coûts éligibles des programmes, dans le cas d'un programme

simple sur le marché intérieur, à 80 % pour les programmes multiples et les programmes simples en pays tiers. Le budget disponible en 2017 pour soutenir financièrement ces programmes était de 111 M€, les demandes des États membres représentaient 253 M€.

En 2018, le nouvel appel à propositions lancé en janvier prévoit davantage de financement: 179 M€ dont 100 M€ pour les programmes simples, 79 M€ pour les programmes multi pays. Les priorités sont la promotion des systèmes de qualité de l'UE, la filière ovine et caprine, les fruits et légumes, et deux zones géographiques: Chine/Asie du Sud Est et États-Unis/Canada/ Mexique.

Les négociations multilatérales dans le cadre de l'OMC

Les négociations sanitaires et phytosanitaires reposent dans un premier temps sur la participation active aux travaux des organisations internationales normatives, ainsi qu'au comité SPS de l'OMC. La DGAL (direction générale de l'alimentation) y participe largement.

Avec la baisse historique des barrières douanières, les réglementations sanitaires et phytosanitaires adoptées par les pays importateurs afin de se prémunir contre l'introduction de maladies animales, d'organismes nuisibles aux végétaux et d'aliments impropres à la consommation humaine ou animale constituent de plus en plus les principales barrières aux échanges commerciaux. Certes, l'accord sur l'application des mesures sanitaires et phytosanitaires (accord « SPS ») définit les règles auxquelles les gouvernements des pays membres de l'OMC doivent se conformer afin de limiter les entraves injustifiées au commerce international, tout en leur permettant d'adopter des mesures propres à assurer la protection de leurs populations (humaines, animales et végétales) à un niveau qu'il leur appartient de fixer. Certes, cet accord encourage les gouvernements à établir au niveau national des mesures sanitaires et phytosanitaires compatibles avec les normes, directives et recommandations internationales élaborées par les trois organisations normatives que sont la commission du Codex alimentarius, l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE, anciennement Office international des épizooties) ou la Convention internationale pour la protection des végétaux (CIPV). Certes, les membres de l'OMC, lorsqu'ils établissent leurs propres normes, doivent les fonder sur la base d'une évaluation scientifique des risques pour qu'elles n'entraînent pas de discriminations injustifiables entre les pays où existent des conditions sanitaires ou phytosanitaires similaires.

Mais malgré ce cadre facilitant, il reste indispensable de mener des négociations au niveau bilatéral.

Les négociations bilatérales

Au-delà des négociations multilatérales, des négociations doivent donc être menées avec les pays-tiers, soit pilotées par la Commission européenne (notamment dans le cadre des accords de libre échange, avec un suivi par la partie française en fonction de nos intérêts), soit par les autorités françaises. Ces négociations sanitaires permettent de fixer les conditions sanitaires et phytosanitaires d'exportation des produits agricoles et agroalimentaires.

Pour les négociations pilotées par la Commission, la France porte ses intérêts à l'export via différents groupes à Bruxelles, entre autres les groupes Conseil du Potsdam (animal) et du Roosendaal (végétal).

Au sein de la DGAL, c'est le bureau export pays tiers (BEPT) de la sous-direction des affaires sanitaires européennes et internationales (SDASEI) qui encadre ces négociations.

En 2017, les négociations France-Pays tiers ont par exemple permis dans le domaine animal d'ouvrir 18 nouveaux marchés, de rouvrir 14 marchés soumis à embargo et dans le domaine végétal d'ouvrir 4 nouveaux marchés et en rouvrir 1.

La priorisation des négociations bilatérales avec les professionnels via les comités export SPS FranceAgriMer

Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation a mis en place avec FranceAgriMer pour chaque famille d'exportateurs (deux sections végétales, trois sections animales) un comité export SPS qui permet deux fois par an de fixer les négociations prioritaires (pays/produits) et de faire les points des négociations en cours. Le comité établit ainsi une « feuille de route » des négociations.

Fin 2013 un comité visant à prioriser les négociations relatives aux obstacles techniques au commerce (OTC) associant la DG Trésor et la DGCCRF s'est construit sur le même modèle.

Au 1^{er} juin 2018, la feuille de route comprend un peu plus de 200 couples pays/produit.

Missions rattachées au BEPT

Les ouvertures de marché passent le plus souvent par l'accueil de missions d'inspection réalisées par les autorités des pays tiers. Il s'agit soit d'audit « système » qui visent la reconnaissance de l'équivalence de système sanitaire et l'acceptation de nos pratiques, soit d'audit « agrément » pour valider les autorisations d'export des établissements. En 2017, le BEPT a organisé l'accueil de 25 missions pays tiers pour un total de 146 jours.

En plus du suivi des audits et de l'élaboration des instructions à l'intention des services déconcentrés, le BEPT est partie prenante des cycles de formation à l'attention des exportateurs et/ou des services officiels afin de les familiariser aux procédures export.

L'État a également engagé la modernisation de la base de données sanitaires à l'exportation, « Exp@don ». Ce projet, dénommé Expadon 2 est co-piloté par la DGAL et FranceAgriMer. A terme, il fournira un service en ligne permettant aux services de l'Etat et aux exportateurs de produits agroalimentaires, mais aussi d'animaux et de végétaux, de gérer, de manière totalement dématérialisée, les procédures sanitaires et phytosanitaires (SPS) liées aux exportations. Au 1^{er} juin 2018, seule la partie « agrément » des établissements est gérée par Expadon 2. La partie « certificats » sera progressivement déployée entre 2019 et 2020. Cette plateforme permettra également une circulation plus rapide, mieux partagée, et mieux ciblée des informations notamment en cas de crise sanitaire, dans le cadre du traitement des notifications SPS de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), ou encore pour le suivi des priorités de négociation SPS.

Expadon 2 a également vocation à reprendre l'outil Impadon qui permet de mettre à disposition du grand public des informations relatives aux conditions d'importation des marchandises sanitaires et phytosanitaires sur le territoire de l'Union européenne.

COMPÉTITIVITÉ INTERNATIONALE DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES FRANÇAISES, QUELQUES ÉCLAIRAGES RÉCENTS

Carl Gagné, Karine Latouche
Chercheurs INRA, UMR SMART-LERECO

Le secteur agroalimentaire français affiche toujours un solde commercial positif et est l'un des secteurs ayant le plus contribué à la reprise des exportations françaises en 2017¹. De nombreux défis demeurent cependant à relever. La France continue à perdre des parts de marché par rapport à ses principaux pays rivaux. L'embargo russe sur les produits alimentaires a été un évènement éclairant pour apprécier la perte relative de compétitivité de certaines filières françaises par rapport à ses concurrentes européennes. L'évaluation des effets directs et indirects de l'embargo sur les exportations françaises et européennes n'est cependant pas simple à quantifier car il faut être en mesure d'isoler son effet des autres évènements ayant eu lieu en même temps comme les baisses du prix du pétrole et de la valeur du Rouble². L'embargo russe expliquerait, selon les estimations de l'INRA, seulement 45% de la baisse des exportations de produits visés par l'embargo de l'UE-28 vers la Russie (une perte d'environ 125 millions d'euros par mois en moyenne). Cependant, si l'Allemagne et la Pologne ont compensé leurs importantes pertes sur le marché russe par une forte augmentation des exportations vers d'autres partenaires commerciaux (principalement intra-UE), cela s'est fait au détriment d'autres pays de l'UE, tels que la France.

Un des leviers d'action pour améliorer les exportations des entreprises agroalimentaires françaises est de permettre à un plus grand nombre d'entreprises de vendre leurs produits à l'étranger. En effet, seule une minorité d'entreprises tire profit de l'expansion des marchés étrangers. Quelques chiffres sont nécessaires pour mesurer l'ampleur des inégalités de revenus liés à l'exportation : plus de 80 % des chiffres d'affaires d'exportation sont réalisées par moins de 10 % des entreprises françaises ; trois entreprises agroalimentaires sur quatre ne vendent pas au-delà des frontières nationales ;

parmi les entreprises exportatrices, très peu sont en mesure d'exporter plus de trois années consécutives (environ 25 %). Si de nombreux facteurs de compétitivité ont été identifiés (comme la productivité des facteurs de production, la taille des entreprises, la qualité des produits), un éclairage est nécessaire sur deux ressorts importants, mais méconnus, de la performance à l'exportation des entreprises : les relations avec les acteurs se situant à l'aval des filières, d'une part, et les démarches volontaires, publiques ou privées, d'autre part.

Même si les relations avec les enseignes de la grande distribution sont présentées comme conflictuelles, ces dernières peuvent avoir un effet moteur sur l'activité internationale des entreprises agroalimentaires. En effet, l'internationalisation croissante de la grande distribution favorise les exportations alimentaires des pays d'origine des enseignes³. Selon les estimations de l'INRA, un doublement des ventes de la grande distribution d'un pays donné dans un pays hôte entraînerait, en moyenne, une augmentation de 18,6 % des exportations agroalimentaires du pays d'origine vers le pays hôte. L'internationalisation de la grande distribution nationale serait donc un atout non négligeable pour les exportateurs de produits alimentaires. La nature des relations avec les intermédiaires (grossistes et détaillants) constitue également une variable stratégique pour l'entreprise agroalimentaire pour réussir à l'export. L'acquisition d'intermédiaire par prise de participation financière (contrôle d'une minorité de blocage, rachat d'actions) permet aux entreprises agroalimentaires, d'une part, de gérer le problème de double marginalisation se traduisant par des prix significativement plus faibles et, d'autre part, de réduire les coûts de distribution des produits pour atteindre les clients étrangers⁴. Selon les estimations la maîtrise des réseaux de distribution dope les exportations.

Outre les réseaux mobilisés par l'entreprise, les travaux de l'INRA montrent aussi l'importance de l'adoption de démarches volontaires, publiques ou privées, dans la compétitivité des entreprises françaises agroalimentaires. Par exemple, les indications géographiques et leur intégration dans les accords internationaux permettent aux entreprises d'accéder à de nouveaux marchés. Cette question a été abordée en s'intéressant à l'impact des Appellations d'Origine Protégée (AOP) sur la compétitivité des entreprises de l'industrie fromagère⁵. Même si la part des fromages bénéficiant de l'appellation AOP dans les exportations françaises de fromage demeure faible (environ 5 %), le label AOP facilite l'activité d'exportation pour les entreprises impliquées et permet des prix moyens des produits exportés plus élevés tout en demeurant compétitif. Les résultats suggèrent par ailleurs que les produits AOP sont perçus comme des produits de qualité par les consommateurs étrangers qu'ils soient européens ou non.

Les certifications privées peuvent aussi constituer un levier à l'export pour les entreprises agroalimentaires. Les travaux de l'INRA montrent que les entreprises ayant adopté le référentiel privé IFS (International food standard), sont celles qui bénéficient le plus de la présence des distributeurs français à l'étranger⁶. La certification entraîne, en moyenne, un supplément d'exportation de l'ordre de 15 % dans les pays où la grande distribution française est installée.

1. Voir chapitre 1.4 : Échanges commerciaux internationaux - L'agroalimentaire, pilier de notre commerce extérieur

2. Cheptea A., Gagné C., 2018. The trade cost of Russian food embargo. Working Paper SMART - LERECO, N°18-05

3. Cheptea A., Latouche K., Emlinger C., 2014. Multinational retailers and home country food exports. *American Journal of Agricultural Economics*, 97 (1): 159-179

4. Gagné C., Latouche K., Turolla S., 2017. Vertical Ownership and Export Performance: Firm-Level Evidence from the Food Industry. *American Journal of Agricultural Economics*, 100(1), 46-72.

5. Duvaléix-Tréguer S., Emlinger C., Gagné C., Latouche K., 2018. Quality and export performance: Evidence from the French cheese industry. Working paper CEPII, à paraître

6. Cheptea A., Emlinger C., Latouche K., 2015. Do exporting firms benefit from retail internationalization? Evidence from France. IAW Discussion Papers, 121; Working Paper SMART - LERECO, N°15-13.

↳ Liens utiles pour en savoir plus

SITES INSTITUTIONNELS

Le Ministère de l'agriculture et de l'alimentation : <http://agriculture.gouv.fr/exporter-des-produits-agricoles-et-agroalimentaires>

Le service de la statistique et de la prospective du MAA : <http://agreste.agriculture.gouv.fr/>

Les actions collectives soutenues par le MAA : <https://www.franceagroalimentaire.com/>

DISPOSITIFS DE FINANCEMENT

Dispositifs publics d'appui à l'exportation : <https://www.bpifrance.fr/#location-3402>

Aides européennes à la promotion : https://ec.europa.eu/info/promotion-eu-farm-products_en et <http://ec.europa.eu/chafea>

LES OPÉRATEURS À L'INTERNATIONAL

France Agri Mer : <http://www.franceagrimer.fr/International/Exportations/Appui-aux-exportateurs>

Business France : <https://www.businessfrance.fr/>

Adepta : <http://www.adepta.com/>



Usine Blédina à Steenvoorde (59).
Ligne de conditionnement de briques de lait.

LES ENJEUX LIÉS AUX NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION

Dans le cadre du Contrat de la filière alimentaire le ministère de l'Agriculture et ses partenaires (ANIA, CGAD, CGI, Coop de France, FCD et FranceAgriMer) ont souhaité une étude visant à mieux comprendre et anticiper l'évolution des pratiques alimentaires des consommateurs français.

L'étude réalisée a permis d'identifier 16 tendances, elle se présente comme un outil d'aide à la décision et propose un cadre de réflexion aux différents acteurs de la filière alimentaire, notamment les petites entreprises (TPE/PME). Elle est destinée à les aider à adapter leurs visions stratégiques.

Présentation de la méthode appliquée à l'étude

Les changements sociétaux sont de plus en plus rapides et les comportements des consommateurs évoluent pour plusieurs raisons : urbanisation, individualisation, accélération des rythmes de vie, développement de nouveaux rapports à la nature, plus grande volatilité des préférences, digitalisation. Il est difficile pour les entreprises de l'agroalimentaire de les repérer mais aussi d'y répondre. La veille et une analyse nécessitent du temps et un investissement ; or les petites entreprises n'ont que peu de moyens à y allouer.

Besoins des entreprises

Afin de mieux connaître les pratiques et les besoins des entreprises de l'industrie agroalimentaire, la démarche a été de conduire une quarantaine d'entretiens avec des dirigeants d'entreprises et en parallèle de mener une enquête en ligne. Cela a permis de récupérer 463 retours d'entreprises. Des éléments complémentaires ont aussi été fournis par les représentants nationaux

des secteurs d'activité (membres du partenariat) et les centres de ressources à disposition des entreprises (pôles de compétitivité, pôles d'innovation).

L'analyse de tendances s'est appuyée sur cinq catégories de facteurs de changement.

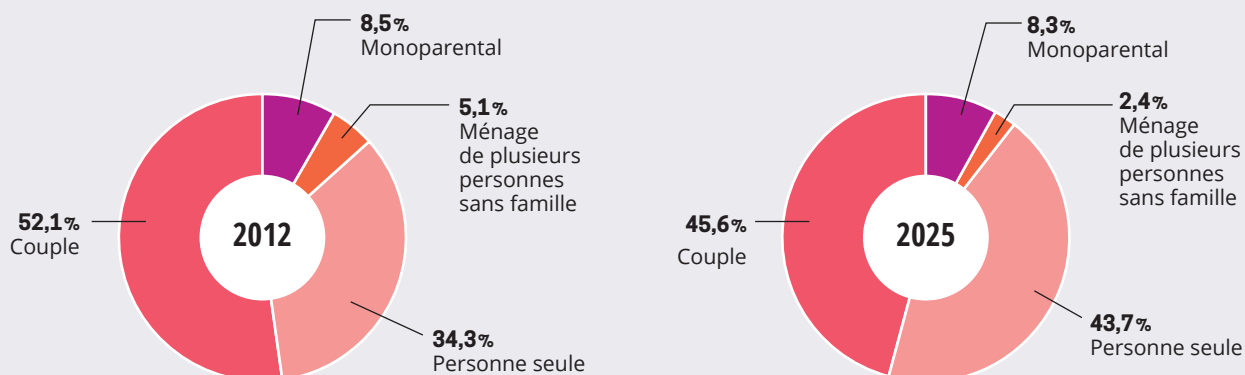
- Démographie et modes de vie : vieillissement de la population, diminution de la taille des ménages, augmentation du nombre de personnes vivant seules, contraction des temps alimentaires, métropolisation des emplois et concentration grandissante du pouvoir d'achat dans les métropoles.
- Économie : depuis la crise financière de 2008, les contraintes économiques restent fortes pour une partie des consommateurs pour lesquels le budget alimentaire est une variable d'ajustement.
- Culture et valeurs : recherche de réalisation de soi, souhait d'une plus grande participation (« consommateurs-acteurs ») et de nouvelles expériences, attrait pour plus de partage, recherche d'éléments de réassurance et consommation plus engagée.
- Technologie : développement d'Internet et essor des technologies de l'information notamment.

Réglementation et normes : l'alimentation fait l'objet d'un encadrement réglementaire (national, européen, etc.) sur divers aspects (sécurité sanitaire, information du consommateur, etc.), ainsi que de différents dispositifs de normalisation, publics et privés.

Les 16 thématiques identifiées montrent des tendances qui peuvent paraître antagonistes. Elles révèlent une diversité de profils de consommateurs auxquelles les entreprises doivent répondre par une adaptation de leur offre.

► Structure des ménages en 2012 et projection de la structure des ménages en 2025

Source : Crédoc, à partir des données Insee



Les 16 fiches pour mieux appréhender les comportements alimentaires de 2025¹ (les fiches 5, 6, 8 et 11, sont développées ci-après) :

- 1 alimentation durable ;
- 2 alimentations particulières et communautés ;
- 3 alimentation santé - bien-être ;
- 4 baisse de la consommation de protéines animales ;
- 5 consommateur stratège ;**
- 6 digital et alimentation ;**
- 7 faire soi-même ;
- 8 individualisation ;**
- 9 moins de gaspillage alimentaire ;
- 10 nostalgie et authenticité ;
- 11 nouvelles expériences liées à la mondialisation ;**
- 12 proximité ;
- 13 plus de transparence ;
- 14 prêt à manger ;
- 15 recherche de naturalité ;
- 16 recherche de nouvelles occasions de consommation

En parallèle de la mise à disposition de ces fiches tendances, une étude : *portrait de la France en 2025* a été réalisée, sur la base de projections démographiques, de revenus, de modes de vie, complétées par des projections concernant les circuits de distribution commerciale alimentaire et la consommation des ménages (dépense alimentaire globale et par catégorie de produits)².

1. <http://agriculture.gouv.fr/16-fiches-pour-mieux-apprehender-les-comportements-alimentaires-de-2025>

2. <http://agriculture.gouv.fr/comportements-alimentaires-la-france-en-2025>

DIGITAL ET ALIMENTATION LE SUCCÈS DES DRIVES ET LE POTENTIEL DES VENTES ALIMENTAIRES PAR INTERNET D'ICI 2025

Le commerce alimentaire en ligne, malgré un score encore faible, ne cesse de progresser : il représentait 4,3 % des achats alimentaires de produits de grande consommation et frais libre-service en 2014³ et pourrait atteindre 10 % d'ici 10 ans. La vitesse de développement de ce circuit, notamment via le e-commerce, lui confère progressivement une place significative dans le paysage commercial national. La vente à distance avec livraison séduit notamment des catégories de population pour lesquelles le fardeau des courses est particulièrement lourd en raison d'une activité professionnelle surchargée ou de difficultés de déplacement.

Les achats en ligne permettent aux consommateurs d'optimiser leur temps libre. Si on se projette à 2025, leur développement devrait donc augmenter par effet de génération. Grâce au numérique, le consommateur est potentiellement mieux informé et plus exigeant. La période entre l'envie et l'acte d'achat se réduit considérablement, c'est l'ère du click&buy, avec de nouvelles attentes de services.

Pour s'exonérer partiellement ou totalement de l'achat sur place, plusieurs solutions sont utilisées par les consommateurs. Le click&collect consiste à commander sur internet son panier de courses, pour aller le chercher plus tard soit en magasin, soit dans les points de retrait spécifiques. La forme la plus représentée du click&collect, et spécifique à la France, est le click&drive. Toutefois, alors que l'utilisation des formules 'drive' commence à afficher une certaine maturité, le click&collect continue à se développer sous différentes formes.

Le premier drive français a ouvert en 2000, mais le déploiement réel des drives date de 2007-2008, au moment où le haut débit arrive dans les foyers. Cette tendance s'est peu à peu diffusée chez l'ensemble des consommateurs, mais avec une prédominance chez les jeunes actifs avec enfants.

Au moment où l'essor des pratiques liées au drive semble ralentir et que ce segment arrive à maturité, le développement des usages liés au commerce

alimentaire digital pourrait prendre d'autres formes à horizon 2025. Celles-ci dépendront également de l'offre proposée par les distributeurs : essaimage de nouveaux points et lieu de collecte de ces achats, (re) développement de la livraison à domicile en centre urbain, mais aussi en milieu rural face à la disparition de commerces alimentaires.

Au-delà du commerce, dans lequel le digital a déjà commencé à s'ancrer, des perspectives se dessinent quant à son intégration dans l'alimentation quotidienne. L'alimentation connectée pourrait répondre à de fortes attentes des consommateurs en leur permettant, à titre d'exemple, d'améliorer le stockage des produits et de lutter contre le gaspillage alimentaire et les déchets (emballages connectés, informations sur la durée de vie, etc.).

Enfin, les réseaux sociaux et les sites prescripteurs ont une influence grandissante dans les choix de consommation. Alors que dans le domaine de la restauration, de puissants sites prescripteurs se sont imposés, le même phénomène pourrait se développer pour l'alimentaire.

Face à ces nouveaux enjeux, les acteurs de la chaîne alimentaire doivent repenser les stratégies marketing pour les produits sensibles aux achats d'impulsion et pour le lancement des nouveaux produits, avec des délais de mises en marchés accélérés. Ils doivent appréhender des politiques spécifiques au digital, comme la e-réputation, avec des coûts de développement parfois importants et des outils puissants réservés aux plus grands opérateurs (valorisation du big data et marketing ciblé). Les marques utilisent les réseaux sociaux pour renforcer la fidélisation et la communication individuelle et personnalisée auprès des consommateurs. L'exploitation des données individuelles par différents groupes d'acteurs pour analyser les comportements des consommateurs sera de plus en plus confrontée à une tendance inverse, celle des consommateurs exigeant de plus en plus la sécurisation de leurs données personnelles.

3. + 12 % en un an selon l'institut Kantar Worldpanel

UN CONSOMMATEUR STRATÈGE

Le consommateur porte une très grande attention à son budget alimentaire, et avec le développement de l'offre et la concurrence des distributeurs, il est incité à comparer les produits et les services qui lui sont proposés. Il développe des stratégies pour bénéficier de certains avantages et services, d'un large choix, de produits de qualité, ou encore pour gagner du temps.

Le consommateur se sent également concerné par les conditions de production (impact environnemental, risques industriels...), et les conditions de travail des salariés. Cette tendance devrait se renforcer au cours des prochaines années dans un contexte de forte implication en faveur d'une consommation responsable et engagée. En effet, les consommateurs veulent disposer d'une information complète sur les implications de leur alimentation, en termes de santé notamment.

Le renforcement de l'utilisation des réseaux sociaux, la médiatisation des scandales et crises alimentaires et le développement de l'alimentation santé/bien-être sont autant de facteurs qui portent cette tendance.

Le consommateur stratège adopte les comportements suivants :

- il tente d'obtenir à la fois des prix bas, de la qualité et du service. Pour y répondre, le modèle du hard-discount se réinvente. Lidl opère depuis 2012 une montée en gamme : nouveau positionnement, investissements pour rénover et moderniser ses points de vente, campagne de communication, etc. ;

- il recherche également la praticité et le gain de temps en matière d'alimentation. Le temps consacré au déjeuner a ainsi considérablement diminué sur les vingt dernières années. Cette tendance devrait se poursuivre en 2025 en raison du développement d'un mode de vie urbain qui implique des temps de déplacement importants, et la nécessité d'articuler temps de travail et temps de loisirs ;
- il n'hésite plus à chercher et publier des avis sur internet concernant les enseignes et les produits. Le consommateur cherche à avoir accès aux bons plans et ses attentes sont plus fortes vis à vis des réseaux de distributeurs, des industriels et des producteurs.

Enfin, on constate que la valeur plaisir est de nouveau au cœur des attentes des consommateurs, alors qu'elle était moins importante que la valeur santé au cours des années 2000-2010. Le plaisir ne se trouve plus uniquement dans le produit en lui-même, mais dans l'acte d'achat : le consommateur va choisir de se faire plaisir en utilisant des services complémentaires, comme la livraison à domicile, qui vont lui apporter un certain confort.

La recherche d'un produit bon et sain, et le meilleur rapport qualité-prix aura pour conséquence, de manière peut-être paradoxale, le développement de produits haut de gamme, une accélération de la premiumisation des marques de distributeurs, nécessitant de nouvelles stratégies de différenciation et de codéveloppement, et un affaiblissement important de la vente d'aliments peu qualitatifs.

TENDANCE INDIVIDUALISATION

L'évolution des structures familiales impacte les comportements alimentaires. La part de personnes vivant seules est passée de 27 % à 34 % de l'ensemble des ménages entre 1990 et 2012, et devrait passer à 44 % des ménages à l'horizon 2025. Cette augmentation relève du fait du vieillissement de la population, du célibat et des divorces plus répandus. Les attentes des personnes vivant seules sont différentes en termes de produit ou de quantité. Ces attentes se retrouvent aussi au sein des familles, les modes et rythmes de vie impliquent que chacun des membres puisse adapter ses repas. Les repas pris en commun sont plus rares, et la composition d'un repas n'est pas forcément la même pour une famille. L'apparition de formats individualisés, portions et emballages permet de choisir un produit préféré. Cette individualisation répond aussi à un besoin de mobilité accru, les horaires et les lieux des prises de repas favorisent l'augmentation du nombre de produits de formats individuels.

Les profils des consommateurs les plus concernés, sont essentiellement urbains, ont moins de 60 ans (actifs, jeunes et familles) et ont un niveau d'éducation élevé.

La montée de l'individualisme se traduit aussi par la volonté de chacun de s'affirmer au travers de sa consommation, la tendance à s'identifier à des produits, et à choisir ses aliments. La restauration permet d'offrir au consommateur le choix des ingrédients ou des accompagnements. La technologie permet aussi aux industriels de répondre à une attente de personnalisation en termes de marketing produit, avec la possibilité de personnaliser l'étiquette par exemple. L'utilisation

du digital favorise l'amélioration de la connaissance des entreprises sur les goûts et les habitudes des consommateurs.

Toute la chaîne est impactée par la montée de l'individualisation. L'attente de produits individualisés par le consommateur a des impacts sur :

- la communication et le marketing et l'emballage ;
- la restauration et les formules/formats plats qu'elle propose ;
- l'artisanat qui a élargi son offre en proposant des formats individuels ;
- les circuits de distribution qui ont multiplié le nombre de leurs références avec des gammes plus adaptées ;
- la logistique et les grossistes avec une augmentation de la manutention et aussi des volumes liée à la réduction des formats ;
- la transformation qui adapte sa gamme avec des portions plus petites et qui doit aussi prendre en compte l'impact néfaste sur l'environnement de la multiplication des emballages ;
- la production agricole qui modifie ses pratiques en sélectionnant des espèces végétales plus petites et pour répondre à de nouveaux standards imposés par les industriels.

L'impact général lié à cette tendance à l'individualisation et aux petits formats porte sur l'augmentation des emballages des portions et de leur coût. Leur composition fait l'objet de travaux de recherche afin de diminuer leur effet néfaste sur l'environnement (remplacement des matières par des produits biosourcés, emballages compostables). Des instituts techniques agro-industriels contribuent à ces travaux.

NOUVELLES TENDANCES LIÉES À LA MONDIALISATION

Les Français sont attachés à leur patrimoine gastronomique mais ne ratent pas une occasion de profiter du meilleur des autres cultures culinaires.

Les moteurs de la tendance sont liés à :

- la démographie, l'immigration apportant ses traditions culinaires et favorisant le brassage des populations et des cultures ;
- aux valeurs culturelles, à la découverte de nouvelles cultures, au tourisme gastronomique, qui attirent aussi les jeunes générations ;
- aux modes de vie par l'augmentation des échanges dans un monde globalisé.

Les consommateurs sont également préoccupés par l'impact social de leur consommation, d'autant plus que les produits et matières premières proviennent de l'autre bout de la planète. Aussi, la recherche de nouveaux goûts et la croissance des échanges mondiaux en matière alimentaire ne s'opèrent-elles pas sans le désir de produits respectueux de ceux qui les ont élaborés, en accord avec les valeurs éthiques auxquelles les consommateurs sont attachés.

Les jeunes générations habituées à voyager aiment retrouver cette mixité culturelle dans leur alimentation. Des concepts de restauration porteurs et innovants, plébiscités par les citoyens, bénéficient aussi de ce phénomène de mondialisation.

La cuisine asiatique est prédominante depuis plusieurs décennies, suivie par la cuisine mexicaine et enfin par la cuisine méditerranéenne. Sur ce marché, cela représente +5 % en 2013 de produits exotiques en grandes surfaces, représentant 330 millions d'euros⁴.

Les restaurants traditionnels ont été un des moteurs de cette ouverture en introduisant des produits étrangers dans leur cuisine.

Les consommateurs cherchent à allier plaisirs alimentaires et gain de temps dans la préparation, aussi les kits culinaires pour cuisiner chez soi sont très prisés.

Outre les nouveaux produits, ce sont aussi de nouveaux concepts de restauration commerciale qui ont été importés sur le territoire comme le food truck. Selon l'association « Street Food en Mouvement », il existerait près de 500 food trucks (chiffres datant de 2015) dans l'hexagone, dont une grande part dans la capitale.

D'autres impacts apparaissent aussi sur la communication et le marketing avec le développement de packaging reprenant les codes des différentes cuisines du monde ou proposant des éditions limitées permettant de tester de nouveaux concepts. On assiste au développement de labels qui prennent en compte les préoccupations des consommateurs sur les aspects éthiques des modes de production. Concernant l'artisanat les opportunités résident dans l'innovation avec la possibilité de créer de nouvelles gammes avec de nouveaux ingrédients et aussi la recherche de nouveaux terroirs/territoires. Pour les canaux de distribution, les ventes en ligne permettent aux distributeurs, artisans et industriels d'envoyer directement des produits. Les circuits traditionnels de distribution et de grossistes portent une attention plus accrue sur les conditions de production. Le secteur de la production agricole peut produire certains nouveaux produits en tenant compte des conditions pédoclimatiques, en sélectionnant l'espèce ou la race la plus appropriée et l'opportunité d'une diversification.

L'engouement pour une ouverture vers d'autres cultures culinaires peut être considéré comme un phénomène de mode, toutefois cette tendance permet aux consommateurs d'avoir une veille éthique sur les conditions de productions des produits étrangers.

Malgré un coût des produits pour le consommateur dans le secteur du commerce équitable, celui-ci devrait continuer à se développer, (+ 72 % de croissance du commerce équitable en France entre 2012 et 2015). En France, le secteur du commerce équitable est resté dynamique face à la crise. En 2015 le commerce équitable a généré un chiffre d'affaires de plus de 660 millions d'euros (contre 94 millions d'euros en 2004), ce qui représente cependant moins de 0,5 % du chiffre d'affaire lié aux dépenses alimentaires en GMS⁵.

4. Étude Xerfi – octobre 2012

5. Plate-Forme pour le Commerce Équitable, 2015



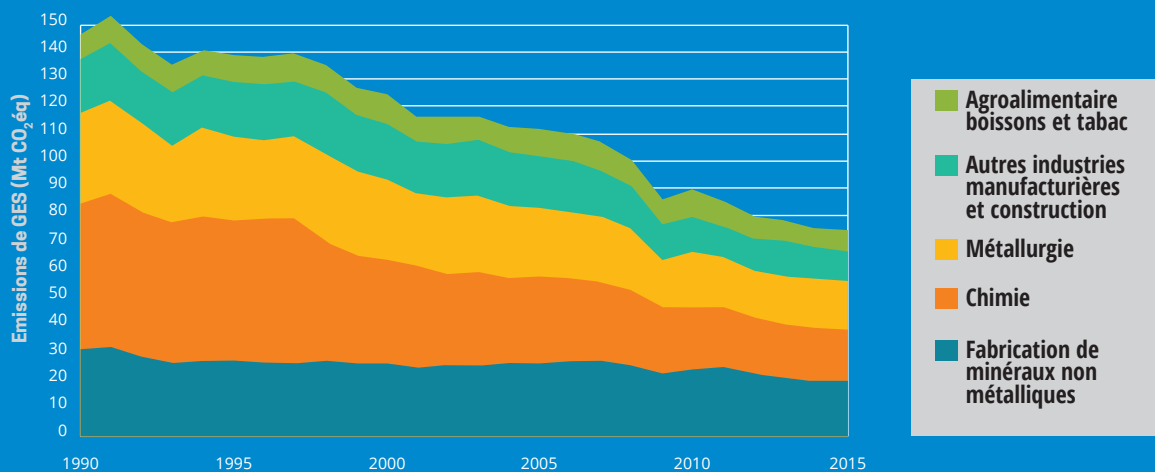
DE GRANDS DÉFIS

LES DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX

Le secteur agroalimentaire représente le quatrième secteur de l'industrie manufacturière du point de vue des émissions de gaz à effet de serre (graphique 1).

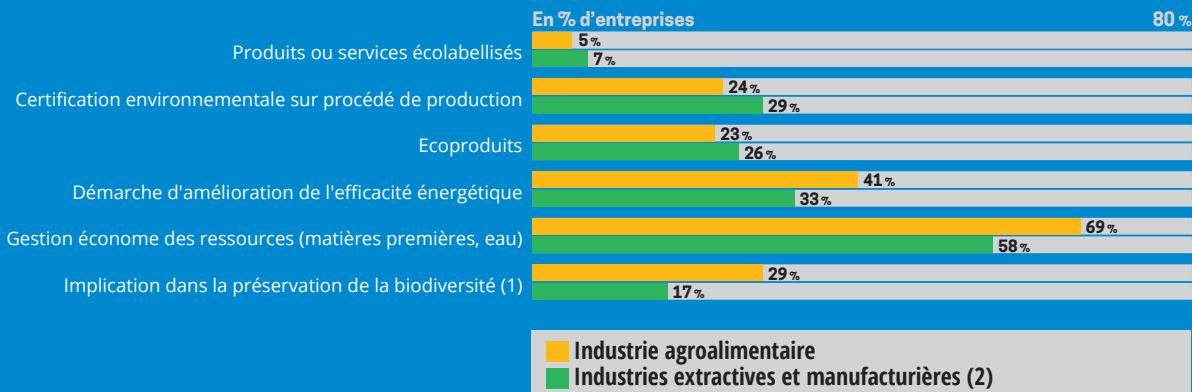
► Graphique 1 - Emission de GES dans l'industrie manufacturière et la construction en France (Dom inclus)

Note : les émissions de chaque secteur incluent les émissions liées à l'utilisation d'énergie et celles liées aux procédés industriels
Source : Citepa, 2017



► Graphique 2 - Engagements des entreprises en faveur de l'environnement, par secteur

Champ : unités légales employant 20 salariés ou plus. Source : Insee, enquête Entreprises et développement durable, 2016



1. Seulement sur le champ des unités légales de 50 salariés ou plus. 2. Hors industrie agroalimentaire.
Lecture : 58 % des entreprises du secteur de l'énergie et de l'environnement sont engagées dans une démarche d'amélioration de l'efficacité énergétique. C'est le cas de 21 % seulement des entreprises des activités de services administratifs et de soutien.

Selon une étude de l'Insee, environ un quart des entreprises agroalimentaires de plus de 20 salariés estiment que leur activité a un impact jugé « fort » ou « très fort » sur l'environnement. A l'inverse, près de 14 % d'entre elles pensent que l'impact de leur activité est nul ou très faible. Les entreprises agroalimentaires estiment que les impacts concernent en premier lieu l'eau (ressource et pollution), la production de déchets et la pollution des sols.

En dehors du respect du cadre législatif et réglementaire, près de la moitié des entreprises mettent en place des démarches volontaires en lien avec leur démarche RSE (voir encadré). Pour le secteur agroalimentaire celles-ci concernent le plus fréquemment le processus de production, et peuvent se traduire par une gestion économe des ressources (matières premières ou eau) et une amélioration de l'efficacité énergétique ou de la préservation de la biodiversité

(graphique 2). La certification en matière d'environnement, respect de la norme l'ISO 14001 ou enregistrement EMAS (le système d'audit et de management environnemental de l'Union européenne) est une étape supplémentaire, cependant plus rare.

Comme pour les autres secteurs, les comportements des entreprises agro-

alimentaires varient selon leur taille, les grandes entreprises sont davantage sensibilisées à la gestion économe des ressources qu'elles soient énergétiques ou matérielles. Les engagements environnementaux des entreprises restent globalement stables depuis 2011 avec cependant une légère augmentation de l'implication dans la préservation de la biodiversité.

La bioéconomie

Les filières agricoles, forêt-bois, marines (algues, halieutiques) et aquacoles de notre pays, pourvoyeuses de bioressources, sont historiques et souvent solidement ancrées dans les territoires. Elles sont à l'origine de diverses filières de valorisation.

Une large palette de produits ou d'énergies biosourcés est déjà disponible sur les marchés, ou en développement. Ce sont notamment : des molécules intermédiaires, détergents, solvants, tensio-actifs, colles, des plastiques biosourcés, des matériaux pour la construction, l'ameublement, le papier-carton, des composites pour les transports, de l'énergie sous forme de biocarburants liquides, de chaleur, d'électricité, de biométhane. Ces produits biosourcés offrent souvent des performances techniques et environnementales égales, voire supérieures, à celles de leurs homologues d'origine fossile, et surtout de nouvelles fonctionnalités.

La grande diversité des coproduits de ces différentes filières, des déchets orga-

niques qui en sont issus et des déchets organiques issus du monde urbain, peut également être utilisée dans de nouveaux débouchés ou comme substrat de fermentation, de compostage ou pour la production d'énergie dans une démarche de recyclage et de gestion des flux de matière et d'énergie.

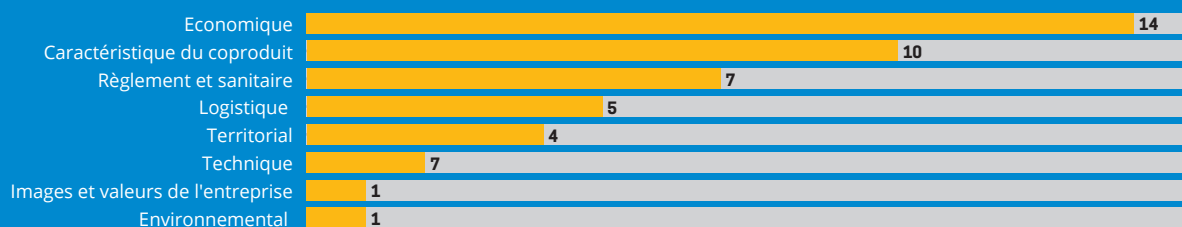
Selon le rapport d'enquête réalisé par le réseau des organisations professionnelles et interprofessionnelles pour la sécurité et la qualité sanitaire des denrées animales (Réséda) « Gisements et valorisations des coproduits des industries agroalimentaires » de 2017, les facteurs prédominants dans les choix de voies de valorisation des coproduits pour chacun des 16 secteurs enquêtés sont multiples (graphique 3).

Selon ce même rapport, les coproduits nationaux seraient issus des secteurs suivants :

- les oléagineux (29 %) ;
- le sucre (14 %) ;
- l'amidonnerie-féculerie (13 %) ;

► Graphique 3 - Les facteurs prédominants dans les choix de voies de valorisation du point de vue des secteurs

Source : Réséda – enquête 2017 « Gisements et valorisations des coproduits des industries agroalimentaires »



■ Nombre de secteurs ayant cité le facteur

- la distillerie, la meunerie, la transformation de la viande, des produits de la pêche et de l'aquaculture, de l'industrie laitière, du vin (chacun autour de 8 % des volumes).

La valorisation de ces coproduits en énergie consommerait 3 % des coproduits issus des industries de l'agroalimentaire.

Les énergies renouvelables incluent l'utilisation de bois et de déchets, résidus ou coproduits organiques en combustion directe ou pour la production de biogaz. Elles sont généralement couplées à d'autres valorisations et renforcent le caractère circulaire et la robustesse des filières dans leur ensemble. La biomasse représente au total environ 60 % des énergies renouvelables en France.

Au sein des énergies renouvelables, le secteur des biocarburants dépend fortement de la réglementation et de l'évolution de la demande en carburants (gazole/essence). Les biocarburants de première génération sont déjà présents sur le marché du transport terrestre. Les biocarburants avancés sont en développement, via d'importants projets de R&D pour la valorisation de la ligno-cellulose, et par la mise en place de filières d'approvisionnement nouvelles pour ceux issus de déchets et résidus. La biomasse-énergie (en particulier le bois) est déjà utilisée pour la production de chaleur et d'électricité ; le biogaz constitue une part plus faible du mix énergétique mais il affiche une croissance prometteuse. L'utilisation de ces énergies sur les marchés fait l'objet d'une programmation pluriannuelle de l'énergie qui définit les niveaux de production/taux d'incorporation des bioénergies.

Les distilleries viticoles : valoriser les sous-produits de la filière et améliorer son bilan environnemental

Les distilleries viticoles, implantées dans les régions viticoles françaises, collectent, valorisent et recyclent les sous-produits de la viticulture (marcs de raisin, lies de vin et les vinasses, résidus de la distillation des liquides alcooliques).

Elles produisent principalement de l'alcool destiné :

- à la consommation humaine (notamment les brandies) ;
- à la pharmacie (alcool « médical », en fait de l'alcool éthylique auquel est ajouté un dénaturant, et éventuellement un colorant, pour rendre le mélange impropre à la consommation humaine) ;
- à la bio-carburant (le bioéthanol entrant dans la composition des carburants routiers : SP95E5, SP95E10, E85 et ED95) ;
- à l'industrie chimique.

Ainsi que :

- des colorants (à partir notamment des tanins) ;
- des polyphénols (extraits sur pépins « frais », et utilisés dans la cosmétique haut de gamme) ;
- des huiles de pépins de raisin ;
- de l'acide tartrique naturel (pour acidifier les vins, pour conserver les aliments...) ;
- de la pulpe pour l'alimentation animale ;
- du biogaz (par méthanisation) et des matières fertilisantes (digestats de la méthanisation).

Les rafles peuvent aussi être incinérées dans une chaudière biomasse, et ainsi fournir de l'énergie dont a besoin la distillerie pour fonctionner (si un méthaniseur est opérationnel sur le site de la distillerie, le biométhane produit peut aussi être utilisé directement pour les besoins de production de chaleur de la distillerie, le biométhane non consommé sur place peut être injecté dans le réseau de distribution public). Ces produits énergétiques (chaudière biomasse et méthanisation) concourent à l'indépendance des distilleries au regard de l'évolution des prix des énergies fossiles.

Les distilleries viticoles, du fait de leurs débouchés alimentaires, agricoles, industriels, et énergétiques, sont un parfait exemple d'une économie circulaire territoriale et non délocalisable.

Le traitement des marcs et lies par les distilleries représente la principale voie de valorisation de ces sous-produits. Une analyse de cycle de vie (ACV) indépendante a montré que le traitement de ces sous-produits par les distilleries est plus

vertueux que les autres traitements actuellement possibles¹. Les distilleries vinicoles sont donc de véritables outils environnementaux de la viticulture, qui s'inscrivent dans l'approche de la bioéconomie en permettant de maximiser la valorisation de produits organiques.

Cette filière est en perpétuelle évolution : en moins de cent ans, les bouilleurs de cru ambulants ont laissé la place à des entreprises sédentaires innovantes ; à titre d'exemple, dès 2011, un programme de recherche et développement, a porté sur l'extraction des tanins condensés des marcs de raisin dés-alcoolisés afin de développer des colles bio-sourcées (ces tannins pourraient ainsi se substituer aux formaldéhydes dans les colles, molécules responsables de l'émission de composés organiques volatils- COV).

Les unités de méthanisation constituent un atout pour les industries agroalimentaires pour les territoires

La méthanisation est un processus biologique de dégradation de la matière organique par des bactéries dans un milieu sans oxygène, qui permet à la fois de traiter les déchets organiques et de produire une énergie renouvelable: le biogaz, utilisé pour produire de l'électricité, de la chaleur, ou du biométhane qui peut être injecté dans les réseaux de gaz naturel et/ou être utilisé comme carburant.

La méthanisation est une technologie particulièrement adaptée aux industries agroalimentaires, qui doivent traiter des effluents chargés en matières organiques et gérer des déchets organiques issus de la production, et qui ont des consommations d'énergies importantes.

L'ADEME recense à ce jour une centaine d'installations de méthanisation industrielle en fonctionnement², la majorité d'entre elles étant situées sur des industries agroalimentaires. L'ADEME estime que le potentiel de production d'énergie par la méthanisation à partir des matières organiques issues des industries agroalimentaires serait de 700 GWh à horizon 2030.

Les industries agroalimentaires sont productrices d'énergies renouvelables

Les entreprises agroalimentaires transforment des ressources agricoles en produits ou ingrédients alimentaires. Afin de maximiser la valorisation de toutes les fractions de matière, la production alimentaire peut être couplée à une production de bioénergies. Le débouché énergétique permet également de diversifier les usages des ressources agricoles, sécurisant ainsi les filières.

La production de produits alimentaires tels que le sucre, les produits amidonniers ou encore les huiles végétales alimentaires peut permettre en parallèle la production de biocarburants. Des distilleries peuvent en effet être implantées à proximité de sucreries ou d'amidonneries. Elles transforment les résidus de ces industries agroalimentaires (mélasse et amidon résiduel) ainsi qu'une partie de la production sucrière ou céréalière en bioéthanol, qui sera ensuite incorporée dans l'essence. En 2017, la production française de bioéthanol est de 10,1 Mhl. Les sucriers et les amidonniers (Cristal Union, Tereos, Roquette) en sont les principaux producteurs en France.

Par ailleurs, une partie des huiles végétales extraites des oléagineux (colza, tournesol) est estérifiée pour produire du biogazole, qui sera ensuite incorporé dans le gazole. La filière Saipol d'Avril est le premier producteur français de biogazole. Du biogazole peut également être issu d'huiles de cuisson usagées ou de graisses animales. Certaines parties d'animaux propres à la consommation ne sont en effet pas valorisées dans l'alimentation humaine pour des raisons commerciales (morceaux non demandés par les clients ou anciennes denrées alimentaires). Elles peuvent alors être valorisées pour l'alimentation animale ou en cosmétologie, pharmacie, agronomie ou énergie. Ces matières sont appelées sous-produits animaux de catégorie 3. Une partie de ces sous-produits animaux de catégorie 3 est transformée en graisses qui sont alors valorisées en énergie, en particulier en biogazole.

1. Quantis, 2012. Analyse de cycle de vie comparative des filières de valorisation du marc de raisin. 93p.

2. ADEME, SINOE®

LA CHIMIE BIOSOURCÉE

La plupart des valorisations des coproduits s'inscrivent dans les filières alimentaires (alimentation animale), agronomique et énergétique. Il existe néanmoins déjà des applications dans le domaine de la chimie et des matériaux.

Par exemple, le glycérol, coproduit de la filière corps gras (notamment de la fabrication de biodiesel à partir de matières oléagineuses telles que le colza ou le tournesol), offre de nombreuses utilisations, notamment dans le secteur des cosmétiques (sert d'agent hydratant, solvant ou lubrifiant

dans les dentifrices, savons, crèmes...) ou de la chimie (glycérol à la base de nouvelles molécules).

Les résidus de cultures agricoles peuvent également être valorisés dans la chimie ou en matériaux. Par exemple, les anas de lin peuvent être incorporés dans les bétons, les cires extraites des coques de tournesol peuvent être valorisées en cosmétique, la pulpe de betterave dans le ciment.

Source : rapport ADEME 2015 sur les coproduits

Une feuille de route pour une transition vers l'économie circulaire

3. <https://www.ecologie-solidaire.gouv.fr/feuille-route-economie-circulaire-frec>

Afin d'accompagner la transition vers l'économie circulaire, la France a publié le 23 avril 2018, une feuille de route économie circulaire³ qui comporte une cinquantaine de mesures phares pour atteindre les objectifs suivants :

- réduire de 30 % la consommation de ressources par rapport au PIB d'ici 2030 par rapport à 2010 ;
- réduire de 50 % la quantité de déchets non dangereux mis en décharge en 2025 par rapport à 2010 ;
- tendre vers 100 % de plastiques recyclés en 2025 ;
- réduire les émissions de gaz à effet de serre en économisant 8 millions de tonnes de CO₂ supplémentaires au recyclage du plastique ;
- créer jusqu'à 3000 emplois supplémentaires.

Pourquoi une feuille de route économie circulaire?

Le modèle linéaire « fabriquer, consommer, jeter » se heurte à l'épuisement des ressources de la planète. Il faut progresser vers une économie différente, où nous consommons de manière sobre, où les produits ont une durée de vie plus longue, où nous limitons les gaspillages et où nous arrivons à faire de nos déchets de nouvelles ressources.

C'est dans ce cadre que la France s'est dotée d'une feuille de route économie circulaire (FREC), qui fixe des orientations et des objectifs ainsi que les moyens pour les atteindre

Pour tendre vers une économie 100 % circulaire, la FREC est articulée autour de 4 axes : Comment mieux produire ? Comment mieux consommer ? Comment mieux gérer les déchets ? Comment mieux mobiliser les acteurs ?

Les mesures phares concernant les IAA :

ÉVOLUTION DE LA FILIÈRE « RESPONSABILITÉ ÉLARGIE DES PRODUCTEURS » (REP) EMBALLAGES MÉNAGERS

La feuille de route économie circulaire fait évoluer la filière REP pour permettre de sécuriser les investissements des filières industrielles du recyclage et donne plus de liberté aux producteurs pour l'exercice de leur responsabilité dans le cadre des filières REP. Elle prévoit aussi une refonte du pacte de confiance des filières REP afin de redonner plus de marges de manœuvre aux éco-organismes ainsi qu'aux producteurs tout en renforçant les moyens de contrôle de l'État et les sanctions. Enfin le champ de la filière REP «emballages» devrait s'étendre aux emballages professionnels.

4. <https://www.nestle.fr/asset-library/documents/communique%20de%20presse%20-%20natur%20all%20bottle%20alliance%20.pdf>

<https://www.gagnantessurtouslescouts.fr/>

La responsabilité élargie des producteurs (REP)

Il existe une quinzaine de filières REP en France dont la REP emballages ménagers qui implique fortement les IAA. Selon le principe de la responsabilité élargie des producteurs (REP), « la gestion des déchets d'emballages ménagers qui proviennent de produits commercialisés dans des emballages, en vue de leur consommation ou utilisation par les ménages doit être assurée par les producteurs, importateurs, ou toute personne responsable de la première mise sur le marché ou metteurs sur le marché (MSM) ».

La filière REP est le mécanisme d'application du principe du pollueur/payeur codifiée dans l'article L.541-10 du code de l'environnement. Elle est instaurée en France depuis 1992, et oblige les MSM à mettre en place un système individuel de collecte et de traitement des déchets issus de leurs produits, qui doit être approuvé par les pouvoirs publics, ou à mettre en place collectivement un éco-organisme qui doit être titulaire d'un agrément délivré par les pouvoirs publics.

La promotion de l'écoconception et l'incorporation de matériaux recyclés

L'éco-modulation est mobilisée pour en faire un outil incitatif pour l'utilisation d'emballages éco-conçus avec une incitation forte à davantage d'innovation et d'écoconception. Les industriels devront davantage incorporer des matières premières issues du recyclage en particulier le plastique tout en garantissant la qualité sanitaire notamment pour le plastique utilisé en contact alimentaire. Les critères d'éco-modulation sont d'ores et déjà intégrés dans le cahier des charges d'agrément des éco-organismes pour la période 2018-2022.

Les IAA, pleinement engagées pour des emballages « circulaires »

Les industries agroalimentaires misent sur l'éco-conception qui est un outil essentiel de l'économie circulaire. Elle préfigure le cycle de vie complet d'un produit et permet de diminuer les quantités de matière et d'énergie utilisées lors de la production et de l'utilisation du produit, d'allonger sa durée de vie, de faciliter sa réparation, son reconditionnement et son recyclage. Les emballages alimentaires sont de plus en plus constitués de matériaux, recyclables, recyclés, bio sourcés, avec des performances remarquables à chaque étape de la chaîne de valeur.

Danone et Nestlé Waters⁴ se sont associés à la start-up américaine Origin Materials pour créer l'Alliance NaturALL Bottle. Son objectif : lancer à grande échelle une bouteille en PET 100 % bio-sourcée dont les matériaux d'origine ne sont pas en concurrence avec l'alimentation humaine. Il s'agit, en l'occurrence, de PET issu de fibres cellulosiques de diverses origines, comme les cartons usagés ou la sciure de bois, voire, à terme, les pailles de riz.

Le soutien de l'économie circulaire

Pour soutenir la transition vers l'économie circulaire, la feuille de route prévoit plusieurs stratégies de soutien. Des financements spécifiques à l'innovation seront mobilisés dans le cadre du fonds déchets de l'ADEME qui sera transformé en un « fonds économie circulaire ». De plus, un « pass économie circulaire » sera créé pour stimuler l'investissement et permettre d'apporter une reconnaissance aux projets industriels structurants ou concourants à la montée en gamme de l'industrie française du recyclage. Les projets portant sur la structuration d'une offre de collecte et de valorisation des bio-déchets seront encouragés. Enfin, un guichet unique régional sera mis en place pour accompagner les acteurs locaux dans leur projets, en commençant par une expérimentation dans quelques régions sous l'égide de l'ADEME.

Par ailleurs, il est prévu d'accompagner 2 000 entreprises d'ici 2020, via le dispositif de l'Ademe « TPE & PME gagnantes sur tous les coups⁵ » pour réduire et optimiser les flux énergie, matières - déchets et eau tout en réalisant des économies récurrentes.

POINT EUROPÉEN SUR LE PAQUET ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Les directives « déchets »

Après deux années de négociations, les quatre nouvelles directives du Parlement européen et du Conseil relatives aux déchets et aux emballages et déchets d'emballages ont été adoptées le 30 mai 2018.

Objectifs fixés :

Obligation de collecte séparée (tri à la source) des biodéchets à partir de janvier 2024 (directive déchets) et objectifs de recyclage des déchets d'emballages : 65 % en 2025 / 70 % en 2030 (directive emballages et déchets d'emballages)

La stratégie européenne sur les plastiques

Le 16 janvier 2018 la Commission européenne a adopté la stratégie⁶ européenne sur les plastiques qui vise à une transition vers une nouvelle économie

du plastique ou tous les emballages en plastique sur le marché de l'UE seront recyclables d'ici à 2030. Cette stratégie est confortée par le projet de directive relatif à la réduction de l'incidence sur l'environnement de certains produits en plastique, publié le 28 mai 2018 par la Commission européenne⁷. Parmi les mesures proposées certaines concernent directement les États membres qui devront fixer des objectifs de réduction de la consommation de plastique et de collecte des bouteilles de boissons à usage unique (90 % d'ici 2025). La proposition de directive prévoit également que les fabricants devront prendre en charge une partie des frais de gestion et de nettoyage des déchets et des coûts liés aux mesures de sensibilisation concernant les récipients pour aliments, les sachets et emballages.

6. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-5_fr.htm

7. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3927_fr.htm

👉 Liens utiles pour en savoir plus

Le portail de l'économie circulaire : <http://www.aides-publiques-entreprises.eco-circulaire.fr/pages/#/annuaire-ecc?origine=1001141>

Mooc économie circulaire : <https://www.fun-mooc.fr/courses/course-v1:uved+34001+session03/about>

Plate forme de l'économie circulaire : <https://www.economiecirculaire.org/>

Comprendre la REP : <http://www.ademe.fr/expertises/déchets/elements-contexte/filieres-a-responsabilite-elargie-producteurs-rep>

Illustrations écoconception emballages : <http://reduction.ecoemballages.fr/catalogue/produit//1>

Initiatives EC dans l'industrie agro-alimentaire dans la conception des emballages :

<https://www.ania.net/espace-pro/developpement-durable/bonnes-pratiques/emballages>

LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE) UN MOYEN POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

« C'est la mise en pratique du développement durable par les entreprises. Ce concept suppose qu'elles intègrent dans leurs activités des préoccupations sociales, environnementales, et économiques ». Elle concerne toutes les entreprises, multinationales, PME comme TPE.

Une approche volontaire avec des obligations réglementaires

La démarche RSE se matérialise sous la forme de référentiels traduisant l'engagement des entreprises et adoptés de façon volontaire. La directive européenne 2014/95/UE, adoptée en octobre 2014, a introduit de nouvelles règles de rapportage extra-financier pour les entreprises de plus de 500 salariés ou avec un bilan total supérieur ou égal à 100 M€ ou le montant net du chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 100 M€.

Une plateforme pour promouvoir la RSE

Créée en 2013, la plateforme RSE est un espace de dialogues et de concertation réunissant toutes les parties prenantes pour promouvoir la RSE, tant à travers les politiques publiques qu'à travers le soutien aux initiatives volontaires des acteurs privés.

<http://www.strategie.gouv.fr/chantiers/plateforme-rse>

La norme ISO 26000 un instrument de promotion de la RSE

Comment nourrir plus de 9 milliards de personnes en 2050 en tenant en compte les enjeux et défis environnementaux ? Comment soutenir des modes de production et de consommation plus responsables ? Pour répondre à ces questions mises en lumière par les États Généraux de l'Alimentation, la norme internationale ISO 26000 « Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale », explicite les différentes possibilités de contribution des organisations au développement durable.

Au niveau national, l'accord AC X30-030

Le « guide d'utilisation de la norme ISO 26000 pour le secteur agro-alimentaire » publié en 2012, permet à toute organisation du secteur agro-alimentaire en France de s'engager en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Les

acteurs français à l'origine de cet accord national, et notamment Coop de France, souhaitent désormais le porter à l'international.

Des entreprises et des outils

Bonduelle, lauréat du prix entreprises et environnement édition 2017 catégorie meilleur reporting environnemental pour l'exemplarité de son rapport de responsabilité sociétale, en particulier pour la préservation des sols, de la biodiversité et de la valorisation des déchets.

<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/prix-entreprises-et-environnement>

La plateforme VALORISE

Lancée en septembre 2017, la plateforme Valorise est le fruit d'une collaboration entre l'ANIA, Coop de France, la FCD, la FEEF en partenariat avec Green-Flex. C'est un outil qui permet aux fournisseurs de réaliser une auto-évaluation de leur démarche RSE (sur la base de la norme ISO 26000), d'identifier les voies d'amélioration possibles et de transmettre les résultats aux distributeurs de leur choix via la plateforme. À terme, Valorise veut permettre aux fournisseurs de bénéficier d'un historique de leurs progrès et d'identifier les voies d'amélioration spécifiques. Pour sa 1^{ère} campagne Valorise a enregistré 1 555 entreprises fournisseur et 9 enseignes de la grande distribution.

<https://www.valo-rise.com>

Ania-Actia pour un kit RSE destiné aux TPE/PME

Le kit a été conçu comme un guide d'autoévaluation. Il s'agit d'un outil complet et opérationnel à destination des entreprises qui souhaitent mettre en place une démarche RSE.

http://www.actia-asso.eu/cms/rubriquev2-2197-kit_rse.html

La démarche COLLECTIF 3D RSE AGRO (220 adhérents)

<http://www.rseagro.com/collectif-3d-rse-agro>

Un mooc dédié à la RSE

Un mooc a été lancé en juin par Bordeaux Sciences agro, Supagro Montpellier et Coop de France <https://www.fun-mooc.fr/courses/course-v1:bordeaux-sciences-agro+138001+session01/about>

Lutter contre l'érosion de la biodiversité et le changement climatique

Les industries agroalimentaires ont un rôle majeur à jouer dans la lutte contre le changement climatique et l'érosion de la biodiversité : le choix des matières premières en lien avec leur mode de production et leur impact sur l'environnement, les étapes de transformation, le choix des emballages et des modes de transport... Tous ces éléments sont des leviers pour œuvrer pour le maintien de la biodiversité et lutter contre le réchauffement climatique.

La biodiversité, de quoi parle-t-on ?

Il est complexe d'avoir une définition précise de la biodiversité, mais on peut la comprendre par ce qui la compose : les plantes, les animaux, les micro-organismes, leurs gènes et les milieux dans lesquels ils vivent, toutes les interactions dans les écosystèmes, les aliments et les organismes vivants et leur évolution dans l'espace et dans le temps... Il est nécessaire de protéger cette biodiversité et les écosystèmes pour les services qu'ils rendent, comme les services d'approvisionnement (nourriture, combustibles), les services de régulation (climat), les services socioculturels (aspects esthétiques et récréatifs) et les nombreux services de soutien assurant le bon fonctionnement de la biosphère.

L'agriculture, l'alimentation et la forêt : au premier rang des secteurs concernés par le climat

L'agriculture et la forêt sont particulièrement exposées au changement climatique (phénomènes extrêmes, évolutions de température, précipitations). Les productions agricoles et forestières doivent d'ores et déjà s'adapter aux évolutions déjà perceptibles et à venir : lutte contre l'artificialisation des sols, sélection d'animaux et de variétés végétales adaptées aux conditions climatiques à venir, développement l'agroforesterie, amélioration de la gestion de l'eau...

Des solutions de lutte contre l'érosion de la biodiversité et le changement climatique peuvent venir de ces secteurs. La limitation des émissions via la préservation des terres agricoles et des prairies (mesures de soutien PAC, d'investissement PCAET), l'évolution des pratiques agricoles (réduction des intrants, travail simplifié des sols, agro-écologie) et alimentaires (lutte contre le gaspillage, programme national pour l'alimentation et projets alimentaires territoriaux) sont des pistes de progrès. Les productions agricoles, forestières et alimentaires peuvent participer à la limitation des émissions des autres secteurs industriels via la bioéconomie et la substitution de matériaux ou énergies émissives (énergies renouvelables utilisant la biomasse : méthanisation, usage du bois dans la construction, engagements zéro déforestation pour les filières d'importation).

De nombreux travaux internationaux et européens existent : les conventions de Rio, l'IPBES, le GIEC sont connus pour leur rôle dans la lutte contre le changement climatique et la préservation de la biodiversité ; la FAO mène des travaux dans les domaines de l'agriculture, l'alimentation et biodiversité, sans oublier les COP et l'accord de Paris.

Au niveau national, le ministère de la Transition écologique et solidaire porte les stratégies nationales pour la biodiversité et le climat. La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte du 18 août 2015 et la loi du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages a créé l'agence française pour la biodiversité et ses agences régionales sur lesquelles les acteurs de l'agriculture et de l'alimentation peuvent s'appuyer.

Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, est très impliqué en matière de préservation de la biodiversité et de lutte contre les effets du changement climatique dans ses domaines de compétence en particulier au travers du projet

agro-écologique pour la France, lancé en 2012. Plusieurs plans issus de ce projet (agroforesterie, apiculture, "ambition bio", plan semences et plants pour une agriculture durable...) ont un rôle actif sur la biodiversité et le climat.

Des dispositifs destinés à promouvoir, sensibiliser, communiquer, expérimenter ont le soutien du ministère, et l'observatoire agricole de la biodiversité est co-animé par le ministère.

LA STRATÉGIE NATIONALE POUR LA BIODIVERSITÉ 2011-2020 (SNB)



En adoptant une nouvelle stratégie nationale pour la biodiversité, la France marque sa volonté de faire entrer la biodiversité dans le champs de toutes les politiques publiques. La SNB se fixe pour ambition de « préserver et restaurer, renforcer et valoriser la biodiversité, en assurer l'usage durable et équitable, réussir pour cela l'implication de tous et de tous les secteurs d'activité ». Cela s'entend dans tous les espaces dont la France

est responsable, en métropole et en outre-mer, mais également dans les cadres européen et international, là où la France peut contribuer à cette ambition. Elle promeut la réduction des impacts directs et indirects sur la biodiversité, une utilisation durable des ressources vivantes et la répartition équitable des bénéfices que celles-ci procurent.

Tous les constats convergent pour affirmer que, face à l'érosion de la biodiversité, l'une des clefs de la réussite est la mobilisation de l'ensemble de la société. La stratégie nationale a donc pour but d'associer toutes les parties prenantes – État, collectivité territoriales, acteurs économiques... - tant pour son élaboration que sa mise en œuvre et la mesure de ses effets. L'un des fondements et l'une des originalités de cette stratégie 2011-2020 sont le fait qu'elle mette en place un cadre cohérent pour que tous les acteurs (personnes morales) puissent y contribuer sur une base volontaire, en assumant leurs responsabilités.

Après une adhésion volontaire à la stratégie nationale, à sa vision, son ambition, ses orientations stratégiques, les acteurs disposent d'un délai de deux ans pour concrétiser cette adhésion par une déclaration d'engagement volontaire. Les acteurs présentent alors le projet d'action qu'ils comptent mettre en œuvre, ces actions doivent aller au-delà du simple respect de la réglementation et conduisent nécessairement à un impact positif et substantiel en faveur de la biodiversité. Elles peuvent être très diverses et doivent être proportionnées à la taille et aux activités des organismes.

La SNB a été complétée par le Plan national biodiversité en juillet 2018

LA STRATÉGIE NATIONALE BAS-CARBONE 2015-2018 (SNBC)

En signant l'Accord de Paris, les pays se sont engagés à limiter l'augmentation de la température moyenne à 2°C, et si possible 1,5°C. Pour cela, ils se sont engagés, conformément aux recommandations du GIEC, à atteindre la neutralité carbone au cours de la deuxième moitié du 21ème siècle. Les pays développés sont appelés à atteindre la neutralité le plus rapidement possible. La France s'est engagée en 2015, avec la stratégie nationale bas-carbone, à réduire de 75 % ses émissions GES à l'horizon 2050 par rapport à 1990.

Pour atteindre la neutralité carbone, les seules stratégies de réduction des émissions ne peuvent suffire. Il est nécessaire de les compléter par des actions pour favoriser :

- le stockage de carbone dans les sols et dans la biomasse ;
- l'économie et la production d'énergie à partir de biomasse (agrocultures, biogaz qui réduisent les émissions en se substituant aux énergies fossiles) ;
- la production de matériaux à partir de la biomasse.

La révision de la SNBC est l'occasion de dresser un premier bilan des résultats obtenus en termes de réduction des émissions et de fixer une nouvelle trajectoire de réduction d'émissions plus ambitieuse, conformément aux engagements de l'Accord de Paris et du Plan climat. Après cette première révision qui aboutira fin 2018, la révision de la SNBC interviendra tous les cinq ans.

LE PLAN CLIMAT

Le Plan climat a pour objectifs de :

- rendre irréversible la mise en œuvre de l'Accord de Paris ;
- améliorer le quotidien de tous les français ;
- en finir avec les énergies fossiles et s'engager vers la neutralité carbone ;
- faire de la France le n°1 de l'économie verte en faisant de l'Accord de Paris une chance pour l'attractivité, l'innovation et l'emploi ;
- mobiliser le potentiel des écosystèmes et de l'agriculture pour lutter contre le changement climatique ;
- renforcer la mobilisation internationale sur la diplomatie climatique.

Les axes 15 à 19 du plan visent à mettre fin à l'importation en France de produits contribuant à la déforestation, à engager la transformation de nos systèmes agricoles et à promouvoir une gestion active et durable des forêts françaises pour réduire les émissions, améliorer le captage du carbone et s'adapter au changement climatique et à contribuer à la protection des écosystèmes terrestres et marins en France et à l'international.

Il s'agit de travailler au cœur des territoires et donner aux petites et moyennes entreprises les moyens d'agir contre le changement climatique. Le plan vise enfin à renforcer l'ambition climatique de l'Europe, à promouvoir des initiatives internationales innovantes et ambitieuses, et à prendre en compte des enjeux environnementaux dans les accords commerciaux.

LE FROID DURABLE

La gestion du froid est un enjeu environnemental important pour les industries agroalimentaires. Les systèmes de refroidissement et de climatisation sont des consommateurs importants d'énergie. Selon l'institut international du froid, l'ensemble de ces systèmes représente environ 15 à 20 % de la consommation mondiale d'énergie. Le secteur agroalimentaire s'est impliqué dans le projet européen Cool-Save dont le but était de « réduire la consommation énergétique industrielle dans les installations de refroidissement par la mise en œuvre de stratégies d'efficacité énergétique. »

Les systèmes frigorifiques posent également la question environnementale des gaz à effet de serre et des gaz fluorés. L'émission de gaz fluorés appauvrit la couche d'ozone, ce qui contribue au changement climatique. Au niveau international, le protocole de Montréal et le protocole de Kyoto posent des mesures pour protéger la couche d'ozone des émissions substances qui l'altèrent avec des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Les pays européens se sont engagés dans ces protocoles et ont pris des dispositions visant notamment à retirer progressivement du marché depuis 1995 les fluides de la catégorie CFC et HCFC⁸.

► L'interdiction progressive des CFC et HCFC par la réglementation entre 1995 et 2015

Source : Rapport annuel de l'observatoire des gaz fluorés, ADEME

	CFC		HCFC	
1^{er} Janvier 1995			Gel des mises sur le marché de HCFC par rapport aux niveaux de 1989	
1^{er} Octobre 2000	Utilisation CFC interdite sauf dans des situations particulières		Gel des productions de HCFC par rapport à 1997	
1^{er} Janvier 2001	Interdiction d'utilisation des CFC dans le cadre de la maintenance d'équipements préchargés		Interdiction d'utilisation de HCFC dans des équipements préchargés neufs sauf dans les systèmes fixes et réversibles de conditionnement d'air	
1^{er} Janvier 2002	Récupération et destruction des CFC obligatoire dans les congélateurs et réfrigérateurs domestiques		Interdiction d'utiliser les HCFC dans tous systèmes fixes de conditionnement d'air	
1^{er} Janvier 2004		Les CFC ne peuvent plus être mis sur le marché européen sous aucune forme	Interdiction d'utiliser les HCFC pour la production de tout équipement de froid ou de conditionnement d'air	
1^{er} Janvier 2010			Interdiction d'utiliser les HCFC pour la production de tout équipement de froid ou de conditionnement d'air	
1^{er} Janvier 2015			Interdiction d'utiliser les HCFC pour la maintenance d'équipements préchargés	Interdiction d'utiliser les HCFC pour la maintenance d'équipements préchargés

► Les interdictions progressives des gaz HFC prévues par la réglementation F-Gaz II

Source : Rapport annuel de l'observatoire des gaz fluorés, ADEME

	HFC
1^{er} Janvier 2015	Réfrigérateurs et congélateurs ménagers avec HFC dont le PRG>150
1^{er} Janvier 2020	Réfrigérateurs et congélateurs à usage commercial avec HFC dont le PRG>2500 Équipements de réfrigération fixes avec HFC dont le PRG>2500 (sauf application pour des températures > 50°C)
1^{er} Janvier 2022	Réfrigérateurs et congélateurs à usage commercial avec HFC dont le PRG > 150 Équipements de réfrigération centralisés multi-postes à usage commercial avec HFC dont le PRG > 150 d'une puissance > 40 kW (sauf circuits primaires de réfrigération centralisés en cascade dont le PRG < 150)
1^{er} Janvier 2025	Systèmes de climatisation bi blocs dont la charge < 3 Kg de HFC et dont le PRG > 750HFC

Le règlement européen F-Gaz adopté en 2014 impose ainsi une diminution de 79 % entre 2015 et 2030 des quantités de HFC⁸ mises sur le marché. Il prévoit entre autres un système de quotas annuels des HFC mis sur le marché et la suppres-

sion progressive des gaz au plus fort potentiel de réchauffement climatique (PRG, pour «Pouvoir de réchauffement global », supérieur à 2 500).

8. HFC : Hydrofluorocarbure

La démarche agro-écologique

L'importance de l'implication de l'aval dans la transition agro-écologique des exploitations agricoles

Le projet agro-écologique pour la France a été lancé en 2012 par le ministre de l'Agriculture. Il s'est traduit en 2014 par un plan d'actions. Il vise à engager la majorité des exploitations agricoles françaises dans la transition agro-écologique. Dès les premiers séminaires « Produisons autrement », le volet filières avait été mis en avant. En effet la transition agro-écologique des exploitations nécessite des changements dans les assolements, l'introduction de nouvelles cultures, de nouvelles variétés plus adaptées au contexte de l'exploitation... Par conséquent, il est nécessaire de développer de nouvelles valorisations de l'aval. La transition agro-écologique s'appuie donc sur des innovations de l'amont agricole (réorientation de la génétique, nouvelles machines...)

mais bien évidemment aussi sur l'aval qui peut, soit répondre aux nouvelles productions mises en place par les agriculteurs en développant de nouveaux produits ou de nouveaux process, soit relayer ou anticiper la demande des consommateurs et solliciter des changements de pratiques chez les agriculteurs, ses fournisseurs.

La grille d'évaluation des démarches agro-écologiques des filières

Dans le prolongement des discussions menées par les filières au sein de France-AgriMer et de l'ODEADOM, la DGPE a initié la construction d'un support d'évaluation du degré d'engagement dans la démarche agro-écologique pour l'aval des filières.

Ce travail a abouti à la réalisation d'une grille d'analyse des démarches, qui a été

testée sur une vingtaine de démarches volontaires durant l'été 2017. Cette grille mesure, à partir de 4 thématiques, le degré d'engagement dans l'agro-écologie :

- le caractère partenarial de la démarche (présence de plusieurs échelons, dont au moins le volet agricole) ;
- l'engagement de l'amont agricole ; mesure de l'intensité des pratiques agro-écologiques mises en œuvre par l'ensemble des agriculteurs de la filière considérée (sur la base des pratiques référencées dans l'outil de diagnostic agro-écologique des exploitations : Diagagroeco⁸) ;
- l'engagement de l'aval ; évaluation des différentes pratiques mises en place par l'échelon ou les échelons de l'aval de cette filière, avec notamment suivi d'un certain nombre d'indicateurs de la RSE et de l'implication de l'échelon dans l'accompagnement et la promotion de la transition agro-écologique des agriculteurs ;
- les modalités de suivi des engagements évoqués précédemment.

À la suite de ce travail, une réflexion avec les partenaires a été conduite afin de savoir s'il était pertinent de mettre en place une reconnaissance officielle. En tout état de cause, la grille testée est à disposition de tous pour accompagner les acteurs dans la construction et l'évaluation de leurs démarches.

Cet exercice conduit en 2017 a permis de partager avec différents acteurs économiques de taille différente (coopérative ou entreprise privée, de transformation ou de distribution) les préoccupations autour des conditions de production agricole et de cohérence entre les actions menées par les entreprises, notamment à travers la responsabilité sociale des entreprises (RSE). On constate que plusieurs entreprises s'intéressent aux conditions de production agricole, y compris en réponse aux attentes des consommateurs, et cherchent également à mieux connaître l'origine des produits de base, en particulier en intégrant mieux l'entreprise sur son territoire. Concernant les conditions de production, il est préférable de s'inscrire dans une démarche de co-construction avec les agriculteurs, la coopérative et l'entreprise pour définir les conditions de production et pour être davantage en accord avec les réalités du terrain et accompagner les démarches de progrès des agriculteurs.

Étude du comité d'évaluation sur la mobilisation des filières agricoles en faveur de la transition agro-écologique

L'implication des filières est un levier primordial dans la transition agro-écologique. C'est pourquoi le comité d'évaluation du projet agro-écologique (organe créé dans le cadre du plan d'actions et partenarial) a commandé une étude d'évaluation dont les résultats ont été rendus début 2018.

L'étude révèle les différences de motivation des filières ou des opérateurs pour intégrer l'agro-écologie dans leurs démarches ; selon les produits, la sensibilité sociétale et la demande exprimée des consommateurs jouent un rôle important (effet non observé pour des productions éloignées des consommateurs). La structure du secteur est aussi importante (si très concentré ou si déjà engagé dans de la différenciation).

Dans les recommandations apportées, l'étude souligne l'intérêt de clarifier les objectifs de la politique agro-écologique en passant à une étape plus ambitieuse et structurée pour donner plus de visibilité à cette politique agro-écologique. En effet, selon les résultats de l'étude, les systèmes agro-écologiques restent aujourd'hui très peu connus. Afin de mieux valoriser les démarches vertueuses, il est donc nécessaire d'améliorer les outils d'évaluation des démarches pour mieux les qualifier et ainsi mieux les promouvoir. De plus, il est également important d'apporter plus de transparence aux consommateurs, notamment par une meilleure valorisation des productions respectant la démarche agro-écologique, ou encore par une plus forte cohérence dans les règles des mentions valorisantes. Enfin, la transition agro-écologique se réalisera plus facilement si les différents outils des politiques publiques (régulation et réglementations environnementales, fonds de développement rural, autorisation de mise sur le marché de produits naturels) s'organisent de façon plus cohérente.

Pour en savoir plus sur l'étude
<http://agriculture.gouv.fr/mobilisation-des-filieres-agricoles-en-faveur-de-la-transition-agro-ecologique-etat-des-lieux-et>

⁸<http://www.diagagroeco.org/>

CONSOMMER DURABLE

La promotion d'une alimentation durable est réalisée à l'échelle nationale notamment par la lutte contre le gaspillage, mais aussi par le soutien à des projets locaux ciblés : les projets alimentaires territoriaux.

La politique publique de l'alimentation est en effet déployée au plus près des citoyens en s'appuyant sur des initiatives locales. La loi d'avenir de 2014 a renforcé ce lien en créant les projets alimentaires territoriaux (PAT).

Les projets alimentaires territoriaux

Les PAT ont pour ambition de promouvoir une alimentation relocalisée, tenant compte aussi bien des attentes des citoyens que des enjeux environnementaux et socio-économiques. Ils permettent d'initier des projets de territoires centrés sur l'alimentation dans toutes ses dimensions, selon une démarche de développement durable qui prend en compte et s'adapte aux enjeux locaux.

Sur la base du volontariat, les PAT visent à rassembler les acteurs locaux de l'alimentation au sens large - producteurs, transformateurs, distributeurs, collectivités territoriales et consommateurs - autour d'un projet commun pour le développement de l'agriculture et l'amélioration de la qualité de l'alimentation.

Travailler sur l'alimentation sur un territoire donné, c'est aussi croiser et articuler de nombreuses autres compétences des collectivités, telles que la santé des populations, la gestion du foncier, la création d'emplois, l'aménagement du territoire ou encore la gestion de la biodiversité et la lutte contre le changement climatique.

En 2016, un dispositif de reconnaissance permettant l'utilisation de la marque déposée « Projet Alimentaire Territorial reconnu par le ministère de l'Agriculture » a été créé par le ministère de l'Agriculture afin de donner plus de visibilité à ces projets. À ce jour, 19 PAT bénéficient de la reconnaissance mais plus d'une centaine d'initiatives de ce type ont été lancées dans les territoires.

Les États généraux de l'alimentation ont mis en lumière l'intérêt croissant des acteurs locaux pour la démarche des PAT

en particulier pour assurer l'approvisionnement de la restauration collective. Ces projets ont été plébiscités en tant qu'espaces propices à la concertation et à la construction collective des conditions de la transition agricole et alimentaire.

La feuille de route interministérielle issue des EGA prend acte de ce succès et affiche la volonté du gouvernement d'accompagner cette dynamique et d'accélérer l'élaboration des PAT, en réaffirmant l'objectif de 500 PAT en 2020. Une attention particulière sera accordée à la prise en compte, dans ces projets, des aspects environnementaux, nutritionnels et de justice sociale, conformément aux attentes exprimées lors des EGA.

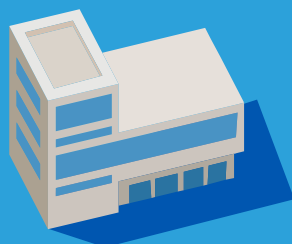
Comment créer et développer un projet alimentaire territorial ?

L'appui sur un diagnostic partagé par les acteurs locaux et la coordination de l'ensemble des actions par une instance de gouvernance sont gages de la réussite de la mise en place d'un PAT. Les différentes DRAAF ont la possibilité d'accompagner les démarches, en informant les porteurs de projet sur les soutiens méthodologiques, et en facilitant la mise en relation avec les acteurs du territoire.

Les projets alimentaires territoriaux peuvent mobiliser des fonds publics et privés. Ils peuvent également générer leurs propres ressources. Les appels à projets du PNA, les crédits des collectivités, du Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER) (en particulier LEADER - Liaison entre action de développement de l'économie rurale) ou du Fonds européen de développement régional (FEDER) sont des sources de financement possibles⁸.

8. <http://agriculture.gouv.fr/comment-construire-son-projet-alimentaire-territorial>

QUELS PARTENAIRES ?



**Collectivités territoriales
Services de l'État
Financeurs**



**Agriculteurs
et producteurs**

Groupement de producteurs,
groupement d'intérêt économique
et environnemental (GIEE),
coopératives...



**Organismes d'appui
et de recherche**

Centres d'initiatives pour valoriser
l'agriculture et le milieu rural (CIVAM),
Chambres consulaires, instituts
de recherche, associations, universités,
Parcs Naturels Régionaux (PNR)...



Société civile

associations de consommateurs,
associations de parents d'élève...



**Acteurs de l'économie
sociale et solidaire**

Producteurs, coopératives...



**Entreprises et coopératives
de transformation, de distribution
et de commercialisation**

Plateformes d'approvisionnement, supermarchés,
gestionnaires de la restauration collective
artisans, grossistes...

**Projet
alimentaire
territorial
(PAT)**

Les projets alimentaires territoriaux (PAT)



« La restauration publique exemplaire, première marche du PAT du Pays de Lorient » (n°10)

La co-construction du projet alimentaire territorial est un défi inscrit dans la charte de l'agriculture et de l'alimentation du Pays de Lorient :

« La charte entend développer une alimentation de qualité dont la responsabilité incombe à tous les acteurs de la chaîne alimentaire du producteur jusqu'au consommateur. De nombreuses initiatives citoyennes témoignent d'une volonté des consommateurs de devenir acteurs de leur alimentation. L'ambition est aussi de conforter l'économie agricole. »

La charte entend contribuer à construire un système alimentaire vertueux pour le plus grand bénéfice des habitants, des acteurs économiques et du territoire. Elle vise à plus d'équité dans la répartition de la valeur ajoutée économique et l'accessibilité sociale et ambitionne d'être plus bénéfique pour l'environnement (eau, carbone, énergie...).

La construction du projet alimentaire territoriale est structurée autour de 5 enjeux stratégiques :

- promouvoir une alimentation de qualité accessible à tous et permettre aux habitants d'être acteurs de leur alimentation et de leur santé ;
- développer la commande publique en produits locaux de qualité et notamment biologiques ;
- organiser et gouverner la filière alimentaire locale, terre et mer ;
- développer l'agriculture de proximité ;
- définir une stratégie d'organisation et d'équipement logistique.

« PAT du PETR du Grand Clermont / PNR Livradois-Forez » (n°9)

L'ambition du PAT du PETR du Grand Clermont est de co-construire une stratégie alimentaire territoriale et un plan d'actions à l'échelle du Parc Livradois-Forez et du Grand Clermont permettant de :

- développer la consommation de produits sains, de qualité, accessibles à tous et issus de circuits de proximité sur le Parc Livradois-Forez et sur le Grand Clermont afin d'accroître le taux d'autosuffisance alimentaire du territoire ;
- structurer des filières de production agroalimentaire rapprochant l'offre avec la demande locale et contribuant à dynamiser l'économie locale notamment par la diffusion de nouveaux modes de production agro-écologiques.

Le PAT doit notamment :

- contribuer à l'amélioration de la santé des citoyens en s'appuyant sur les projets en la matière du territoire (CEPIA pour le Grand Clermont, contrat local de santé pour le PNR Livradois-Forez) ;
- concourir à intégrer les enjeux agricoles dans la gouvernance territoriale en mobilisant les élus et les acteurs concernés ;
- adosser ce projet à la recherche ;
- rapprocher les agriculteurs des citoyens par l'alimentation locale et l'agritourisme.

9. Réseau national PAT : <http://rmpat.fr/>

LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Dans le monde, le tiers des aliments destinés à la consommation humaine est gaspillé. En France, on estime que près de 10 millions de tonnes de nourriture consommable sont jetées chaque année. Au niveau international comme au niveau européen, la France participe activement aux travaux menés sur ce thème. Elle s'engage dans les échanges, apporte son expertise et fait le lien avec les opérateurs afin d'alimenter les réflexions à l'échelle européenne.

La lutte contre le gaspillage alimentaire est un des enjeux majeurs des politiques d'alimentation durable et de responsabilité sociale des entreprises.

Elle s'inscrit à mi-chemin entre une démarche de consommation durable et responsable et un pilotage stratégique de l'entreprise s'appuyant sur une logique d'économie circulaire. Tout en réduisant les pertes et gaspillages à chaque étape de la chaîne alimentaire, elle vise à sensibiliser les consommateurs à des pratiques alimentaires plus respectueuses de la santé et de l'environnement, et de réduire certaines pertes économiques des entreprises. Les marges de manœuvre ainsi dégagées peuvent être réinvesties pour faire évoluer les procédés de fabrication et ainsi améliorer la qualité sanitaire, organoleptique et environnementale des produits.

Répondant à l'objectif politique de réduire de moitié les pertes et gaspillages à l'horizon 2025, la France s'est dotée d'un Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire pour la période 2017-2020. Ce dispositif incitatif rassemble l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire autour d'engagements opérationnels destinés à répondre aux objectifs suivants⁸ :

- Se doter d'indicateurs de suivi des pertes et gaspillages à chaque étape de la chaîne alimentaire et collecter les données de manière annuelle afin de disposer d'une vision globale et d'une tendance à moyen terme.

- Améliorer l'information des consommateurs afin de réduire les gaspillages liés à une mauvaise compréhension des étiquetages relatifs aux dates de péremption.
- Poursuivre la mise en relation des donateurs de surplus et invendus avec le secteur associatif afin de favoriser la gestion des dons, en complément des actions menées en matière de prévention.
- Recenser l'ensemble des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire menées dans les territoires, ainsi que les outils de communication et dispositifs de formation et les mettre à disposition sur une plate-forme en ligne.
- Participer aux travaux européens et internationaux sur le sujet de la lutte contre le gaspillage alimentaire, et notamment dans le cadre de la plateforme européenne de lutte contre le gaspillage alimentaire pilotée par la Commission européenne.

Par ailleurs, la France dispose d'un cadre législatif qui régit les actions menées en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire. Ainsi, **la loi du 11 février 2016**, dite loi Garot, précise un certain nombre de dispositions afin d'améliorer la lutte contre le gaspillage alimentaire et la qualité du don, notamment pour le secteur de la distribution. Ces dispositions, tout comme la possibilité, pour les donateurs des surplus et invendus, de bénéficier d'allègement fiscaux, sont uniques en Europe et font de la France un des pays pionniers en la matière.

En application de cette loi, les distributeurs de plus de 400m² ont l'obligation de rechercher un partenariat avec une association d'aide alimentaire habilitée afin de donner les denrées invendues encore consommables. A la suite des États généraux de l'alimentation, cette mesure devrait être étendue à certains opérateurs de la restauration collective et du secteur agroalimentaire, dans les 12 mois suivant la promulgation de la loi issue des EGA.

UNE INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE CONNECTÉE

S'il est devenu un lieu commun de dire que les technologies numériques vont révolutionner l'ensemble de l'économie et de la société, le secteur agroalimentaire présente des spécificités qui rendent l'enjeu d'appropriation de ces technologies encore plus fort que dans d'autres secteurs.

Plus que pour les autres biens, l'information sur les conditions de fabrication et la confiance dans cette information sont des attributs essentiels des produits alimentaires. Les préoccupations environnementales et sanitaires sont particulièrement marquées pour ces produits, et sont souvent dans l'esprit du consommateur intrinsèquement mêlées aux questions de qualité sanitaire et gustative, même s'il s'agit dans les faits de notions fort différentes. Les questions sociales prennent d'autres formes que pour d'autres biens industriels, mais l'intérêt des consommateurs pour les conditions de vie des agriculteurs, qui est une des motivations initiales des Etats Généraux de l'Alimentation, s'avère croissant. Le caractère souvent rapidement périssable des denrées alimentaires accentue l'importance de la confiance et de l'information du consommateur. Ces caractéristiques expliquent pourquoi très tôt des signes distinctifs de qualité, garantis par les pouvoirs publics et certifiés par des organismes indépendants, ont fait leur apparition¹⁰. A toutes ces questions, le numérique apporte des réponses radicalement nouvelles.

10. Voir chapitre 1.3 :
La différenciation des produits
alimentaires

Vers une information parfaite pour le consommateur ?

Les nouvelles technologies de codage, capteurs, et traitement des données permettent de garantir un niveau extrêmement élevé de traçabilité. Un simple QR code sur un emballage permet de diffuser autant d'information que souhaité sur le contenu et l'origine du produit, tandis que les techniques de blockchain garantissent un partage parfait des données tout au long de la chaîne de fabrication et de distribution. D'autres technologies en cours de développement, mixant numérique et biotechnologies, permettront de connaître précisément les conditions de fabrication et de transport, en particulier le respect de la chaîne du froid.

Sous réserve que le déploiement de ces technologies soit convenablement organisé et régulé, le vieux rêve d'une information totalement transparente et accessible, semblerait donc en passe de se réaliser, et donc les entreprises qui seront les premières à se doter de ces technologies disposeront d'un avantage compétitif évident. Des initiatives en ce sens foisonnent et montrent bien l'intérêt stratégique que représente la capacité à offrir aux consommateurs des informations détaillées et fiables.

Mais il faudrait bien se garder d'une vision trop angélique de cette masse d'information potentiellement disponible pour les consommateurs. D'une part la puissance des technologies de partage d'information ne garantit pas à elle seule l'intérêt, ni d'ailleurs la véracité, des informations partagées. D'autre part, en vertu de l'adage « trop d'information tue l'information », il n'en sera que plus difficile pour le consommateur de s'y retrouver pour fonder ses choix sur les données pertinentes au regard de ses besoins. En conséquence, ces données, même parfaitement transparentes, pourront faire l'objet de manipulations dans leur interprétation (par exemple fondées sur la construction d'indicateurs synthétiques dont les fondements sont eux-mêmes arbitraires ou incompréhensibles pour le consommateur car fondés sur des capacités de traitements de big data qui ne lui sont pas accessibles). La transparence de l'information peut créer une nouvelle dissymétrie basée non plus sur la connaissance de l'information mais sur la capacité à l'analyser. Aussi, il n'en sera que plus nécessaire que les consommateurs soient convenablement formés et informés sur l'usage de ces nouvelles potentialités.

LA TECHNOLOGIE DE BLOCKCHAIN

Révélee en 2009 avec l'apparition du bitcoin (monnaie virtuelle cryptographique), la technologie *blockchain* a apporté une nouvelle conception des flux monétaires et plus largement du partage d'information. Cette technologie, assimilable à une base de données partagée, repose sur un système de cryptage et d'archivage qui rend toutes données stockées infalsifiables. La véritable innovation de la blockchain ouverte à tous réside dans l'absence d'organe régulateur. Les informations échangées sont vérifiées par les paires avant d'être archivées à vie. Cependant, la structure décentralisée de cette technologie pose des questions juridiques sur son application à l'agroalimentaire, notamment sur la véracité des données transmises et les responsabilités engagées en cas d'erreur sur les données.

Ces nouveaux moyens de traçabilité permettront en tous cas l'apparition d'un pouvoir de différenciation des produits inédit, et les entreprises qui sauront s'en saisir efficacement bénéficieront de nouveaux moyens de valoriser leurs spécificités auprès des consommateurs les plus à même d'être intéressés par leurs caractéristiques. Car les outils numériques ne font pas que transmettre de l'information, ils permettent également une mise en relation instantanée des acteurs économiques.

Des chaînes de production et de distribution optimisées ?

Comme dans les autres secteurs industriels, le numérique va permettre de nouveaux gains de productivité en matière d'organisation des chaînes de production, depuis le producteur primaire jusqu'au

consommateur final. Un des aspects le plus évident est l'optimisation des chaînes logistiques via des algorithmes performants, qui permettent d'amplifier la division du travail et de diminuer les pertes liées aux ruptures de charge. En parallèle, les développements de la robotique accélèrent et fiabilisent les opérations de manutention.

Ces évolutions occasionneront probablement dans certains cas un renforcement de la division du travail (externalisation de certaines fonctions) et l'accroissement de la mondialisation, favorisant l'arrivée de nouveaux entrants, à l'image d'Amazon, dont la volonté est d'investir le marché de l'alimentation, voire les perspectives de livraisons à domicile par drones... Ces perspectives peuvent inquiéter, tant par leur impact en termes de suppressions d'emplois peu qualifiés que de concurrence par de nouveaux acteurs. Elles peuvent être aussi à l'inverse vues comme des opportunités pour les entreprises agroalimentaires de se concentrer sur leur cœur de métier : la transformation d'une matière d'origine vivante aux caractéristiques uniques et liées à la terre qui les a produites.

À l'inverse de cette vision de renforcement de la spécialisation et de l'industrialisation, les nouvelles technologies peuvent en parallèle permettre le développement de circuits alimentaires de proximité, en favorisant une mise en relation fine et fiable de l'offre et de la demande. Ce modèle connaîtra-t-il un essor grâce aux potentialités du numérique ou restera-t-il une approche marginale ? La réponse dépendra de l'intérêt porté à la proximité dans l'approvisionnement, mais aussi de la capacité des collectivités territoriales à organiser l'aménagement de l'espace pour le rendre efficace. Grâce au pilotage fin des procédés de production, la transformation des produits ne devrait pas être en reste de ce mouvement, et l'aspect « territorial » pourrait même être un facteur de résilience fort face aux incertitudes des marchés internationaux.

Les technologies numériques peuvent aussi favoriser le développement de procédés vertueux aujourd'hui encore trop loin de la rentabilité, par exemple le

développement d'emballages biosourcés (nécessitant l'usage d'une biomasse hétérogène et dispersé) ou le retour à la terre de digestats issus du traitement de coproduits (dont l'innocuité doit être garantie)... Dans tous les cas, elles favoriseront l'apparition de nouveaux acteurs et obligeront les industries actuelles à s'y adapter – si possible en en faisant des alliés.

Vers une évolution profonde des rapports économiques

La théorie économique classique nous enseigne que l'information parfaite est un gage d'efficacité du marché, mais l'information reste un élément stratégique pour qui la détient et sait la traiter. Le traitement de données massives permet déjà de prédire finement et individuellement l'appétence des consommateurs pour de nouveaux produits. A l'autre bout de la chaîne, une détection parfaite de la moindre anomalie pourrait avoir des conséquences dramatiques pour un producteur qui serait par exemple victime d'une contamination bactérienne, dont les effets potentiels seraient instantanément dramatisés par les réseaux sociaux sans égard pour une analyse et un diagnostic documentés et qui pourrait s'en trouver stigmatisé à vie...

Ces exemples peuvent nous laisser entrevoir un monde digne de George Orwell, mais l'accès à l'information permis par la digitalisation de l'ensemble des relations économiques reste avant tout un moyen de déceler les fraudes et les pratiques déloyales. Si les acteurs s'en saisissent, elle permet de renforcer considérablement la capacité d'organisation d'acteurs dispersés en favorisant leurs moyens de coordination, et donc de rééquilibrer certains déséquilibres dans les filières agroalimentaires. Ces effets positifs des technologies numériques sur les relations économiques pourraient compléter les dispositions de la « loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable », en contribuant à la mise en place de modalités de détermination transparente des prix et en renforçant le rôle de la médiation des relations commerciales.

L'entrée de nouveaux acteurs, non issus des filières agroalimentaires, tels que certains pure players des nouvelles technologies, peut également être vue comme une menace ou comme une opportunité. En remettant en question certaines positions établies, elle peut permettre de développer des stratégies commerciales originales. L'apport principal des technologies numériques est d'impliquer davantage le consommateur en valorisant ses choix individuels. Si le consommateur est réellement en capacité de faire un choix conscient et informé grâce à ces nouveaux outils, ces derniers constitueront bien plus des opportunités que des menaces pour valoriser la diversité des productions nationales. Pour autant, un risque est que l'élargissement phénoménal des possibilités de choix permis par le numérique crée des dynamiques d'instabilité et d'incertitude à toutes les échelles. Leur déploiement devra donc avoir pour pendant la capacité des acteurs à se coordonner... Autrement dit, les technologies numériques, loin de neutraliser le facteur humain, le rendent encore plus stratégique. Ce sont les filières qui auront su nouer des relations de collaboration et de confiance qui en tireront le plus de profit.

La transformation numérique porte en elle, on le voit, de nombreuses incertitudes. Comme toute évolution technologique majeure, ses impacts peuvent relever du meilleur comme du pire. Au final, l'impact des technologies numériques sera celui que la société décidera. Elles peuvent renforcer la standardisation et l'homogénéité des produits, tout comme elles peuvent favoriser la diversité et la prise en compte effective d'attributs sociaux et environnementaux. Elles peuvent déstabiliser l'ensemble des acteurs agroalimentaires, tout comme elles peuvent faire apparaître de nouvelles voies de création de valeur et d'emplois.

Inéluctable, la révolution numérique doit être une occasion pour le secteur agroalimentaire français de faire valoir ses principaux atouts : sa diversité et sa créativité. Elle permettra de renforcer la résilience des systèmes de production et favorisant la coexistence d'une diversité de modèles

(territorialisé/internationalisé, standardisé/individualisé...). Pour que ces opportunités se matérialisent, il est important que les entreprises agroalimentaires, notamment les PME, s'approprient sans attendre ces technologies et y préparent leurs personnels, et que la puissance publique poursuive ses incitations en matière d'innovation en faveur de ces domaines d'application¹¹.

LA NUMÉRISATION CROISSANTE DES IAA

Dès 2012, plus de la moitié (51 %) des IAA utilisent des progiciels de gestion intégrée. Ce taux monte à 57 % en 2014, plus que l'industrie manufacturière dans son ensemble (54 %). L'utilisation de services de cloud computing augmente rapidement (12 % en 2014, 22 % en 2016). De même, la part d'entreprises recevant des commandes par Internet est en force croissance (11 % des IAA en 2014, 22 % en 2016, contre 13 % pour l'ensemble de l'industrie manufacturière). Pour ces sociétés, la part du chiffre d'affaires généré par des ventes sur site web atteint 53 %¹².

11. Source : Insee - TIC 2012-2014-2016, traitements SSP

« C'EST QUI LE PATRON » ?

Le numérique permet aussi de faire intervenir directement le consommateur dans la construction d'un produit et de son prix. Le fondateur de C'est qui le patron ?, Nicolas Chabanne, est parti en 2016 du constat qu'avec un litre de lait payé 8 centimes de plus aux producteurs (soit 4 € par an de plus par ménage en moyenne), ces derniers pourraient à nouveau vivre de leur travail. Convaincu que les consommateurs seraient prêts à payer davantage leurs produits s'ils ont la certitude qu'ils permettent aux agriculteurs de vivre dignement de leur travail, il a mis en place une méthode originale de sondage en ligne, en demandant aux consommateurs de choisir quels prix ils seraient prêts à payer pour quelles caractéristiques de production (conditions d'élevage, alimentation...). À l'époque, une seule coopérative et un seul distributeur sont prêts à se lancer dans l'aventure. Le succès est fulgurant. Dès le premier mois, 1 million de litres de lait est vendu. Progressivement, tous les distributeurs nationaux commercialisent le lait C'est qui le patron ?, qui s'est depuis diversifié sur un nombre croissant d'autres produits (beurre, œuf, steak haché...), en maintenant sa philosophie : rémunérer l'agriculteur au juste prix impliquant les consommateurs dans la construction des caractéristiques des produits.

LE RÉSEAU THÉMATIQUE #FOODTECH #AGTECH DE LA FRENCH TECH

Depuis quelques années, de nombreuses start-ups émergent et prennent part à la transformation numérique du secteur agro-alimentaire. La "French Tech" désigne tous ceux qui travaillent dans ou pour les start-ups françaises en France ou à l'étranger. Les entrepreneurs en premier lieu, mais aussi les investisseurs, ingénieurs, designers, développeurs, grands groupes, associations, medias, opérateurs publics, instituts de recherche... qui s'engagent pour la croissance des start-up d'une part et leur rayonnement international d'autre part.

Les "Réseaux Thématiques French Tech" ont été annoncés en juillet 2016. Ils sont une déclinaison thématique de l'action publique French Tech. Le Réseau Thématique #FoodTech #AgTech s'est donné pour objectif d'accompagner ces start-ups porteuses d'innovation dans leur rayonnement et leur croissance. Il est composé de 5 membres : **French Tech Brest+**, **Lyon French Tech**, **French Tech Montpellier**, **La French Tech Rennes St Malo**, **Food Tech Dijon**.

Afin de faire connaître l'écosystème des start-ups françaises à l'international et leur permettre d'accéder à plus de visibilité auprès d'acheteurs, d'investisseurs et d'accélérateurs, le réseau thématique #FoodTech #AgTech a lancé en décembre 2017 une feuille de route qui vise à :

- cartographier et identifier les start-ups ;
- coordonner et mettre en avant les structures d'accompagnement et les outils associés ;
- élaborer une stratégie ambitieuse avec la mise en œuvre d'actions concrètes en France et à l'international.

Ses membres travaillent à la réalisation de 4 actions structurantes.

Action 1 - Sessions Pitch-Meetup : organiser des événements en France pour faire connaître les start-ups au monde agricole mais aussi aux investisseurs.

Action 2 - Données d'attractivité sur les Foodtech/Agtech : promouvoir les start-ups à l'international et convaincre les fonds d'investissement, accélérateurs, corporate venture et business angel d'investir.

Action 3 - Présence sur des salons internationaux : proposer des intervenants entrepreneurs français, ambassadeurs aux grandes conférences à l'international, organiser des opérations d'influence auprès des investisseurs et grands comptes étrangers.

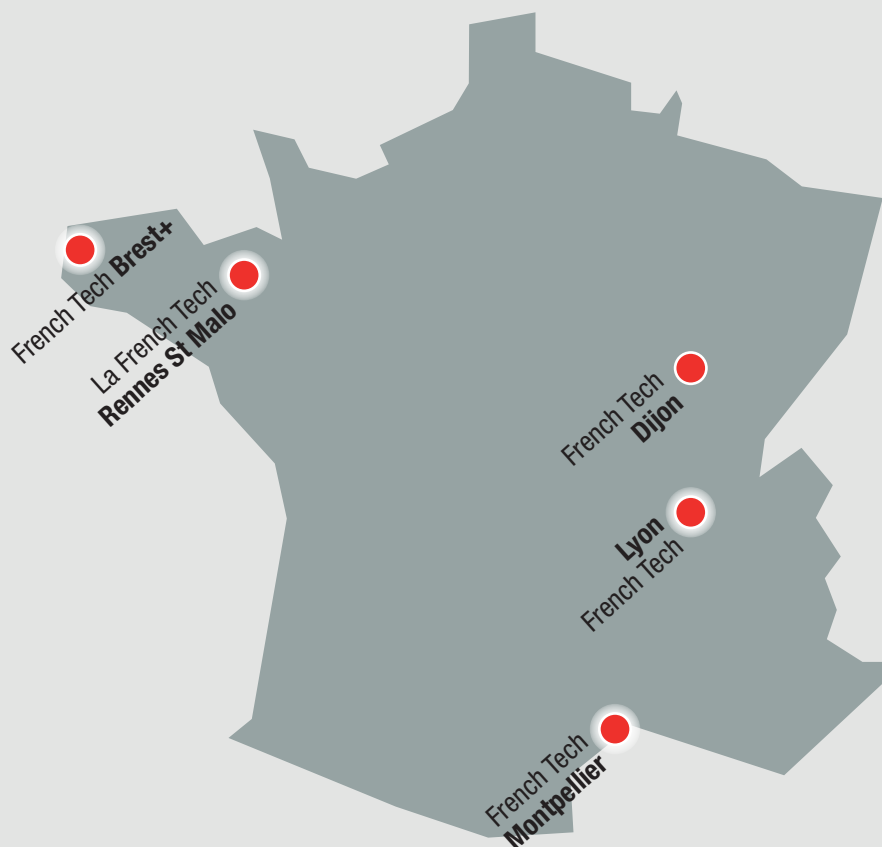
Action 4 - Opérations d'influence : organiser des opérations lors d'événements en France au rayonnement international et lors de salons et d'événements internationaux, pour attirer l'attention des grands décideurs mondiaux et organiser leur rencontre avec des entrepreneurs emblématiques de la thématique.

Lien utile : <https://foodtechagtech.lafrenchtech.com/>



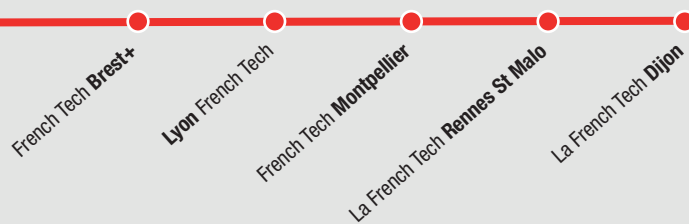
MEMBRES DU RÉSEAU THÉMATIQUE FRENCH TECH #FoodTech

- AGRICULTURE
- AGRONOMIE
- AGROALIMENTAIRE
- ALIMENTATION
- RESTAURATION



LÉGENDE

- Métropoles French Tech
- Ecosystèmes Fren Tech



L'EMPLOI ET LA FORMATION

L'emploi et la formation : des enjeux majeurs pour la filière

Les métiers de la filière alimentaire souffrent parfois d'un déficit d'attractivité

Malgré un taux de chômage qui reste élevé au niveau national (9,2% au sens du BIT pour le quatrième trimestre 2017), beaucoup d'entreprises agroalimentaires connaissent des difficultés de recrutement. De nombreux métiers sont en tension de manière récurrente, tels que : pilote industries agroalimentaires, opérateur de machine de fabrication industries agroalimentaires, employé en terminal de cuisson, opérateur de transformation viandes, préparateur en produits carnés, préparateur en produits de la pêche, opérateur de fermentation artisanale, etc.

Si cela s'explique pour certains métiers par des difficultés et une pénibilité réelle, avec une prévalence parfois importante des troubles musculo-squelettiques, des horaires décalés, du travail dans le froid ou l'humidité, cette situation est loin d'être la règle. Certains emplois salariés, notamment les métiers transversaux tels que conducteur d'engins ou agent de maintenance, peuvent aussi être en tension en raison de la concurrence avec d'autres secteurs industriels plus attractifs.

Dans ce contexte, les actions visant à améliorer l'attractivité du secteur, en premier lieu par une meilleure connaissance des métiers, prennent une importance particulière. Une enquête menée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation au cours du printemps 2018 montre l'existence de nombreuses actions régionales pour promouvoir les formations et les métiers de l'agroalimentaire :

- journées portes ouvertes dans les établissements de formation ;

- actions d'information des prescripteurs de formation ou d'emploi sur nos métiers ;
- participation à des salons étudiants, à des forums thématiques (ex : Salon de l'agriculture), forums scientifique (vulgarisation), des journées thématiques sur un produit ou une famille de produits, forums des métiers ;
- interventions dans les écoles sur les métiers avec des professionnels de proximité ;
- actions sur la féminisation des métiers présentées aux jeunes et demandeurs d'emploi, qui permettent aux jeunes filles de se projeter vers des métiers insuffisamment féminisés ;
- visites d'usines pour illustrer les métiers ;
- formation d'« ambassadeurs des métiers ».

Par ailleurs, la convention-cadre de coopération signée fin 2016 par OPCALIM (Organisme paritaire collecteur agréé chargé des industries alimentaires, de la coopération agricole et de l'alimentation) et les ministères de l'Agriculture et de l'Éducation nationale est un outil de promotion des métiers et des formations professionnelles initiales. Les actions financées, parmi lesquelles le développement du site internet « Alimétiers », permettent de faire connaître le secteur auprès des jeunes et de valoriser son image pour le rendre plus attractif.

Les établissements d'enseignement et de formation professionnelle agricoles et agroalimentaires mènent simultanément des actions pour promouvoir l'attractivité des formations menant à ces métiers. Celles-ci visent particulièrement les conditions d'accueil et les modalités pédagogiques proposées par les établissements.

La formation initiale

Les établissements d'enseignement relevant du ministère de l'Agriculture proposent des formations pour se préparer aux métiers de l'agroalimentaire qui s'adressent aussi bien aux jeunes en formation initiale scolaire ou en apprentissage qu'aux actifs en formation professionnelle continue. Ces formations portent sur les activités professionnelles d'élaboration et fabrication des produits alimentaires, de contrôle de la qualité des aliments et de commercialisation des produits.

Les diplômes du ministère de l'Agriculture préparant aux métiers de l'agroalimentaire

Du CAP au BTS agricoles : une entrée dans la vie professionnelle, avec les diplômes de niveau V, IV et III suivants.

Les métiers visés par les diplômes de niveau V et IV sont très variés : opérateur polyvalent de fabrication de produits alimentaires, conducteur de ligne de production agroalimentaire, employé d'entreprises de distribution spécialisées dans les produits alimentaires. Le diplôme de niveau III – le brevet de technicien supérieur agricole (BTSA) – permet quant à lui d'exercer une fonction de technicien supérieur salarié. Il vise les métiers de technicien de production, d'agent de relation avec la production agricole, de technicien de laboratoire agroalimentaire, de technico-commercial en industries agroalimentaires.

NIVEAU V

- CAP agricole (CAPa) (création 2015) - BPA (Brevet professionnel agricole)
- CAPa/Opérateur en industries agroalimentaires/Conduite de machines
- CAPa/Opérateur en industries agroalimentaires/Transformation de produits alimentaires
- BPA/Transformations alimentaires / Transformation de produits alimentaires
- BPA/Transformations alimentaires / Transformation des viandes
- BPA/Transformations alimentaires / Transformation du lait

NIVEAU IV

- Baccalauréat Professionnel - BP (Brevet professionnel)
- Baccalauréat Professionnel/ Bioindustries de transformation
- Baccalauréat Professionnel/Laboratoire contrôle qualité
- Baccalauréat Professionnel/ Technicien conseil vente en alimentation/Produits alimentaires
- BP/Industries alimentaires

NIVEAU III

- BTSA (Brevet de technicien supérieur agricole)
- BTSA/Sciences et technologies des aliments/Aliments et processus technologiques
- BTSA/Sciences et technologies des aliments/Produits céréaliers
- BTSA/Sciences et technologies des aliments/Produits laitiers
- BTSA/Sciences et technologies des aliments/Viandes et produits de la pêche
- BTSA/Analyses agricoles, biologiques et biotechnologiques

Les diplômes de l'enseignement supérieur long de niveau II et I

NIVEAU II

- Licences professionnelles dédiées à la filière alimentaire

NIVEAU I

- Ingénieur agroalimentaire - Master

Des établissements de formation spécialisés sur tout le territoire

Les établissements d'enseignement technique agricole qui dispensent des formations agroalimentaires disposent pour une bonne part d'ateliers technologiques qui sont des plateaux techniques d'enseignement à rayonnement régional. Selon les établissements, ces structures sont spécialisées dans l'élaboration de :

- produits laitiers et fromages ;
- produits carnés et poissons ;
- jus de fruits et boissons ;
- produits céréaliers ;
- plats cuisinés...

Afin d'accroître leur visibilité au plan national auprès des partenaires institutionnels et des branches professionnelles, 47 établissements publics locaux à dominante agroalimentaire travaillent ensemble au sein du réseau «Formation Agroalimentaire - F2A». Cela permet une mutualisation des compétences spécifiques en ingénierie de formation et des ressources des établissements pour renforcer les liens avec les entreprises des branches alimentaires.

La formation professionnelle continue

Destinée aux personnes qui sont dans la vie active ou y entrent, la formation professionnelle continue (FPC) a pour objet de contribuer au maintien et à l'amélioration de leur niveau de qualification et de compétences, tout en facilitant leur adaptation aux évolutions technologiques et aux mutations économiques.

Les dispositions applicables résultent des initiatives des partenaires sociaux, conclues dans le cadre d'accords collectifs, que l'État transpose en droit. Les modalités d'accès à la FPC varient en fonction du statut des individus.

Les principaux financeurs de la FPC sont les entreprises, via leur organisme paritaire collecteur agréé (OPCA), principalement OPCALIM pour les IAA, et les conseils régionaux.

En plus des diplômes, accessibles par la formation continue, les établissements d'enseignement agricole interviennent sur 3 types de prestations.

- **Actions de formation intra ou inter-entreprises**

En réponse aux besoins des entreprises, les établissements interviennent auprès des entreprises (in situ) ou dans leurs propres locaux sur différentes thématiques. Certaines de ces actions s'inscrivent dans des démarches labellisées par OPCALIM.

- **Conception de parcours d'intégration de nouveaux salariés**

Après un positionnement pour évaluer leurs compétences, les opérateurs qualifiés (ou non qualifiés) peuvent suivre une formation adaptée à leurs besoins et à ceux de l'entreprise, d'une durée de 2 à 10 semaines.

- **Formations qualifiantes**

Certains établissements ont activement participé aux groupes de travail organisés par les branches professionnelles pour créer les premiers certificats de qualification professionnelle (CQP). Ils interviennent aujourd'hui régulièrement dans les formations des différents CQP du secteur alimentaire (CQP harmonisés ou spécifiques), en particulier pour le secteur des produits carnés sur les CQP de la branche.

L'ingénierie des certifications professionnelles du secteur alimentaire

Les certificats de qualification professionnelle permettent de reconnaître officiellement des compétences spécialisées dans un métier propre à une profession. Créés par les partenaires sociaux, ils répondent aux besoins spécifiques en compétences et en qualifications des entreprises du ou des secteur(s) concerné(s). Des CQP Interbranches (CQPI) peuvent reconnaître des compétences communes à deux ou plusieurs branches. Les CQP sont inscrits dans le répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).

En 2017 et début 2018, les travaux se sont poursuivis, avec notamment la modularisation des 13 CQP transverses au secteur alimentaire et leur inscription au RNCP, ainsi que l'ouverture du site Internet guide méthodologique des certificats de qualification professionnelle¹².

12. <https://guide-cqp.opcalim.org/>.

Pour 2018, la filière alimentaire souhaite :

- poursuivre le développement des outils de mise en œuvre et de promotion des 13 CQP transverses inscrits au RNCP ;
- mettre en œuvre un dispositif de certification pour les branches professionnelles qui souhaitent s'appuyer sur Opcalim (comme organisme certificateur transitoire) ;

- développer et adapter la plateforme d'évaluation et de suivi des CQP (partie blocs de compétence et VAE) ;
- développer un réseau de professionnels évaluateurs membres des jurys ;
- organiser et suivre la mise en œuvre de projets certifiants à la demande des branches.

LA RÉFORME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE, DE L'APPRENTISSAGE ET DE L'ASSURANCE CHÔMAGE

Le projet de loi « pour la liberté de choisir son avenir professionnel », définitivement adopté à l'été 2018, prévoit notamment les évolutions suivantes :

Modifications du compte personnel de formation (CPF)

Opérationnel depuis 2015, le CPF est actuellement doté d'un crédit d'heures de 24h par an et par salarié. Au terme de la réforme, il sera libellé en euros, soit 500 euros par an par salarié à temps plein et 800 € pour les moins qualifiés, avec un plafond respectivement de 5 000 euros et 8 000 euros au bout de 10 ans. Un CPF de transition est également créé pour accompagner les reconversions professionnelles (ex-congé individuel de formation). Une nouvelle application mobile permettra à chacun de comparer la qualité des formations des organismes certifiés, le taux de réussite, la satisfaction des utilisateurs, et ainsi trouver la formation correspondant à ses aspirations professionnelles, mais aussi s'inscrire et payer en ligne.

Renforcement de l'accompagnement dans le choix d'une formation

Tout salarié pourra bénéficier d'un conseil en évolution professionnelle (CEP) gratuits présents sur tout le territoire afin d'évaluer ses compétences, identifier les métiers porteurs et les formations qui y conduisent. Des opérateurs seront choisis par appel d'offres dans chaque région.

Collecte d'une cotisation unique pour la formation et l'apprentissage

Les contributions obligatoires relatives au financement de la formation professionnelle et de l'apprentissage seront collectées par les URSSAF et la MSA. Les OPCA deviendront des opérateurs de compétences à terme avec de nouvelles missions notamment le financement des contrats en alternance.

Transfert de l'apprentissage aux branches professionnelles

Ce sont désormais les branches professionnelles qui décideront de l'ouverture ou de la fermeture éventuelle des centres de formation des apprentis (CFA). Cette compétence relève actuellement des conseils régionaux. La limite d'âge de l'apprentissage sera relevée de 26 à 30 ans et la durée du contrat d'apprentissage pourra être modulée.

Indemnisation sous conditions des démissionnaires

Tout salarié qui aura cotisé au moins 5 ans aura droit à deux ans d'indemnisation chômage, s'il a un projet « réel et sérieux » de reconversion professionnelle (formation ou projet de création ou de reprise d'une entreprise), attestée par une commission paritaire interprofessionnelle régionale agréée.

Un bonus malus sur les contrats courts

Une négociation sur le système d'assurance chômage démarre à la rentrée 2018 afin de lutter contre la précarité excessive (ex : bonus-malus...) et inciter au retour à l'emploi.

► Tableau 1 - Les CQP inscrits au RNCP

13 CQP TRANSVERSAUX SA	16 CQP DE BRANCHES
Préparateur (enr. Jusqu'en avril 2022)	Préparateur de commandes (ICGV) (enr. Jusqu'en août 2022)
Conducteur de machines (enr. Jusqu'en juin 2021)	Opérateur en 1 ^{ère} transformation des viandes (ICGV) (enr. Jusqu'en août 2022)
Conducteur de lignes (enr. Jusqu'en avril 2022)	Opérateur en 2 ^e transformation des viandes (ICGV) (enr. Jusqu'en août 2022)
Agent Logistique (enr. Jusqu'en août 2022)	Opérateur en 3 ^e transformation des viandes (ICGV) (enr. Jusqu'en août 2022)
Responsable d'équipe (enr. Jusqu'en août 2022)	Opérateur de la stabulation des animaux de boucherie (ICGV) (enr. Jusqu'en août 2022)
Responsable de secteur / d'atelier (enr. Jusqu'en août 2022)	Opérateur en traitement des cuirs et peaux d'animaux de boucherie (ICGV) (enr. Jusqu'en août 2022)
Ouvrier qualifié en nettoyage industriel (enr. Jusqu'en août 2022)	Conducteur d'Installation des transformations des grains (Interbranche Meunerie/Coop Vbranches) (enr. Jusqu'en août 2022)
Technicien de maintenance (enr. Jusqu'en août 2022)	Conducteur de process (BRSA/Sucre/Industries diverses) (enr. Jusqu'en août 2022)
Agent de maintenance (enr. Jusqu'en août 2022)	Agent de Silo (Interbranche Meunerie/Coop Vbranches) (enr. Jusqu'en août 2022)
Gestionnaire de l'administration du personnel et paie (enr. Jusqu'en août 2022)	Responsable de Magasin Libre service agricole (LISA) (enr. Jusqu'en août 2022)
Assistant(e) de gestion client (enr. Jusqu'en août 2022)	Ouvrier qualifié de fabrication en Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie (enr. Jusqu'en novembre 2020)
Attaché commercial (enr. Jusqu'en août 2022)	Préparateur vendeur en Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie (enr. Jusqu'en novembre 2020)
Télévendeur (enr. Jusqu'en août 2022)	Responsable de magasin en Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie (enr. Jusqu'en novembre 2020)
	CQP Vendeur Conseil spécialisé en alimentation artisanal (interbranche AD : chocolat, glace, pâtisserie, charcuterie) (enr. Jusqu'en décembre 2022)
	CQP Caviste en cave coopérative (enr. Jusqu'en nov. 2019)
	CQP Conducteur mécanicien maintenance 2 ^e niveau (Eaux-BRSA-Bières)
1 CQP INDUSTRIES ALIMENTAIRES	1 CQP I COOPERATION AGRICOLE
Responsable d'équipe logistique (enr. Jusqu'en août 2022)	CQP I TCAC (Technicien Conseil aux Adhérents de Coopérative) (enr. Jusqu'en mars 2018)

► Tableau 2 - Les CQP en cours d'enregistrement au RNCP ou à réenregistrer

CQP DE BRANCHE en cours de dépôt	CQP DE BRANCHE à ré-enregistrer
Technicien-Conseil en gestion de la reproduction animale (Insémination - SRA)	CQP Tourier (Boulangerie artisanale) – expiration en juillet 2017
Animateur d'équipe Territoriale (AET) – modèle CQP I (Insémination - SRA)	
CQP Responsable adjoint d'un point de vente en poissonnerie de détail (Poissonnier - CNPEF)	
CQP Vendeur Préparateur en produits de la mer (Poissonnier - CNPEF)	
CQP Technicien Process brassicole (Eaux-BRSA-Bières) – expiration en janvier 2015	
CQP Promoteur des Ventes – Merchandiseur (A7/Eaux-BRSA-Bière) – expiration en 2017	

Les services de l'État mobilisés pour améliorer l'emploi et la formation

L'atelier 13 des États généraux de l'alimentation « renforcer l'attractivité des métiers et l'adéquation des formations aux besoins »

Parmi les conditions de réussite pour atteindre les objectifs visés par les États généraux de l'alimentation, l'une porte sur les propositions émanant de l'atelier 13 : renforcer l'attractivité des métiers et l'adéquation des formations aux besoins. Les travaux, réunissant les organisations professionnelles de l'agriculture et de la filière alimentaire, les partenaires sociaux, les établissements de formation et fonds de formation ainsi que les associations de parents d'élèves ont débattu à l'aune d'interventions d'experts et de témoignages afin d'établir un plan d'actions.

Le renforcement de l'attractivité des métiers et le développement des formations visant les compétences recherchées a amené à proposer des actions dans 3 domaines : communiquer et informer, former en adéquation avec les besoins, faire évoluer la réglementation. Sur ce dernier point, les leviers identifiés ont fait partie des objets de discussion dans le cadre de la concertation apprentissage organisée par le Gouvernement de novembre 2017 à janvier 2018 et présidée par Sylvie Brunet.

La charte emploi de la filière alimentaire

La charte pour le soutien et l'accompagnement des entreprises de la filière alimentaire et de leurs salariés a pour finalité d'encourager et soutenir les entreprises dans leur dynamique de création ou de maintien d'emplois de qualité, d'adaptation des compétences et des métiers nécessaires à leur renforcement et à leur développement, et de sécuriser les parcours professionnels des salariés.

La charte engage les partenaires sociaux et le Gouvernement. Elle repose sur un principe de cofinancement (État / OPCA / entreprises) avec une contribution pré-

sionnelle d'un tiers pour chacun des partenaires. Elle couvre le périmètre des branches de la coopération agricole, des industries alimentaires et de l'artisanat et du commerce alimentaire de détail.

Initiée en 2009, la charte a régulièrement été reconduite sans discontinuer autour de 3 axes :

- la sécurisation des parcours professionnels et le renforcement des compétences des salariés ;
- l'amélioration des conditions de travail à travers notamment l'amélioration de la qualité de vie au travail ;
- l'accompagnement des entreprises dans leurs démarches de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences.

Les orientations de la charte conclue pour la période 2017-2018 donnent notamment la priorité aux actions visant les petites et moyennes entreprises, aux actions d'accompagnement à la transition numérique, ainsi qu'aux actions d'ingénierie et aux actions collectives permettant la mutualisation, la capitalisation et le transfert.

Une évaluation externe de la charte portant sur la période 2015-2018 est en cours et doit notamment permettre de donner aux signataires des éléments de recommandations sur les orientations pour l'avenir et les conditions de son renouvellement.

Le plan d'investissement dans les compétences

Le plan d'investissement compétences (PIC) est une des priorités du grand plan d'investissement (GPI) doté de 57 milliards d'euros.

Le PIC vise à former un million de jeunes peu qualifiés et un million de demandeurs d'emploi de longue durée faiblement qualifiés et à transformer en profondeur l'offre de formation.

Ce plan, doté de 15 milliards d'euros, sera conduit entre 2018 et 2022 pour consolider la reprise économique et la cohésion de notre société.

Afin de proposer des formations de qualité et d'atteindre des taux de retour à l'emploi satisfaisants, le plan reposera sur trois principaux axes :

- la priorité à des formations longues et qualifiantes, susceptibles d'améliorer durablement l'accès des bénéficiaires à l'emploi ;
- un accompagnement individualisé des personnes admises en formation, en amont et en aval de la formation elle-même ;

- une transformation du système de formation professionnelle.

Ainsi, le Plan encourage l'émergence d'une offre de formation plus efficace, plus pertinente et plus innovante. Dans ce cadre, le Gouvernement a annoncé le lancement de 10 000 formations aux métiers du numérique (#10Knum) et 10 000 formations aux métiers verts et verdissants (#10Kvert) pour accompagner la transition écologique.

PROGRAMME D'ACTIONS DE L'ANACT EN FAVEUR DE LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL DANS LE CADRE DE LA CHARTE DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE

Depuis 2015, le Réseau Anact - Aract s'est mobilisé avec le soutien de la charte emploi pour contribuer de façon coordonnée à l'amélioration des conditions de travail des salariés de la filière alimentaire. En 2018, ce sont 13 associations régionales pour l'amélioration des conditions de travail (Aract) qui proposent, avec leurs partenaires en région, des programmes d'actions en partant à la fois des enseignements des années précédentes et des méthodes et des outils mutualisés.

Il s'agit de partir du besoin des entreprises pour répondre au plus près de leurs problématiques : relier qualité de vie au travail et performance, anticiper les transformations du travail, impliquer les salariés, résoudre les dysfonctionnements au

quotidien pour rendre le travail soutenable et faire de l'expérimentation un axe partagé d'innovation sociale.

Les moyens renouvelés (dispositif itinérant et numérique Agro Tour, visite apprenante, groupes de travail inter-entreprises, guides sectoriels, webinaires, jeux de rôles) ont favorisé l'ancrage d'une culture de la qualité de vie au travail.

Une mutualisation a rendu possible l'extension d'un dispositif de partage de pratiques efficace initié en région Grand-Est comme « l'Agro Tour » à 2 nouvelles régions en 2017 pour arriver à 9 régions participantes d'ici fin 2018.

<http://www.agrotour.fr>

Liens utiles pour en savoir plus

RECRUTEMENT

APECITA : www.apecita.com

Pôle Emploi : www.pole-emploi.fr

APEC : www.apec.fr

PROFESSIONNELS

Association nationale des industries alimentaires (ANIA) : www.ania.net

Coop de France : www.coopdefrance.coop

Confédération générale de l'alimentation en détail (CGAD) : <http://www.cgad.fr/>

Culture Viande, les entreprises françaises des viandes : <http://www.cultureviande.fr/>

FEDEV - Fédération nationale des industries et du commerce en gros des viandes : <https://www.fedev.com/>

FORMATION PROFESSIONNELLE

OPCALIM : <http://www.opcalim.org/>

OPCALIA : <http://www.opcalia.com/>

INFORMATION SUR LES MÉTIERS

Alimétiers, site de référence pour l'emploi et les formations aux métiers de l'alimentation : <http://alimetiers.com/>

La plateforme commune des observatoires des métiers de la filière alimentaire : <http://observatoires-alimentaire.fr/>

Le guide des CQP de la filière alimentaire : <http://Guide-cqp.opcalim.org>

SITES DES MINISTÈRES

Ministère du Travail, de l'Emploi et du Dialogue social : <http://travail-emploi.gouv.fr/>

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation rubrique travail-emploi-protection sociale : <http://agriculture.gouv.fr/protection-sociale-travail-emploi-0>

CHARTRE EMPLOI DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE

OPCALIM : <https://www.opcalim.org/misc/Partenaires-institutionnels-professionnels/Partenaires-institutionnels/Charte-nationale-de-cooperation>

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL DANS LA FILIÈRE ALIMENTAIRE : ÉVOLUTION DE LA CONTRIBUTION DU RÉSEAU ANACT - ARACT

2009

Charte de coopération de la filière alimentaire



2014

Groupe de travail national sur la QVT : 80 contributeurs



2013

Contrat de filière

102

2016

11 Aract (fusion des régions)
162 entreprises



2018

13 Aract



2015

21 Aract engagées,
159 entreprises mobilisées

2017

13 Aract
148 entreprises

LA QUALITÉ SANITAIRE ET NUTRITIONNELLE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

La qualité sanitaire des aliments

La protection de la santé publique occupe une position centrale dans l'action administrative. La sécurité sanitaire des aliments en est une de ses composantes essentielles. Les trois ministères chargés de l'agriculture, de la santé et de l'économie exercent conjointement cette mission. Au ministère chargé de l'agriculture, cette mission revient à la direction générale de l'alimentation (DGAL), de la production primaire à la remise au consommateur en passant par toutes les étapes de l'élaboration des produits d'origine animale et des denrées en contenant.

Les enjeux

Face aux nombreuses crises qui ont touché la filière agroalimentaire («Vache folle», dioxine, ...), l'Union européenne a achevé l'harmonisation d'une réglementation dite «Paquet hygiène», pour assurer la sécurité sanitaire de l'alimentation humaine et animale. Il s'agit d'obtenir un niveau élevé de protection du consommateur tout en tenant compte des enjeux économiques (libre circulation des produits au sein de l'Union européenne) et culturels. Cette réglementation est d'application obligatoire depuis janvier 2006 dans tous les États membres et les pays tiers qui souhaitent exporter vers l'Union européenne. De plus, s'agissant des méthodes de production, la réglementation européenne fixe un cadre tant pour la production des végétaux (interdiction de la culture des OGM, produits phytosanitaires, etc.) que pour la protection des animaux durant leur élevage et leur abattage.

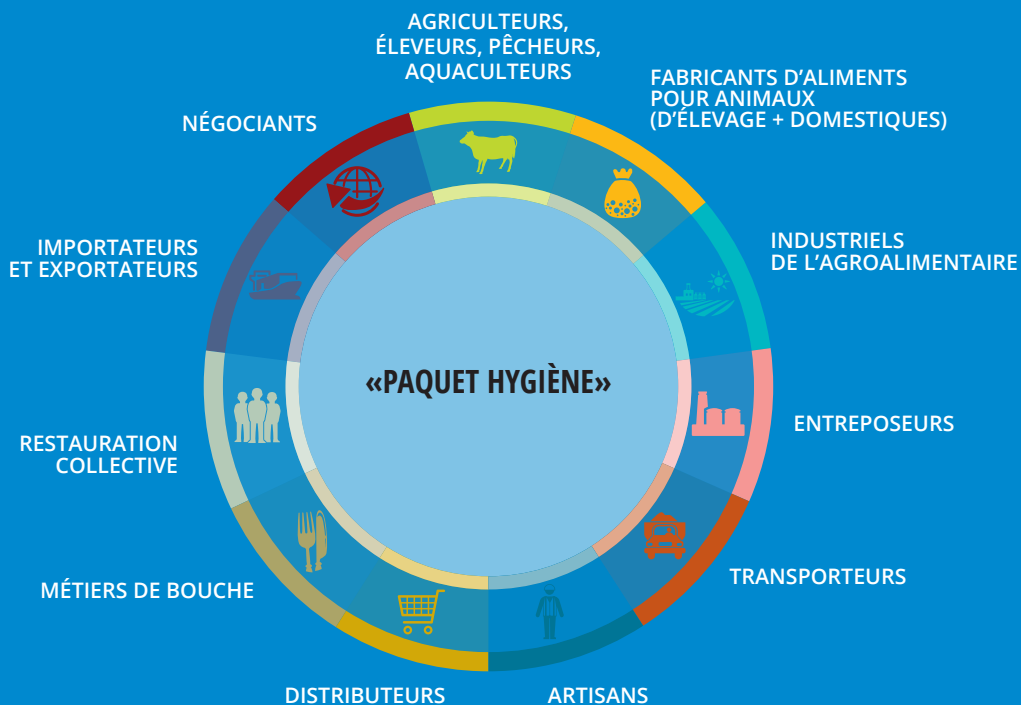
L'ensemble du dispositif contribue à assurer un niveau élevé de protection du consommateur tout en prenant en compte le patrimoine gastronomique et

les produits traditionnels européens. Tous les exploitants du secteur alimentaire sont concernés dans l'objectif de maîtriser chacun des maillons de la chaîne alimentaire, « de la fourche à la fourchette » ou « de l'étable à la table ».

Face à cet enjeu prioritaire de santé publique, la France consacre des moyens importants à la mise en œuvre de la politique sanitaire. Les autorités compétentes représentées par la DGAL, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), la direction générale de la santé (DGS) relevant respectivement des ministères de chargés de l'agriculture, de l'économie et de la santé, ont des obligations dans le cadre de leurs missions de surveillance et de contrôle des entreprises agroalimentaires. Ces contrôles s'effectuent au travers d'inspections mais également d'analyses pratiquées dans le cadre de plans annuels de surveillance et de contrôle ou bien encore d'interventions survenant lors d'incidents (toxi-infections alimentaires collectives, gestion des alertes, etc.) ou de crise sanitaire.

La DGAL est en charge de la production primaire, quelle que soit l'origine des aliments, végétale ou animale et des produits alimentaires transformés d'origine animale. Elle est aussi composée de services spécifiques comme la Brigade nationale d'enquêtes vétérinaires et phytosanitaires (BNEVP) qui se charge de la lutte contre la fraude et les activités illégales dans le domaine sanitaire. La gestion des alertes et des crises sanitaires est assurée par la mission des urgences sanitaires (MUS). La DGCCRF est en charge des produits transformés d'origine végétale, des aliments diététiques et des additifs alimentaires notamment et la

► Ce cadre réglementaire est articulé autour du «paquet hygiène» et vise tous les opérateurs du secteur alimentaire



► Les services déconcentrés du MAA impliqués dans le contrôle de la sécurité sanitaire des aliments

La chaîne de commandement continue du niveau national (définition des réglementations) au terrain (mise en œuvre et contrôle de l'application) via le niveau régional (coordination)



DGS contrôle certains établissements de remise directe et de restauration collective dans le secteur médico-social. Au niveau territorial, les DD(CS)PP sont en charge des contrôles dans le domaine animal et alimentaire en métropole et les DAAF dans les départements d'Outre-Mer. Les DRAAF coordonnent la répartition et l'utilisation des moyens humains et financiers et sont en charge des contrôles dans le domaine végétal.

Dans le domaine de la sécurité sanitaire des aliments, 54 000 inspections des établissements ont été réalisées en 2017 par les agents du ministère de l'Agriculture. Ces inspections ont généré 26 600 suites dont 780 procès verbaux, 19 000 avertissements, 5 800 mises en demeure et 670 fermetures partielles ou totales¹². A l'importation, 42 200 produits d'origine animale et denrées en contenant ont été contrôlés en 2017.

La gestion du risque et politique de contrôle

Les différentes crises sanitaires d'origine alimentaire, vécues par le passé, ont fait évoluer la gouvernance de la sécurité sanitaire des aliments. Dans l'Union européenne, l'analyse des risques est composée de trois volets interconnectés : l'évaluation, la gestion, et la communication sur le risque. Ces trois volets bien que liés sont indépendants dans leur fonctionnement. L'Anses est, aujourd'hui, l'organisme en charge notamment de l'évaluation des risques sanitaires liée à l'alimentation en France, alors que la gestion du risque revient aux différents ministères impliqués.

La gestion des risques passe notamment par une politique de contrôle claire. La pression des contrôles et des analyses officiels est proportionnée aux risques sanitaires engendrés par un type de production et au

12. Données issues du rapport d'activité du rapport d'activité 2017 de la DGAL

RÔLE DE L'ÉTAT DANS LA GESTION DES CRISES ET DES DÉLINQUANCES SANITAIRES

Dans la lutte contre la délinquance sanitaire organisée, la BNEVP (DGAL) et le Service national des enquêtes (DGCCRF) sont habilités à enquêter sur les infractions à la réglementation en matière de sécurité sanitaire des aliments, le résultat de ces enquêtes est souvent communiqué au ministère de la Justice et aux services de police pour les poursuites judiciaires qui s'imposent. En 2013, ces deux structures nationales ont participé au démantèlement du réseau européen impliqué dans la fraude dite « des lasagnes à base de viande de cheval » où la viande de bœuf a été substituée par celle du cheval. Les enseignements tirés de cette crise ont permis une mobilisation des exploitants du secteur alimentaire et une détermination des pouvoirs publics afin d'apporter de nouvelles garanties aux consommateurs.

Malgré les efforts de prévention de la contamination des aliments, des non-conformités ou des événements environnementaux peuvent survenir et conduire à des alertes sanitaires. Au sein de la DGAL, la mission des urgences sanitaires (MUS) est responsable de la gestion des alertes d'origine alimentaire au niveau national (relatives aux produits d'origine animale et aux denrées

en contenant, ainsi qu'aux denrées végétales au stade de la production primaire). Elle partage cette compétence avec l'unité d'alerte de la DGCCRF, responsable quant à elle des alertes relatives aux denrées d'origine végétale, hors production primaire, et à certaines non-conformités (additifs, allergènes, matériaux au contact). Les alertes relevant de la compétence de la DGAL représentent 80% des alertes d'origine alimentaire. Les alertes sont déclenchées suite à un constat d'une non-conformité d'un produit au moment d'un auto-contrôle, d'un contrôle officiel, ou bien par des plaintes de consommateurs ou encore à la suite de cas de toxi-infection alimentaire collective. Des procédures de retraits/rappels sont alors mises en place, ainsi que des actions correctives dans l'établissement de production ou de transformation concerné. Lorsque l'alerte s'étend au-delà des frontières de la France, le réseau d'alerte européen : Rapid alert system of food and feed (RASFF) voire le réseau international : the International food safety authorities network (INFOSAN) sont activés. Les non-conformités mises en évidence sur des produits d'origine animale ont généré 1045 alertes gérées au niveau national en 2017.

LA MAÎTRISE DU RISQUE SANITAIRE PAR LES EXPLOITANTS DU SECTEUR ALIMENTAIRE

Chaque exploitant du secteur alimentaire est responsable des produits qu'il met sur le marché. La réglementation du « Paquet hygiène » consacre l'obligation de résultats sur la primauté des obligations de moyens désormais définies sous la responsabilité des exploitants. Il doit donc choisir et mettre en œuvre les mesures adaptées pour fabriquer des produits sains et sûrs, et en rendre compte notamment aux autorités compétentes.

Pour établir ces mesures l'exploitant a recours à des outils de deux ordres différents : réglementaire (d'application obligatoire) et d'application volontaire. Les outils réglementaires sont définis par les règlements européens. Ces derniers sont complétés par des règlements d'application pour préciser la mise en œuvre pratique de certaines mesures, ainsi que par des documents d'interprétation pour clarifier certains points, ou des dispositions nationales dans des cas bien précis. Pour assurer la sécurité sanitaire de leur produit, les professionnels mettent en place différentes mesures qui forment le « plan de maîtrise sanitaire » : les bonnes pratiques d'hygiène, c'est à dire l'ensemble des opérations destinées à garantir l'hygiène ; une analyse des dangers au niveau des points critiques qui permet de prendre des mesures précises en fonction du circuit de production (HACCP) ; une traçabilité et des procédures de retrait/rappel.

Le guide de bonnes pratiques d'hygiène est conçu par les branches professionnelles de chaque secteur. Il est particulièrement utile aux PME car il permet aux exploitants du secteur alimentaire de mutualiser les premières étapes de la démarche HACCP, en développant des éléments de maîtrise concrets et adaptés à leur structure d'entreprise. Il rassemble les recommandations spécifiques au secteur alimentaire qu'il concerne¹³⁻¹⁴.

En cas de non-conformité détectée dans des produits ou de plaintes de consommateurs voire d'apparition de malades suite à la consommation de ces produits (alerte sanitaire), les exploitants à tous les stades de la chaîne alimentaire doivent retirer ces produits du marché et informer les consommateurs qui les détiennent encore de ne pas les consommer (mesure de rappel) afin de faire cesser l'exposition des consommateurs à un danger manifeste¹⁵.

En ce qui concerne les outils d'application volontaire, la DGAL a mené une étude en 2008 sur l'ISO 22 000 (section de normes internationales portant sur le management de la sécurité des denrées alimentaires) qui a permis de mettre en exergue les similitudes et les différences entre les audits conduits dans le cadre de la certification ISO 22 000 et les contrôles officiels. La DGAL a souhaité poursuivre cette étude en l'élargissant à d'autres référentiels privés, tels que IFS, BRC, FSSC 22 000, couramment rencontrés dans le secteur alimentaire pour évaluer la possibilité de prendre en compte les résultats des audits dans les contrôles officiels.

13. La liste de ces guides pour les différents secteurs d'activités est disponible sur le site Internet du ministère de l'Agriculture : <http://agriculture.gouv.fr/guides-de-bonnes-pratiques-d-10454>

14. La consultation des versions électroniques de certains GBPH est en libre accès et gratuitement via le site Internet du Ministère : <http://agriculture.gouv.fr/Guides-bonnes-pratiques-d-hygiene-valides-en-ligne>

15. Vigilance alimentation/actualites : <http://alimentation.gouv.fr/alerte-produit1>

niveau de maîtrise de l'hygiène d'un établissement donné. La réglementation concourt également à harmoniser les méthodes et les rapports d'inspection. L'équité de traitement des entreprises est assurée et chaque opérateur sait clairement sur quoi porte l'inspection et ce qui est attendu par les services de contrôle. De plus, la réglementation permet de s'adapter à tous les types de production en fonction du volume traité, de l'aspect traditionnel ou industriel de la fabrication, du circuit de commercialisation. On parle alors de « flexibilité ». Ce point favorable au TPE et PME, est fondamental pour la préservation de notre patrimoine culinaire, de nos diversités culturelles et des productions artisanales. Il convient donc de trouver un équilibre entre la sécurité sanitaire des aliments et la flexibilité : cette mesure de souplesse ne doit en aucun cas compromettre la sécurité sanitaire des aliments.

Des exigences sanitaires également pour les produits du commerce international

La sécurité sanitaire des aliments importés

Les aliments d'origine animale font l'objet d'un contrôle systématique dans tous les postes d'inspection frontaliers (PIF) de l'Union européenne, selon une législation européenne harmonisée qui doit être appliquée par tous les États membres. En France, ce sont des inspecteurs du ministère de l'Agriculture qui sont chargés de ces contrôles dans les ports et aéroports internationaux. Seuls sont admis à l'importation les produits provenant non seulement de pays tiers autorisés par la Commission européenne mais aussi des établissements agréés par celle-ci. De plus, les services officiels de ces pays doivent certifier la qualité sanitaire des aliments au moment de leur expédition vers l'Union européenne. Dans les PIF, le rôle des inspecteurs est de vérifier en particulier la présence et la validité des documents prouvant l'origine des produits ainsi que du certificat sanitaire délivré par les autorités compétentes du pays tiers d'origine. Tout lot non conforme à la législation européenne est refusé à l'introduction sur le territoire de l'Union européenne. Quel que soit le point d'entrée au niveau européen, dès lors qu'une

non-conformité est détectée, l'information est communiquée en temps réel à travers un système d'information européen à tous les États membres ce qui renforce l'harmonisation des contrôles à travers l'UE.

La sécurité sanitaire des aliments exportés vers les pays tiers

La sécurité sanitaire des aliments d'origine animale et végétale exportés de France vers les pays tiers est certifiée par des inspecteurs du ministère de l'Agriculture qui vont attester de leur conformité avec les exigences sanitaires des pays tiers. De nombreux pays tiers modifient leurs réglementations sur l'importation de produits destinés à l'alimentation humaine ce qui conduit à une complexification des procédures pour attester de la conformité des lots.

Les exportateurs sollicitent le certificat sanitaire ou phytosanitaire auprès respectivement des services territoriaux locaux ou régionaux dépendant du ministère de l'Agriculture.

L'ensemble des contrôles réalisés tout le long de la chaîne de production dans les établissements français va être pris en compte pour la certification à l'exportation. Lorsque les pays tiers ont des conditions sanitaires différentes de celles de l'Union européenne, des contrôles complémentaires peuvent être réalisés tels que la prise d'échantillons pour analyse et / ou la réalisation de traitements des lots à exporter. Les certificats sanitaires et phytosanitaires attestent de la conformité des lots de produits d'origine animale ou d'origine végétale exportés à la réglementation sanitaire ou phytosanitaire (SPS) du pays importateur.

Pour aider les exploitants français à exporter, des sessions de formation sont régulièrement co-organisées par la DGAL, France AgriMer et l'ENSV (École nationale des services vétérinaires). Ces formations sont destinées à des exploitants du secteur agroalimentaire et aux services officiels chargés de l'agrément des établissements et de la certification export vers les pays tiers. Ces séminaires permettent une meilleure compréhension de la thématique sanitaire et phytosanitaire dans le cadre des échanges d'animaux et produits animaux, et de végétaux et produits végétaux vers les pays tiers.

ALIM'CONFiance : LA TRANSPARENCE DES RÉSULTATS DES CONTRÔLES SANITAIRES



Depuis le 3 avril 2017, les consommateurs ont accès aux résultats des contrôles sanitaires officiels dans tous les établissements de la chaîne alimentaire en se connectant sur alim-confiance.gouv.fr¹⁶.

La publication des résultats des contrôles sanitaires officiels dans le secteur alimentaire (restaurants, cantines, abattoirs, etc.) est une attente légitime des citoyens qui participe à l'amélioration de la confiance du consommateur. Prévues par la Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt de 2014, cette mesure s'inscrit dans une évolution vers une plus grande transparence de l'action de l'État. Dans les huit pays européens où cette mesure est en place, elle s'est toujours accompagnée d'une amélioration du niveau sanitaire des établissements.

Les données affichées concernent les contrôles officiels réalisés depuis le 1er mars 2017 et portent sur le nom de l'établissement, la date de la dernière inspection et le niveau d'hygiène. Pour les abattoirs, il s'agit d'un niveau de maîtrise sanitaire de l'établissement puisque le résultat du contrôle concerne également le respect des normes en matière de protection des animaux. Quatre niveaux d'hygiène ou de maîtrise sanitaire sont possibles : très satisfaisant, satisfaisant, à améliorer, à corriger de manière urgente.

Les établissements de remise directe (restaurants, métiers de bouche, distributeurs) et de restauration collective ont la possibilité d'afficher sur leur devanture leur niveau d'hygiène.

Seuls les établissements dont le niveau d'hygiène est "à corriger de manière urgente" présentent des non-conformités susceptibles de mettre en danger la santé du consommateur. Pour ces établissements, l'autorité administrative ordonne la fermeture, le retrait ou la suspension de l'agrément sanitaire.

Les délais pour mettre en place les mesures correctives sont jugés au cas par cas en fonction de la nature des non-conformités et de la situation sanitaire de l'établissement incriminé.

16. Consultation : Site internet : 730 000 visites uniques de la page ; Application mobile (smartphone et tablette) : 225 000 téléchargements (Données : fin 2017)

L'amélioration de l'offre alimentaire

Une véritable politique publique de l'alimentation en France pour répondre à des enjeux de santé publique

17. <http://agriculture.gouv.fr/alimentation/accords-collectifs-pour-lamelioration-de-loffre-alimentaire>

18. <http://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/preserver-sa-sante/le-programme-national-nutrition-sante/article/les-signataires-des-chartes-d-engagements-de-progres-nutritionnels>

19. <https://www.oqali.fr/>

Les États généraux de l'alimentation ont confirmé l'importance d'une politique de l'alimentation pour assurer la souveraineté alimentaire de la France, promouvoir des choix alimentaires favorables à la santé et respectueux de l'environnement et réduire les inégalités d'accès à une alimentation de qualité et durable.

L'amélioration de l'offre alimentaire et l'information du consommateur se trouvent au cœur des enjeux d'une alimentation promotrice de santé, enjeux qui mobilisent le secteur agroalimentaire depuis plusieurs années.

Dans ce contexte, les pouvoirs publics ont mis en place diverses initiatives qui visent à agir tant sur les comportements alimentaires que sur la composition des aliments, aux niveaux français (Programme national nutrition santé (PNNS) et Plan obésité, Programme national pour l'alimentation (PNA)), au niveau européen (Plate-forme européenne sur l'alimentation, l'activité physique et la santé, Groupe de haut niveau sur la nutrition et l'activité physique) et au niveau international (Organisation mondiale de la santé, Comité de la sécurité alimentaire mondiale).

Améliorer l'offre alimentaire en s'appuyant sur des démarches volontaires des industries agroalimentaires (IAA)

Environ 80 % des dépenses alimentaires des ménages concernent des produits alimentaires transformés et les IAA françaises transforment 70 % de la production agricole française. Elles jouent donc un rôle majeur dans l'amélioration de la qualité des denrées alimentaires de grande consommation.

Les accords collectifs : un engagement volontaire des acteurs du secteur de l'agroalimentaire auprès des pouvoirs publics

Les accords collectifs visent à faire évoluer favorablement la composition nutritionnelle de l'offre alimentaire et la durabilité des modes de production, de transformation et de distribution. Définis à l'article L. 230-4 du code rural et de la pêche maritime, ils reposent sur un partenariat volontaire entre l'État et les secteurs professionnels. À ce jour, six accords collectifs ont été reconnus¹⁷.

Ces accords collectifs complètent le dispositif des chartes individuelles de progrès nutritionnel mises en place par le ministère de la santé. Depuis 2008, 37 chartes d'engagement volontaire ont été signées¹⁸.

L'Observatoire de la qualité de l'alimentation (Oqali)¹⁹

L'Oqali, créé en 2008 à l'initiative du ministère de l'Alimentation et du ministère de la Santé, constitue la section nutritionnelle de l'Observatoire de l'alimentation. L'Oqali a pour mission d'assurer le suivi global de l'évolution de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires transformés présents sur le marché français.

Les données recueillies (informations figurant sur l'étiquetage et données analytiques de composition nutritionnelle) sont mises en perspective avec des paramètres économiques (prix moyens, parts de marché, etc.) notamment afin de s'assurer que les progrès réalisés bénéficient à l'ensemble des consommateurs. Des analyses de l'offre sont réalisées par secteur alimentaire en distinguant les différents segments de marché et les gammes de prix. L'Oqali publie également régulièrement des études transversales.

Mieux informer le consommateur : l'étiquetage nutritionnel simplifié

L'étiquetage nutritionnel constitue un outil complémentaire, en particulier auprès des publics les plus sensibles, aux actions mises en œuvre dans le cadre du Programme national pour l'alimentation (PNA) et du Programme national nutrition santé (PNNS). En permettant une meilleure information du consommateur, il participe à l'évolution des pratiques de consommation et contribue à l'amélioration de l'offre de produits transformés dans le sens d'une alimentation favorable à la santé.

Le Nutri-Score est le système choisi par la France après une concertation avec des représentants des industriels, des distributeurs, des consommateurs, des autorités sanitaires et des scientifiques. Il fournit au consommateur, sur la face visible des emballages alimentaires, une information lisible et facilement compréhensible sur la qualité nutritionnelle globale des produits. Il permet ainsi de comparer les produits en un coup d'œil et d'orienter ses choix vers des aliments de meilleure qualité nutritionnelle.

Trois mois après avoir été rendu officiel par le Gouvernement le 31 octobre 2017,

33 entreprises de la grande distribution (par exemple, Leclerc, Auchan, Intermarché et Casino) et de l'agro-alimentaire (par exemple, Danone, Bonduelle, McCain et Fleury Michon) s'étaient déjà engagées en faveur du Nutri-score²⁰.

20. <http://www.mangerbouger.fr/Manger-Mieux/Comment-manger-mieux/Comprendre-les-infos-nutritionnelles/Le-Nutri-Score-l-information-nutritionnelle-en-un-coup-d-oeil>

Vers de nouvelles mesures

Le Plan national de santé publique adopté par le conseil interministériel de la santé le 26 mars 2017 et la feuille de route des États généraux de l'alimentation du 21 décembre 2017, prévoient de poursuivre les actions en faveur de l'amélioration de l'offre alimentaire et de l'information du consommateur :

- encourager les démarches d'engagement volontaire de la part des acteurs économiques (qualité nutritionnelle des produits, travail sur les portions et formats ...). Dans ce cadre, le PNSP fixe l'objectif de réduire de 20 % la consommation de sel de la population ;
- mieux informer les consommateurs sur la qualité nutritionnelle des aliments, en promouvant l'utilisation du Nutri-score, et par l'adaptation de cet étiquetage aux produits transformés vendus en vrac non préemballés, ainsi qu'en restauration collective et commerciale.

Liens utiles pour en savoir plus

STRUCTURES D'ÉVALUATION DES RISQUES

Au niveau de l'Union européenne : Portail de l'Autorité européenne de sécurité des aliments : www.efsa.europa.eu
Au niveau national : Portail de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail : www.anses.fr

STRUCTURES DE GESTION DES RISQUES

Au niveau de l'Union européenne : La Direction générale de la santé et des consommateurs : <http://ec.europa.eu>

AU NIVEAU NATIONAL

La Direction générale de l'alimentation : www.agriculture.gouv.fr

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes : www.economie.gouv.fr

La Direction générale de la santé : www.sante.gouv.fr

AU NIVEAU LOCAL

Pour plus d'informations, contactez votre direction départementale en charge de la protection des populations ou de l'alimentation (DD(CS)PP ou DAAF) : <http://agriculture.gouv.fr/services-deconcentres>

Rubrique consacrée au Paquet Hygiène : <http://agriculture.gouv.fr/le-paquet-hygiene>

Site consacré à l'alimentation : www.alimentation.gouv.fr

et en particulier la sécurité sanitaire des aliments : <http://agriculture.gouv.fr/alimentation/securite-sanitaire>

Rapport d'activité et faits marquants de la DGAL : <http://agriculture.gouv.fr/rapport-dactivite-2017-de-la-dgal>

Rapports et avis du Conseil national de l'alimentation : <http://www.cna-alimentation.fr/>

Sites permettant de retrouver les instructions adressées aux services de l'Etat : www.circulaires.gouv.fr

<https://info.agriculture.gouv.fr/gedei/site/bo-agri> (depuis 2014)



BOÎTE À OUTILS

ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

Dispositif d'aides

Le secteur agroalimentaire possède en France des atouts considérables pour relever de nombreux défis, gagner en compétitivité face à la concurrence internationale et répondre toujours mieux aux attentes du consommateur. Pour accompagner les entreprises, de nombreux outils d'accompagnement ont été mis en place par les pouvoirs publics, qui s'articulent autour de trois types d'aides : les aides au financement, les aides à l'investissement et les aides à l'innovation.

Les aides au financement des entreprises agroalimentaires

Les entreprises agroalimentaires, comme toutes les autres entreprises, ont besoin de capitaux pour financer leur création, leur développement (croissance organique ou externe par acquisition d'autres entreprises) et renouveler leurs équipements productifs. Elles peuvent d'abord utiliser leurs capacités financières internes pour s'autofinancer, en utilisant leurs bénéfices mis en réserve, ou avoir recours à des sources de financement externes :

- endettement bancaire à court terme (ex : crédits de trésorerie) ou à long terme pour financer leurs investissements ;
- crédits interentreprises par le biais des délais de paiement accordés aux entreprises avec lesquelles elles ont des relations commerciales ;
- augmentation de capital (par création de titres de propriété de l'entreprise donnant droit à une rémunération, les dividendes) ;
- marchés financiers, notamment pour les plus grandes entreprises, afin de diversifier leurs sources de financement et de lever davantage de fonds : obligations (titres de créances avec intérêts faisant l'objet d'une cotation) ou actions cotées en Bourse.

En France, plus des deux tiers des entreprises agroalimentaires de plus de 10 salariés (hors artisanat commercial) sont à la recherche d'un financement, sous la forme de prêt bancaire dans plus de 90 % des cas. Elles cherchent principalement à financer le maintien de leur activité, leur croissance en France, l'innovation et la recherche et développement.

Selon leur taille ou leur secteur, les entreprises n'ont pas les mêmes problématiques de financement. Les petites entreprises n'ont souvent pas la capacité de développer des compétences internes sur les questions de financement et n'ont souvent qu'un ou deux interlocuteurs externes sur ces sujets : leur expert comptable et leur banquier. Les PME de taille plus importante ainsi que les entreprises de taille intermédiaire (ETI) ont davantage de ressources pour traiter ces questions. Ceci étant, pour faciliter l'accès au financement bancaire et, plus généralement, les aider dans leurs relations avec les banques, les entreprises peuvent s'appuyer respectivement sur les outils financiers développés par Bpifrance (cf. encadré) et sur les équipes régionales de la Médiation du crédit aux entreprises.

Le grand plan d'investissement à destination des IAA

Le deuxième axe du volet agricole du grand plan d'investissement (GPI) a pour objectif de redynamiser la compétitivité des entreprises du secteur aval, trois outils sont proposés pour répondre aux enjeux de cette action, dans le cadre d'une offre globale portée par Bpifrance :

- une offre de prêts sans garantie dédiée aux PME et ETI du secteur agro-alimentaire. Ces nouveaux prêts seront modulables de 7 à 10 ans, pour des montants compris entre 100 000 € et 5 M€, avec un différé d'amortissement du capital pouvant aller jusqu'à 2 ans. La flexibi-

lité sur la maturité des prêts proposés permettra de répondre aux besoins liés à des investissements structurants sur l'outil industriel ;

- une intervention renforcée en fonds propres avec une enveloppe sectorielle dédiée qui permettra de participer et d'amplifier le développement des PME agroalimentaires, notamment familiales, en particulier celles cherchant à déployer une stratégie de montée en gamme et de qualité. La stratégie d'intervention visera notamment à accélérer la modernisation des acteurs à fort potentiel du secteur qui cherchent par la même occasion à renforcer les liens avec leur amont (e.g. sécurisation des approvisionnements de qualité tels le bio, ou les filières locales tracées). Bpifrance interviendra sous forme de prises de participation minoritaires, avec des tickets compris entre 0,5 M€ et 5 M€ ;
- un accélérateur PME dédié à l'agroalimentaire pour accompagner 30 PME à fort potentiel par promotion pendant 24 mois au travers d'un cursus complet élaboré en partenariat avec une Business School. Ce programme permettra de renforcer les compétences des PME sur la transition alimentaire vers plus de qualité, l'amélioration de la performance opérationnelle, et le développement des partenariats de long-terme entre transformateurs et producteurs.

La médiation du crédit aux entreprises

Créée au plus fort de la crise financière, la Médiation du crédit est un dispositif public qui vient en aide depuis 2008 à toute entreprise qui rencontre des difficultés avec un ou plusieurs établissements financiers (banques, crédit bailleurs, sociétés d'affacturage, assureurs-crédit...). Cette mission est depuis le 15 janvier 2015 confiée à Fabrice PESIN.

La Médiation du crédit est conduite sur tout le territoire dans le respect des règles de confidentialité et du secret bancaire, par 105 Médiateurs du crédit qui sont les directeurs de la Banque de France en métropole, et les directeurs des instituts d'émission en Outre-mer.

LES AIDES EN FAVEUR DU SECTEUR DE BPIFRANCE

A travers ses activités de financement, d'aides à l'innovation et d'investissement en capital, Bpifrance est un acteur majeur du financement des entreprises agroalimentaires en France. Depuis sa création en 2013, Bpifrance, détenue à part égale par l'État et la Caisse des Dépôts et Consignations, intervient dans le secteur agricole et agroalimentaire. Elle constitue un interlocuteur privilégié pour les entreprises et leur propose un continuum de financement à chaque étape clé de leur développement et de façon adaptée aux spécificités locales, grâce à ses 48 implantations régionales et dans les territoires d'outre-mer.

En plus de son action spécifique de soutien à l'innovation, Bpifrance accompagne les entreprises dans leurs besoins de garanties, assurances et financements à l'export aux côtés des banques privées, de l'amorçage jusqu'à la cotation en bourse, en crédit, en garantie et en fonds propres avec les outils suivants :

- **trésorerie** : mobilisation des créances détenues sur l'État, les collectivités ou les grandes entreprises ; préfinancement des principaux crédits d'impôts, notamment du crédit d'impôt compétitivité emploi (CICE) ;
- **prêts de développement** : prêts longs et patients sans prise de garantie (ex : prêts participatifs) pour financer l'immatériel et le besoin en fonds de roulement ;
- **cofinancement aux côtés des banques pour les investissements des entreprises** : prêts à moyen et long terme, crédit bail mobilier et immobilier ;
- **garantie** : garantie des prêts bancaires des TPE/PME dans les phases risquées (création, reprise, développement...), garantie des crédits-baux, garantie publique à l'export gérée pour le compte de l'État, garantie des prêts bancaires de renforcement de la trésorerie ;
- **fonds propres** : prise de participation directe (en minoritaire) en fonds propres ou quasi-fonds propres le plus souvent aux côtés de fonds privés nationaux ou régionaux ou participation indirecte via des fonds sectoriels ou non.

Après une année 2016 record marquée par plus d'1,2 Md€ de financement et d'investissement en faveur du secteur, Bpifrance est revenue en 2017 à son niveau de 2015 et aura accompagné plus de 5 600 entreprises de la filière pour 1,16 Md€, en progression de 5 % par an depuis 2013.

La garantie bancaire reste pour 2017 le premier outil de financement des entreprises agroalimentaires avec 555 M€ de crédits bancaires couverts en faveur de 4 210 entreprises, notamment des TPE (62 % des soutiens en garantie sont en faveur des TPE de la filière), stable par rapport 2015.

560 entreprises innovantes de la filière bénéficient en 2017 de 115 M€ d'aides et de prêts à l'innovation, stable par rapport à 2016.

Plus de la moitié des 390 M€ d'opérations de capital investissement, en faveur des entreprises de la filière, ont été réalisés par des fonds dédiés au secteur (principalement CEREAL et CAPAGRO).

Son intervention auprès des établissements financiers repose sur un accord de place établi entre l'État, la Médiation du crédit aux entreprises, la Banque de France, la Fédération bancaire française (FBF) et l'Association française des sociétés financières (ASF). Le cadre d'intervention et de collaboration entre les équipes de la Médiation du crédit et les établissements financiers pour le traitement des dossiers en médiation y est précisément établi.

L'intervention de la Médiation du crédit auprès des assureurs-crédit repose sur

une Convention d'assurance-crédit établie entre l'État, la Médiation du crédit et les principaux assureurs-crédit. Ces derniers se sont engagés à garantir le traitement rapide et concerté des dossiers des entreprises en médiation, à ne pas pratiquer de décotes sectorielles et à expliquer et motiver toute réduction ou résiliation de garantie.

Sur les 1 800 dossiers, tous secteurs d'activité confondus, instruits et clos en 2015 par la Médiation du crédit aux entreprises, le taux de réussite s'est élevé à 62 %.

Les aides à l'investissement des IAA

Pour soutenir le développement des entreprises, les pouvoirs publics (Union européenne, État, collectivités locales, en particulier les conseils régionaux) ont mis en place des dispositifs de soutien qui s'inscrivent dans le cadre de la réglementation communautaire en matière d'aides d'État, réformée en profondeur en 2014.

Certains types d'aides sont destinés spécifiquement aux entreprises agroalimentaires :

- le Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER), dont les conseils régionaux sont autorités de gestion depuis 2014, avec la mesure 4.2 de soutien aux investissements dans la transformation, la commercialisation et/ou le développement de produits agricoles, ouverte dans l'ensemble des régions et qui représente un montant total de 304 M€ de subventions européennes sur la période 2014-2020 soit un quasi-doublement par rapport à la période 2007-2013 (176 M€) ;
- le soutien aux actions collectives : à hauteur de près de 2 M€ par an apporté par l'État, auquel peuvent s'ajouter des cofinancements des conseils régionaux. Ces aides soutiennent la compétitivité des PME agroalimentaires engagées dans des actions collectives pour répondre à leurs défis communs, en lien

avec la stratégie déclinée dans le contrat de la filière alimentaire et les plans d'actions régionaux associés ; par ailleurs, les conseils régionaux ont également la possibilité de mobiliser le FEADER au titre de la mesure 16 « coopération ».

Existent également d'autres dispositifs non spécifiques aux IAA et dont elles peuvent bénéficier :

- la prime à l'aménagement du territoire (PAT) : sur 2014-2017, avec un dispositif rénové, près de 11,2 M€ de subventions ont été accordées à 23 projets d'industries agroalimentaires (dont 4 en 2017) créatrices d'emplois dans des régions et des filières variées, correspondant pour près de deux tiers à des créations d'établissements (15 projets) et pour un tiers à des extensions capacitaires ;
- l'aide à la ré-industrialisation (ARI) : sur 2014-2016, 9,3 M€ d'avances remboursables sans intérêt ni redevance ont été accordées à 6 projets créateurs d'emplois et développant de nouvelles activités industrielles ;
- le Fonds européen de développement régional (FEDER), dont les conseils régionaux sont autorités de gestion ;
- les dispositifs d'aides développés par les collectivités locales et en particulier les conseils régionaux.

ZOOM SUR LES FONDS D'INVESTISSEMENTS INTERVENANT DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE FONDS SECTORIELS SPÉCIALISÉS DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE

<p>IDIA Capital Investissement, filiale du Crédit Agricole</p>	<p>1,3 Md€ d'encours gérés (hors fonds de fonds) dont 564 M€ dans le capital d'accompagnement agroalimentaire et 239 M€ dans les investissements viticoles</p> <p>Investissement en fonds propres ou quasi-fonds propres compris entre 1 et 50 M€ (minoritaire seul ou majoritaire en partenariat avec d'autres fonds) sur une durée de 5 à 7 ans</p> <p>Cibles : PME/ETI d'une valeur d'entreprise comprise entre 15 et 500 millions d'euros</p>
<p>SOFIPROTEOL, société de financement et de développement du groupe Avril</p>	<p>250 M€ investis en 5 ans</p> <p>Investissement en fonds propres en minoritaire et prêts dans l'intégralité de la chaîne agro-industrielle et agroalimentaire.</p>
<p>UNIGRAINS, investisseur indépendant, détenu majoritairement par la profession céréalière</p>	<p>750 M€ de fonds propres</p> <p>150 participations actuellement en portefeuille (plus de 1 000 participations depuis sa création)</p> <p>Investissement cible compris entre 1 et 100 M€ sur le long terme.</p>
<p>AGROINVEST : créée par Sofiproteol et le Crédit Agricole aux cotés de Bpifrance</p>	<p>Accompagnement des entreprises de taille moyenne (10 à 200 M€ de CA)</p> <p>8 participations réalisées dans l'agroalimentaire depuis sa création</p> <p>Intervention minoritaire en capital et quasi-fonds propres de 3 à 10 M€ sur une durée de 4 à 8 ans</p>
<p>CREAGRO, société de capital risque créée par Sofiproteol et Bpifrance qui investit dans des entreprises innovantes</p>	<p>17 M€ de fonds gérés</p> <p>20 investissements réalisés depuis sa création</p> <p>Intervention en phase de création et de lancement de l'entreprise</p> <p>Investissement cible compris entre 0,15 et 1,5 M€</p>
<p>CapAgro Innovation, créé en avril 2014 par Sofiproteol, Téréos, Bpifrance, Crédit Agricole, Capital Investissements et Finance (CACIF) et AG2R-La Mondiale</p>	<p>Doté initialement de 37 M€</p> <p>Investissement en capital dans les entreprises innovantes de l'agriculture, l'agroalimentaire, la chimie et les énergies renouvelables</p> <p>Investissement cible compris entre 1 et 5 M€</p>

Par ailleurs, certains réseaux d'investisseurs se sont spécialisés dans l'alimentaire, tel AliDev Angels qui finance des entreprises innovantes en démarrage ou à fort potentiel dans la transmission

d'entreprise, avec une prise de participation dans le capital de 10 000 à 200 000 € sur une durée de 5 à 7 ans.

Les aides à l'innovation : une diversité d'outils

1. L'innovation dans les entreprises agroalimentaires, Agreste, les dossiers (avril 2018)

Les dispositifs de soutien à l'innovation sont nombreux et permettent d'aider les entreprises à tous les stades de leurs projets d'innovation. Les plus connus et plébiscités sont le Crédit d'Impôt Recherche et les aides à l'innovation de Bpifrance. D'autres dispositifs complètent le panorama avec notamment les aides de l'ADEME sur des thématiques relatives à la transition écologique et énergétique, les outils développés par les collectivités territoriales, et les appels à projets lancés dans le cadre du Programme d'Investissements d'Avenir (PIA).

Entre 2012 et 2014, 40 % des entreprises agroalimentaires innovantes technologiquement déclarent avoir reçu un soutien financier public (elles étaient près de la moitié sur la période 2010-2012). Ce soutien financier reste tourné vers les industries agroalimentaires (47 %) plus que vers le commerce de gros agroalimentaire (hors tabac) (28 %). Dans deux cas sur trois, les entreprises agroalimentaires de plus de 250 salariés et qui innovent technologiquement reçoivent un soutien financier public, alors que seulement 38 % des entreprises de 10 à 19 salariés en bénéficient¹.

Le crédit d'impôt recherche et le crédit d'impôt innovation

Le crédit impôt recherche (CIR) est un outil majeur pour financer les activités de R&D des entreprises en France. Il est le premier dispositif de soutien à la R&D dans le secteur agroalimentaire. Depuis 2013, les dépenses d'innovation portant sur des activités de conception ou de réalisation d'un prototype de nouveau produit ou d'installations pilotes sont éligibles pour les PME. Ainsi, le CIR total est la somme de deux composantes : le crédit d'impôt au titre des dépenses de recherche (CIR) et le crédit d'impôt au titre des dépenses d'innovation (CII).

Pour le secteur agroalimentaire, au titre de l'année 2013, 645 entreprises (hors artisanat commercial) ont déclaré 256 M€ de dépenses éligibles (au titre des composantes CIR et CII), générant une créance totale de 90 M€. En 2013, le secteur agroalimentaire représente 1,23 % des dépenses déclarées au titre du CIR total de l'ensemble des secteurs d'activités. Cette donnée reste stable depuis 2010 masquant, sur la même période, des dépenses de R&D déclarées en constante augmentation pour le secteur agroalimentaire. Le CII dans le secteur agroalimentaire représente en termes de dépenses déclarées 1,55 % du CIR total, ce qui se rapproche de la représentativité du CII dans le CIR total tous secteurs d'activités (1,8 %)². Ce faible niveau est lié à la jeunesse du dispositif. Les dépenses de recherche bénéficient d'un taux moyen plus élevé que les dépenses d'innovation (30 % contre 20 %) qui sont par ailleurs plafonnées (0,4 M€ pour les PME).

Les aides à l'innovation de Bpifrance

Bpifrance est un acteur incontournable pour financer les projets d'innovation des entreprises agroalimentaires. Les outils mobilisables de Bpifrance vont de la subvention, aux avances remboursables jusqu'aux prêts à taux zéro pour accompagner l'entreprise, de l'idée jusqu'à l'industrialisation et la commercialisation de ses produits.

L'activité innovation de Bpifrance est stable après plusieurs années de croissance et un doublement entre 2013 et 2015. En 2016, le montant des aides à l'innovation de Bpifrance pour l'agriculture et l'agroalimentaire s'est élevé à 25,7 M€, soit 6 % du total des aides tous secteurs confondus.

Depuis 2007, grâce au partenariat avec le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, ce sont 210 projets innovants de faisabilité et de partenariat technologique qui ont été soutenus. Soit 7,7 M€ attribués aux PME qui ont initié des projets innovants.

Le programme d'investissements d'avenir dynamise le secteur agroalimentaire

Le programme d'investissements d'avenir (PIA) a été mis en œuvre à partir de 2010 pour moderniser l'économie française, créer de la croissance et des emplois, en finançant des investissements stratégiques et des projets ambitieux et innovants.

Les phases 1 et 2 de ce programme (PIA 1 sur la période de 2010 à 2013 et PIA 2 sur 2013 à 2017) ont été dotées au total de 47 Md€. Elles ont notamment bénéficié au secteur agricole et agroalimentaire en matière de recherche et d'innovation : sur la période du PIA2, les secteurs couverts par le ministère chargé de l'agriculture ont bénéficié de plus 300 M€ de soutien public, au travers notamment d'actions dédiées visant à financer des projets innovants portés par des entreprises.

Outre quelques dispositifs ciblés sur l'agriculture ou l'agroalimentaire, de nombreux appels à projets du programme des investissements d'avenir, non thématiques ou sectoriels, étaient ouverts aux entreprises agroalimentaires. Il s'agit notamment de l'appel à projets industriels d'avenir (PIAVE) générique, le concours d'innovation numérique, l'appel à projets PSPC « projets structurants pour la compétitivité », les appels à projets « Partenariats régionaux d'innovation ».

Un troisième programme d'investissements d'avenir (PIA 3) doté de 10 Md€ est mis en œuvre depuis 2017 avec pour objectif d'amplifier l'ambition initiale et de répondre à trois priorités : soutenir les progrès de l'enseignement et de la recherche (2,9 Md€), valoriser la recherche (3 Md€) et accélérer la modernisation des entreprises (4,1 Md€).

Ce PIA3 n'est pas structuré par secteur mais de l'amont (enseignement et recherche) vers l'aval autour de deux vecteurs de transformation de notre économie et de notre société : la transition vers le monde numérique et l'impératif du développement durable. 60 % des crédits du PIA 3

(soit 6 milliards d'euros) seront consacrés à cette ambition d'une croissance plus verte. Cette logique transversale va aussi concerner le secteur agroalimentaire.

10 % des crédits du PIA 3, soit 500 M€, seront co-décidés avec les régions, qui investiront pour un montant équivalent, pour accompagner l'innovation et le développement des entreprises.

Au sein de la priorité « Accélérer la modernisation des entreprises », sont notamment mis en place des concours d'innovation (avec une dotation de 300 M€) visant à favoriser l'émergence accélérée d'entreprises innovantes. Deux premières vagues ont été lancées en décembre 2017 et en juillet 2018, par Bpifrance, l'ADEME et FranceAgriMer (sur la thématique « alimentation intelligente » pour ce dernier opérateur) et les vagues suivantes sont prévues à un rythme semestriel. Parmi les neuf thématiques de la vague 2, la thématique « alimentation intelligente » est opérée par FranceAgrimer et la thématique « industrie, agriculture et sylviculture éco-efficientes » par l'ADEME.

L'axe 3 du volet agricole et agroalimentaire du grand plan d'investissement est consacré à l'innovation et à la structuration des filières. Il est doté d'une enveloppe prévisionnelle de 500 M€. Les deux premières actions rassemblent notamment plusieurs dispositifs du PIA3 : concours d'innovation, territoires d'innovation de grande ambition, démonstrateurs de la transition écologique et énergétique et PSPC. La troisième action soutiendra des investissements structurants dans les filières.

Les outils européens de financement de l'innovation : Horizon 2020 et le PEI

Horizon 2020 (H2020) est le programme de financement de la recherche et de l'innovation de l'Union européenne pour la période 2014-2020. Il est organisé autour de 3 piliers : le 1^{er} pilier est celui de l'excellence scientifique, le 2^e pilier cible la primauté industrielle et le 3^e pilier est structuré autour de défis sociétaux.

2. Source : Le Crédit d'impôt recherche 2013 ; MENESR, 2016

3. <http://www.horizon2020.gouv.fr/cid122440/appels-2018-du-defi-2-securite-alimentaire-durable-2-etapes.html>

4. <http://www.horizon2020.gouv.fr/cid73266/eurostars-dans-horizon-2020.html>

5. <https://ec.europa.eu/easme/en/sme-instrument>

Au sein du 3^e pilier, le défi sociétal n°2 intitulé « Sécurité alimentaire, agriculture et sylviculture durables, recherche marine et maritime et dans le domaine des eaux intérieures, et bioéconomie » concerne en partie les industries agro-alimentaires³.

Le budget total d'H2020 s'élève à 79 Md€. Le budget du défi sociétal n°2 représente 5 % du budget total d'H2020, soit un montant de 3,85 Md€ pour la période 2014-2020.

Horizon 2020 réserve 8,6 Md€ pour les PME innovantes, les PME à fort potentiel de recherche, les startups et les entreprises de taille intermédiaire (ETI). Horizon 2020 réserve aux PME 20 % du budget de ses 2^e et 3^e piliers, et en dédie 13 % aux projets collaboratifs et 7 % à l'instrument PME.

Le programme EUROSTARS soutient les PME innovantes impliquées dans des projets collaboratifs européens et cible prioritairement les entreprises qui réalisent de forts investissements en R&D. Son budget total est de 1,14 Md€ sur la période 2014-2020⁴.

L'instrument PME donne la possibilité à une PME d'obtenir seule un financement européen pour développer un projet innovant⁵. Cet instrument propose un soutien financier et un accompagnement par étape, en fonction de la maturité du projet :

- **phase 1** : une phase d'évaluation de la faisabilité technologique et du potentiel commercial (subvention de 50 000 € pour 6 mois et coaching de 3 jours) ;

- **phase 2** : un projet de R&D, une démonstration ou une première application commerciale (subvention de 0,5 M€ à 2,5 M€ pour 12 à 24 mois et coaching de 12 jours) ;
- **phase 3** : un accès aux capitaux privés pour la phase de commercialisation du projet (pas de financement direct mais un accompagnement est prévu).

Le Partenariat européen pour l'Innovation (PEI) « agriculture productive et durable » est mis en œuvre depuis la programmation 2014-2020. Il soutient des projets multi-acteurs transdisciplinaires, associant agriculteurs, forestiers, chercheurs, conseillers, PME, organisations de producteurs, collectivités, associations... Ces projets ont pour objectif de produire des solutions innovantes et concrètes, en réponse aux besoins des acteurs de terrain, tant de l'amont que de l'aval.

Le PEI est mis en œuvre via le FEADER (soutien à des projets collectifs régionaux innovants, les « groupes opérationnels ») et via le défi n°2 d'Horizon 2020 (soutien aux projets multi-acteurs transnationaux).

En France, 120 Groupes Opérationnels ont déjà été sélectionnés sur les 300 prévus (3 000 Groupes Opérationnels au niveau européen).

En Europe, près de 100 projets multi-acteurs européens du PEI ont déjà été sélectionnés.

Liens utiles pour en savoir plus

Le guide des dispositifs nationaux de soutien à l'innovation et au transfert dans les secteurs agricole, agroalimentaire, forêt, valorisation non-alimentaire, cheval : <http://agriculture.gouv.fr/guide-des-dispositifs-nationaux-de-soutien-linnovation>

Les appels à projets du PEI en régions : <https://www.reseaurural.fr/le-partenariat-europeen-pour-linnovation-agri>

Les appels à projets européens du PEI : <http://www.horizon2020.gouv.fr/pid29769/bioeconomie.html>

La Nouvelle France Industrielle ?? : <https://www.economie.gouv.fr/nouvelle-france-industrielle/accueil>

La solution industrielle « Alimentation intelligente » : <http://agriculture.gouv.fr/pour-une-alimentation-du-futur-des-solutions-intelligentes>

Les aides à l'innovation de Bpifrance : <http://www.bpifrance.fr/>

Les aides de l'ADEME : <http://www.ademe.fr/entreprises-monde-agricole/financer-projet/aides-ademe>
<http://www.ademe.fr/recherche-innovation/programme-dinvestissements-davenir/presentation-pia-3>

Les appels à projet du Programme des Investissements d'avenir : <http://www.gouvernement.fr/appels-a-projets-et-manifestations-cgj>

Le crédit Impôt Recherche : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/pid24835/credit-impot-recherche.html>

Le Crédit Impôt Innovation : <http://www.entreprises.gouv.fr/politique-et-enjeux/credit-impot-innovation>

H2020 : <http://www.horizon2020.gouv.fr/>

FINANCEMENTS BANCAIRES, FINANCEMENT PAR DES FONDS D'INVESTISSEMENT

<http://www.eib.org/efsi/index.htm>

<http://www.bpifrance.fr>

<http://www.caissedesdepots.fr>

<http://www.economie.gouv.fr/mediateurducredit/accueil>

<http://www.ca-idia.com/>

<http://www.unigrains.fr/fr/>

<http://www.sofiproteol.com/>

<http://invest.businessfrance.fr/>

<http://www.investmentmap.org/>

GUIDES SUR LES AIDES AUX ENTREPRISES

http://agriculture.gouv.fr/sites/minagri/files/1507-au-bro-investir-versionweb_0.pdf

<https://www.aides-entreprises.fr/>

http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_fr.htm

L'ensemble du Panorama des industries agroalimentaires 2018 est consultable et téléchargeable sur internet à l'adresse suivante : <http://agriculture.gouv.fr/Le-panorama-des-IAA>

Contact

Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
Direction générale de la performance économique et environnementale des entreprises
Délégation ministérielle aux entreprises agroalimentaires
3, rue Barbet-de-Jouy - 75349 Paris 07 SP
dmea.dgpe@agriculture.gouv.fr

Mise en page

Délégation à l'information et à la communication

Crédits photos

agriculture.gouv.fr et Thinkstock

Septembre 2018

AGRICULTURE.GOUV.FR



ALIMENTATION.GOUV.FR