CONTRAT DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE

ALIMENTAIRE
PRODUISONS
L'AVENIR

LE CONTRAT DE FILIÈRE

LES OBJECTIFS DU CONTRAT DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE

EMPLOI

1. CONSOLIDER ET CRÉER DES EMPLOIS, NOTAMMENT CHEZ LES JEUNES

2. SÉCURISER LES PARCOURS PROFESSIONNELS

3. AMÉLIORER L'ATTRACTIVITÉ DU SECTEUR ET DES MÉTIERS DE L'ALIMENTAIRE

4. RENFORCER LE DIALOGUE SOCIAL DANS LES TERRITOIRES, DANS LES BRANCHES ET DANS LES ENTREPRISES

FINANCEMENT INNOVATION

5. INCITER LES ENTREPRISES À CROITRE ET À INNOVER

6. MODERNISER LA FILIÈRE ET RENFORCER SA COMPÉTITIVITÉ

7. RENFORCER LA LISIBILITÉ ET LA COMPLÉMENTARITÉ DES DISPOSITIFS DE SOUTIEN

DÉFI VERT

8. IDENTIFIER, VALORISER ET DIFFUSER LES BONNES PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES

9. ACCOMPAGNER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DES ENTREPRISES ALIMENTAIRES

EXPORT ET PROMOTION

10. ENCOURAGER L'ORGANISATION COLLECTIVE À L'EXPORT

11. FACILITER LES DÉMARCHES DES ENTREPRISES À L'EXPORT

12. AMÉLIORER LA QUALITÉ, Y COMPRIS NUTRITIONNELLE, DES PRODUITS ALIMENTAIRES

13. PROMOUVOIR LE MODÈLE ALIMENTAIRE FRANÇAIS (LES PRODUITS, LES ENTREPRISES, LES SAVOIR-FAIRE, L'ART DE VIVRE ET LE REPAS À LA FRANÇAISE)

RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE

14. AMÉLIORER LES RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE, Y COMPRIS COMMERCIALES

15. CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE EN RENFORÇANT LES STRATÉGIES COLLECTIVES ET EN DÉVELOPPANT UNE SOLIDARITÉ DE FILIÈRE

UN CONTRAT ISSU DES PROPOSITIONS DES ACTEURS DES TERRITOIRES

Lors de la tenue du Conseil National de l'Industrie rénové, les Ministres Stéphane Le Foll, Guillaume Garot et Arnaud Montebourg ont acté que le « Contrat de la filière alimentaire » serait établi au premier semestre 2013, sur la base d'engagements réciproques entre les entreprises, les représentants des salariés et les pouvoirs publics.

Les *Rencontres régionales pour l'avenir de l'agroalimentaire*, lancées le 25 septembre 2012, en partenariat avec les Régions, en constituent le socle et ont permis aux professionnels et représentants des salariés de toute la filière alimentaire d'échanger, de faire remonter leurs besoins ainsi que leurs propositions concrètes d'actions. Durant cinq mois, plus de 140 ateliers pilotés par les chefs d'entreprises ont réuni plus de 2 000 participants et ont formulé plus de 1 000 propositions d'actions.

Suite à l'installation du Comité Stratégique de la Filière Alimentaire le 19 février dernier, qui a défini les axes du futur Contrat de filière, les propositions des Rencontres régionales ont été triées, priorisées et complétées par cinq groupes de travail nationaux sur les thématiques suivantes :

- Consolider et créer des emplois, améliorer l'attractivité de la filière ;
- Relever le défi vert en associant compétitivité économique, performance écologique et énergétique ;
- Stimuler les investissements et l'innovation pour moderniser la filière et renforcer sa compétitivité ;
- Perfectionner et promouvoir la qualité des produits et le modèle alimentaire français ;
- Améliorer les relations au sein de la filière, y compris commerciales, et créer davantage de valeur ajoutée.

Les présidents de ces cinq groupes de travail ont présenté leurs propositions au Comité Stratégique de la Filière Alimentaire le 30 mai 2013. A travers le Contrat de la filière alimentaire, l'Etat, les Régions et les acteurs de la filière affirment leurs ambitions en précisant leurs engagements réciproques. Le Comité Stratégique de la Filière Alimentaire a acté un

premier ensemble d'actions prioritaires et identifié pour chacune des pilotes et un calendrier. Ce Contrat est destiné à être enrichi régulièrement par le Comité Stratégique de la Filière Alimentaire, qui assurera par ailleurs un suivi de la mise en œuvre des engagements et des actions.

Toute la filière alimentaire est mobilisée au sein du Contrat de filière, de l'amont agricole à la distribution, en passant par le commerce de détail et l'artisanat alimentaire, les entreprises de négoce, les coopératives agricoles et agroalimentaires, la restauration collective et les industries alimentaires, y compris les entreprises et acteurs utilisant des produits issus de l'agriculture biologique. Sont également impliqués les représentants des salariés de la filière.

UN CONTRAT QUI SERA DÉCLINÉ EN RÉGION ET DANS CERTAINS SECTEURS D'ACTIVITÉ

Un certain nombre d'actions doivent être mises en œuvre au niveau régional. Les préfets de Région et les présidents des Conseils régionaux mettront en place dès la rentrée 2013 des Comités Stratégiques Régionaux de Filière pour compléter et décliner en région les actions du Contrat de la filière alimentaire. Ces Comités devront assurer la représentation des salariés, des entreprises, des acteurs des différents secteurs dans leur diversité.

Un dialogue dynamique sera instauré entre les niveaux national et régional des Comités Stratégiques de Filière, notamment via la mobilisation du réseau des référents agroalimentaires en région au sein des services de l'Etat et des Régions.

Par ailleurs, compte tenu des spécificités de certains secteurs, ce Contrat sera complété par des plans d'actions sectoriels si nécessaire, comme pour les secteurs porcin et avicole.

UN CONTRAT QUI S'ARTICULE AVEC D'AUTRES OUTILS

Le Contrat de filière fait référence et contribue à d'autres plans d'actions ou initiatives en cours :

- le programme national pour l'alimentation, dont les nouvelles orientations ont été annoncées par les Ministres Stéphane Le Foll et Guillaume Garot le 12 décembre 2012
- le projet agro-écologique pour la France, lancé par Stéphane Le Foll le 18 décembre 2012 ;
- le plan d'action pour l'export, et notamment le Comité Asie mis en place en janvier 2013 par les Ministres Guillaume Garot et Nicole Bricq ;
- le programme Ambition Bio 2017, présenté par Stéphane Le Foll le 31 mai 2013 ;
- le pacte contre le gaspillage alimentaire signé par Guillaume Garot et les partenaires le 14 juin 2013.

1. AMÉLIORER L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS ET CRÉER DES EMPLOIS

Avec 820 000 salariés (1 270 000 en comptant la grande distribution alimentaire) répartis sur l'ensemble des territoires urbains et ruraux, la filière alimentaire est une filière stratégique pour l'emploi en France. Elle a résisté au mouvement de désindustrialisation qui a frappé d'autres secteurs, et son potentiel de développement est réel. Néanmoins, certains métiers de l'alimentaire se heurtent à un déficit d'image et à une faible attractivité, notamment chez les jeunes. Cette situation conduit à des difficultés de recrutement sur certains emplois au sein des entreprises de la filière alimentaire. A l'inverse, certaines entreprises, confrontées à des difficultés structurelles ou conjoncturelles, doivent s'adapter. Le contexte économique général rend nécessaire l'amélioration de l'employabilité des salariés et la construction des passerelles entre les secteurs de la filière.

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité les objectifs suivants :

- **Consolider et créer des emplois, notamment chez les jeunes ;**
- **Sécuriser les parcours professionnels ;**
- **Améliorer l'attractivité du secteur et des métiers de l'alimentaire ;**
- **Renforcer le dialogue social dans les territoires, dans les branches et dans les entreprises.**

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Mobiliser les moyens consacrés au Crédit d'Impôt Compétitivité-Emploi, aux dispositifs des contrats de génération et des emplois d'avenir.

2/ Travailler avec les organisations représentatives sur les conditions de la poursuite, au-delà de 2014, de la Charte pour l'emploi pour les industries agroalimentaires.

3/ Œuvrer à l'adoption d'une directive ambitieuse pour le contrôle des règles en matière de détachement.

4/ Accompagner les entreprises en difficulté de la filière en mobilisant les référents régionaux agroalimentaires et les services de l'Etat dans les cellules de « veille et alerte précoce » animées par les Commissaires au Redressement Productif.

LES RÉGIONS S'ENGAGENT

1/ Mobiliser les dispositifs régionaux en matière d'orientation ou de formation, notamment pour soutenir l'emploi des jeunes dans la filière et participer au développement de l'emploi et des compétences des salariés.

2/ Accompagner des stagiaires de la formation professionnelle et des apprentis, notamment sur l'équipement et la mobilité.

3/ Expérimenter, dans certaines régions, la mise en œuvre d'une ingénierie de formation locale coordonnant les différents acteurs concernés au sein de bassins d'emplois dans lesquels l'activité agroalimentaire est particulièrement représentative.

LA FILIÈRE S'ENGAGE

1/ Former et recruter 150 000 jeunes en alternance sur la période 2014-2017 (en contrats de professionalisation et d'apprentissage, soit au moins 10 000 jeunes supplémentaires).

2/ Faire bénéficier 5 000 salariés supplémentaires (plus de 10 fois le nombre de bénéficiaires en 2012) d'une formation sur l'acquisition des savoirs fondamentaux d'ici 2017.

3/ Négocier et signer un accord interbranches sur les contrats de génération d'ici fin juillet 2013.

4/ Ouvrir fin juin 2013 les travaux sur la qualité de vie au travail, la prévention des risques professionnels, les meilleures conditions périphériques au travail, avec réalisation d'un audit et point d'étape en décembre 2013 et remise des travaux en mars 2014.

5/ Décliner dans le cadre d'un dialogue social renforcé, une Gestion prévisionnelle en direction des TPE/PME ou des territoires.

2. STIMULER LES INVESTISSEMENTS ET L'INNOVATION DES ENTREPRISES ALIMENTAIRES

La Recherche et le Développement ainsi que l'Innovation constituent l'un des principaux leviers de compétitivité des entreprises alimentaires. Le développement de produits ou process innovants leurs permettent de se différencier, d'améliorer leurs produits et de gagner de nouvelles parts de marché.
Pourtant, les dépenses des entreprises alimentaires restent faibles en la matière. Les marges contraintes dégagées par les entreprises de la filière et leur taille souvent insuffisante sont les principales explications de ce retard de positionnement sur l'innovation et la R&D. En matière de financement, les outils et les structures d'accompagnement des entreprises sont nombreux, mais pâtissent parfois d'un manque de lisibilité ou ne sont pas assez connus des entreprises.

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité les objectifs suivants :

- Inciter les entreprises à croitre et à innover ;
- Moderniser la filière et renforcer sa compétitivité ;
- Renforcer la lisibilité et la complémentarité des dispositifs de soutien.

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Mobiliser des moyens pour la filière dans le cadre du Programme des Investissements d'Avenir.

2/ Stabiliser à 100 M€ sur 3 ans les moyens budgétaires du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt consacrés à la filière, dans un contexte de réduction globale des dotations des ministères.

3/ Apporter le soutien de bpifrance au secteur alimentaire.

4/ Mobiliser le crédit d'impôt innovation pour soutenir l'innovation alimentaire.

LES RÉGIONS S'ENGAGENT

1/ Mobiliser des moyens budgétaires pour accompagner les investissements dans la filière alimentaire, notamment dans le cadre du « pacte pour l'investissement productif » en faveur du secteur agroalimentaire.

2/ Mettre en œuvre des dispositifs de soutien à l'investissement abondés par les fonds européens dont la gestion sera confiée aux Régions en faveur de la filière.

3/ Intégrer les orientations stratégiques du contrat de filière alimentaire au sein des Comités Régionaux d'Orientation de bpifrance, qui joueront leur rôle de force de proposition notamment pour la mise en place de nouveaux produits à destination des entreprises alimentaires et prenant en compte les problématiques particulières de la filière.

4/ Mettre en place des plateformes communes d'orientation des entreprises pour les besoins de financement des entreprises dans chaque région.

LA FILIÈRE S'ENGAGE EN TERMES D'OBJECTIFS CONCRETS PARTAGÉS

1/ Mettre en place une plateforme de coordination unique sur l'innovation dans le secteur alimentaire, rassemblant entreprises et acteurs de la recherche technologique (instituts de recherche, cellules de transfert et entreprises de toute taille, pôles de compétitivité, pôles d'innovation technologiques, pouvoirs publics, universités, ...), pour porter un agenda de recherche technologique structurant à l'échelle de l'ensemble de la filière.

2/ Mobiliser les fédérations et les entreprises sur la modernisation de l'outil productif et l'innovation.

3. FAIRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE UNE SOURCE DE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE

La maîtrise des enjeux environnementaux par les entreprises alimentaires constitue l'un des éléments de leur compétitivité et de leur durabilité : éco-conception, économies d'énergie, recyclage de l'eau, valorisation des co-produits, etc. Les dépenses en la matière présentent un fort taux de retour sur investissement. L'enjeu est important : en effet, par exemple, les industries agroalimentaires arrivent en 3ème position en termes de consommation d'énergie, après l'industrie chimique et la métallurgie.

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité les objectifs suivants :

- **Identifier, valoriser et diffuser les bonnes pratiques environnementales ;**
- **Accompagner la transition écologique des entreprises alimentaires.**

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Mobiliser des moyens dans le cadre du Programme des Investissements d'Avenir pour accompagner la transition écologique des entreprises alimentaires, par exemple en mettant en place un dispositif de prêts bonifiés.

2/ Maintenir une approche volontaire sur l'affichage environnemental pour les produits alimentaires, tant que le cadre méthodologique global n'assure pas la valorisation i) des pratiques de production reconnues pour leur plus-value écologique et ii) des efforts réalisés par les acteurs.

LES RÉGIONS S'ENGAGENT

1/ Mobiliser des moyens budgétaires pour accompagner les investissements liés à la transition écologique par l'utilisation des dispositifs existants et éventuellement l'expérimentation de nouveaux outils de financement.

2/ Favoriser les projets de recherche et d'innovation concourant au développement de bonnes pratiques environnementales dans la filière alimentaire.

LA FILIÈRE S'ENGAGE EN TERMES D'OBJECTIFS CONCRETS PARTAGÉS

1/ S'accorder, d'ici le quatrième trimestre 2013, sur une amélioration quantifiable de l'efficacité de l'utilisation des ressources, et notamment de l'énergie.

2/ Orienter ses investissements dans l'optique de la double performance économique & écologique.

3/ Poursuivre les travaux sur l'affichage environnemental et approfondir, en veillant à l'harmonisation des travaux en cours à l'échelle européenne, le cadre méthodologique devant permettre d'établir une information fiable, compréhensible et robuste intégrant la complexité propre aux produits alimentaires et à leur production.

4. ENCOURAGER L'ORGANISATION COLLECTIVE À L'EXPORT ET FACILITER LES DÉMARCHES DES ENTREPRISES

L'export est un relais de croissance essentiel pour toutes les entreprises de la filière alimentaire. Entre 2011 et 2012, le solde commercial des produits agroalimentaires transformés est passé de 6,9 à 7,9 Mrd€. Cette performance cache néanmoins de profondes disparités entre les secteurs : en excluant le secteur des vins et spiritueux, le solde commercial français est négatif. La part de marché de la France recule au niveau mondial alors que d'autres pays européens se maintiennent et que la part des pays émergents, notamment la Chine, s'accroît.
L'appui aux exportations passe par plusieurs leviers : les négociations commerciales, la levée des obstacles au commerce (barrières tarifaires et non-tarifaires), la facilitation des démarches de certification à l'export des entreprises françaises, une organisation plus efficace de l'appui aux entreprises sur les marchés étrangers. Ce soutien à l'export implique notamment une ambition partagée en matière de promotion, mais aussi le développement d'opérations collectives et individuelles, ciblées sur des marchés prioritaires ou en croissance, tels que ceux d'Asie du nord.

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité les objectifs suivants :

- ▶ Encourager l'organisation collective à l'export ;
- ▶ Faciliter les démarches des entreprises.

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Mettre en place et financer à hauteur de 8M€ une plateforme dématérialisée pour faciliter les démarches des exportateurs (Exp@don2).

2/ Renforcer l'équipe agricole du Service économique régional économique en Chine.

3/ Mettre en œuvre le Plan d'action export lancé au SIAL 2012 par le Gouvernement.

4/ Elaborer des plans de développement à l'international pour 250 PME et ETI alimentaires, dans le cadre des plateformes régionales export et des actions de BPIFrance export, puis assurer leur suivi dans la durée (au moins 3 ans).

LES RÉGIONS S'ENGAGENT

1/ Construire les actions des Régions à l'international en cohérence avec la stratégie de l'Etat, dans un cadre concerté.

2/ Elaborer des Plans Régionaux d'Internationalisation des Entreprises (PRIE) avec la définition de stratégies régionales spécifiques au secteur alimentaire.

LA FILIÈRE S'ENGAGE

1/ Augmenter les exportations de la filière alimentaire vers l'Asie du Nord (monde chinois, Japon, Corée du Sud, Singapour) de 2 Mrd € à horizon 2017, à contexte politique et commercial égal.

2/ Augmenter de 40 % le nombre de VIE dans les entreprises de la filière à horizon 2017.

3/ Présenter un plan d'action stratégique pour le développement et la diversification des exportations alimentaires vers la zone Asie du Nord.

4/ Promouvoir la plateforme Exp@don2 auprès des utilisateurs.

5/ Encourager la participation des entreprises aux formations export et contribuer à la conception du programme.

5. AMÉLIORER LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES

La promotion d'une offre alimentaire variée, de haute qualité nutritionnelle, répondant davantage à la diversité des attentes des consommateurs, est l'un des éléments conditionnant le développement économique et la compétitivité de la filière alimentaire. Si l'excellence de la qualité des produits alimentaires français est reconnue, l'impact médiatique de certaines crises est susceptible de fragiliser les entreprises de la filière alimentaire. Il apparaît donc nécessaire de renforcer la qualité (y compris nutritionnelle) des produits, le management des systèmes de qualité et les autocontrôles, mais également de veiller à mieux informer les consommateurs.

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité l'objectif suivant :

▶ **Améliorer la qualité (y compris nutritionnelle) des produits alimentaires et sa valorisation auprès des consommateurs.**

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Pérenniser sur 3 ans le financement de la section nutritionnelle de l'observatoire de l'alimentation (OQALI), en prévoyant 450k€/an sur le budget du MAAF, et 300k€/an sur celui du MASS).

2/ Proposer un projet européen fédérateur intégrant l'OQALI, avec mise en commun des données nutritionnelles (High Level group).

3/ Lancer une campagne d'information sur l'amélioration de la qualité de l'offre alimentaire en 2014 et sur les engagements pris par les secteurs de la filière, pouvant être portés notamment par l'INPES.

4/ Revoir les modalités de valorisation des efforts consentis par les entreprises au niveau individuel (chartes PNNS) et collectif (accords du PNA).

EXPORT ET PROMOTION

LA FILIÈRE S'ENGAGE

1/ Souscrire à des engagements collectifs pour l'amélioration de la qualité des produits pour de nombreux secteurs alimentaires en 2013, au sein des outils redéfinis par l'Etat en concertation avec les organisations professionnelles concernées (PNA et PNNS).

2/ Diffuser et promouvoir la charte antifraudes auprès de tous les industriels concernés, et assurer le suivi de son taux d'utilisation.

6. PROMOUVOIR LE MODÈLE ALIMENTAIRE FRANÇAIS (les produits, les entreprises, les savoir-faire, l'art de vivre et le repas à la française)

Les Français ont toujours eu une relation privilégiée avec leur alimentation. Cette relation a profondément marqué l'histoire, la culture et le mode de vie de notre pays. Manger n'est pas seulement un acte fonctionnel, c'est un plaisir quotidien et partagé qui obéit à certaines règles : la convivialité, la diversité alimentaire, le respect d'horaires fixes et la structuration des repas autour de trois plats principaux. Ces règles définissent un modèle alimentaire français.
Ce modèle alimentaire est l'un des moteurs les plus dynamiques de notre économie, sur le plan national comme international. L'inscription par l'UNESCO du « repas gastronomique des Français » sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité le 16 novembre 2010, tout comme l'exposition universelle de Milan en 2015 sur la thématique « Nourrir le Monde » sont autant d'opportunités pour la filière de promouvoir le modèle alimentaire français

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité l'objectif suivant :

▶ **Promouvoir le modèle alimentaire français (les produits, les entreprises, les savoir-faire, l'art de vivre et le repas à la française).**

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Assurer la présence de la France à Milan en 2015 en mobilisant un budget de 20 M€ pour constituer son pavillon.

2/ Faire de l'alimentaire un des piliers de la marque France.

3/ Encourager la labellisation des Entreprises du Patrimoine Vivant dans la filière alimentaire en pérennisant la convention spécifique avec UBIFRANCE à l'export.

4/ Valoriser les produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine à l'international et en assurer la protection.

EXPORT ET PROMOTION

LES RÉGIONS S'ENGAGENT

1/ Assurer la promotion des filières de qualité de leurs territoires .

2/ Assurer une cohérence entres les marques territoriales, les produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine et la marque France.

LES COLLECTIVITÉS LOCALES S'ENGAGENT

1/ Constituer des Cités de la gastronomie dans les Villes lauréates et à développer leurs activités au sein du réseau.

LA FILIÈRE S'ENGAGE

1/ Participer au pavillon France à l'exposition de Milan 2015.

2/ Promouvoir le dispositif des « Entreprises du Patrimoine Vivant » et augmenter le nombre d'entreprises demandant à être labellisées.

3/ Définir une approche stratégique partagée, pour promouvoir les produits alimentaires, les acteurs de la filière et les savoir-faire de la filière, y compris via la valorisation de l'origine France des produits.

7. AMÉLIORER LES RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE ET CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE

Les relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs s'inscrivent, dans la filière alimentaire, dans un contexte où 70% des débouchés des produits agricoles et agroalimentaires dépendent de la grande distribution, elle-même très concentrée. La volatilité des prix des matières premières agricoles impactent certaines entreprises alimentaires et rend nécessaire de renforcer les liens partenariaux au sein de la filière entre fournisseurs et acheteurs.
La qualité des relations entre les différents maillons de la filière alimentaire est déterminante pour développer des partenariats sources de création de valeur ajoutée et assurer une rémunération équitable des acteurs, aux divers stades de la filière. Il s'agit ainsi de contribuer à une amélioration durable des relations commerciales, dans l'optique de conserver et développer les parts de marché des entreprises alimentaires, en France et à l'international.

Le Comité Stratégique de Filière s'est donné pour priorité les objectifs suivants :

- Améliorer les relations au sein de la filière, y compris commerciales ;
- Créer de la valeur ajoutée en renforçant les stratégies collectives et en développant une solidarité de filière.

RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE

L'ÉTAT S'ENGAGE

1/ Modifier la LME, via la Loi de consommation .

2/ Spécialiser un des agents de la médiation inter-entreprises sur la filière alimentaire.

LA FILIÈRE S'ENGAGE

1/ Mutualiser les connaissances des attentes du marché, les outils de veille économique et les études prospectives sur les comportements des consommateurs

2/ Promouvoir les outils de la Médiation inter-entreprise et y recourir.

ANNEXES
PLAN D'ACTIONS DU CONTRAT DE FILIÈRE

EMPLOI

Intitulé de l'action	Calendrier
AMÉLIORER L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS ET CRÉER DES EMPLOIS	
1. Insertion des jeunes par le développement de l'alternance	- A partir du 2nd semestre 2013 : Construction du dispositif de préparation à l'alternance - Rentrée 2014 : expérimentation
2. Acquisition des savoir faires fondamentaux	- 2nd semestre 2013 : élargissement du dispositif - 1er trimestre 2014 : reconnaissance par une certification paritaire
3. Plateforme commune pour les 4 observatoires des métiers de la filière	Début 2014
4. Harmonisation des formations certifiantes et création de passerelles	2014-2017
5. Coordination des Commissions Paritaires Nationales pour l'Emploi et la Formation Professionnelle (CPNEFP)	Début 2014
6. Attractivité, fidélisation et accompagnement des futurs salariés, salariés et futurs retraités	- Juin 2013 : lancement du portail internet et ouverture des travaux sur la qualité de vie au travail - Septembre : campagne média

FINANCEMENT INNOVATION

Intitulé de l'action	Calendrier
STIMULER LES INVESTISSEMENTS ET L'INNOVATION DES ENTREPRISES ALIMENTAIRES	
1. Plateforme de référence sur l'innovation, mise en réseau et coordination de l'ensemble des acteurs	Fin 2013 : mise en place de la plateforme
2. Programme d'accompagnement à la modernisation des entreprises alimentaires	2nd semestre 2013 : montage et soumission du dossier
3. Feuille de route technologique de la filière alimentaire.	Montage et soumission du dossier au 2nd semestre 2013
4. Définition de la notion d'innovation dans l'alimentaire	- 2nd semestre 2013 : réalisation du guide - 2014 : diffusion du guide
5. Trophées de l'innovation	2014 : premières éditions régionales ou nationales
6. Outils financiers de structuration de la filière alimentaire	- Eté 2013 : rendu de la mission CGAAER-CGEIET - Fin 2013 : mise en œuvre
7. Information sur les dispositifs de financement existants	- Eté 2013 : convention de partenariat Etat – CSOEC - Sept – dec 2013 : réunions d'information en région - 2014 : actualisation du guide ANIA

DÉFI VERT

Intitulé de l'action	Calendrier
FAIRE DE LA MUTATION ÉCOLOGIQUE UNE SOURCE DE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE	
1. Projet « usine sobre »	2nd semestre 2013 : montage et soumission d'un dossier, pour un projet d'une durée de 5 ans
2. Programme d'accompagnement à la démarche RSE et sur l'efficacité énergétique	2nd semestre 2013 : lancement
3. Espace web participatif	2nd semestre 2013 : mise en place de l'espace web
4. Pacte de lutte contre le gaspillage alimentaire	14 juin 2013 : signature du Pacte
5. Simplification réglementaire	Décembre 2013

EXPORT ET PROMOTION

Intitulé de l'action	Calendrier
ENCOURAGER L'ORGANISATION COLLECTIVE À L'EXPORT ET FACILITER LES DÉMARCHES DES ENTREPRISES	
1. Plateforme dématérialisée pour simplifier les démarches des exportateurs en matière d'agrément et de certification sanitaire (Exp@don 2)	- 3ème trimestre 2013 : lancement de l'appel d'offres ; - 1er trimestre 2015 : mise en service des premiers modules
2. Accompagnement personnalisé des entreprises grâce à la mobilisation des référents régionaux agroalimentaires et des outils « bpifrance export »	Continu
3. Formation aux exigences sanitaires et phytosanitaires à l'export vers les pays tiers	En cours
4. Plan d'actions export du Comité Asie	A partir du 2nd semestre 2013
5. Mobilisation des Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCEF) des entreprises alimentaires	2nd semestre 2013

EXPORT ET PROMOTION

Intitulé de l'action	Calendrier
AMÉLIORER LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES	
1. Charte antifraudes	- 21 mai 2013 : lancement, - Finalisation en automne 2013
2. Pacte « qualité ingrédients »	- 17 décembre 2012 : lancement - 25 juin 2013 : point d'étape - Fin 2013 : signature des engagements
3. Réseau d'observatoires européens sur la qualité nutritionnelle des aliments	2nd semestre 2013 : porter cette réflexion au groupe de haut niveau de la Commission européenne
PROMOUVOIR LE MODÈLE ALIMENTAIRE FRANÇAIS (les produits, les entreprises, les savoir-faire, l'art de vivre et le repas à la française)	
1. Création et animation du réseau des cités de la gastronomie	- 19 juin 2013 : annonce du réseau - 1er janvier 2014 : création d'une structure souple de coordination
2. Constitution du pavillon France à l'exposition universelle de Milan (2015)	D'ici le 1er mai 2015
3. Entreprises du patrimoine vivant de la filière alimentaire	2nd semestre 2013 : constitution d'un club des EPV alimentaires
4. Stratégie de promotion du modèle alimentaire français	2nd semestre 2013

RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE

Intitulé de l'action	Calendrier
AMÉLIORER LES RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE ET CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE	
1. Modification de la LME	Loi consommation (2013)
2. Cotations et indices permettant d'objectiver les variations des prix des matières premières	- 2nd semestre 2013 : mise en place d'un premier groupe de travail - 2014 : premier rendu
3. Charte de bonnes pratiques sur les relations clients-fournisseurs dans la filière	- 2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail et finalisation de la charte - Début 2014 : signature
4. Label « Relations fournisseur responsables »	- 2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail - Fin 2013 : finalisation du label - 2014 : Promotion du label et recueil des candidatures
5. Médiation de filière	- 2nd semestre 2013 : mise en place de la Médiation de filière - Début 2014 : signature de la Charte des Relations inter-entreprises
6. Etude prospective sur les consommateurs de demain	- Fin 2013 : finalisation du cahier des charges - Fin 2014 : diffusion de l'étude

EMPLOI

Action N°1

Insertion des jeunes par le développement de l'alternance

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans un contexte de chômage élevé, notamment chez les jeunes, les entreprises rencontrent de réelles difficultés à recruter sur certains postes.

La filière alimentaire fait le choix de :

- Favoriser l'insertion professionnelle des jeunes par la voie de l'alternance (contrats d'apprentissage et contrats de professionnalisation) ;
- Développer des actions contribuant à une meilleure attractivité des secteurs de la filière alimentaire et de leurs métiers, ainsi que des sensibilisations permettant la découverte des entreprises et de leurs activités.
- Anticiper le remplacement des futurs retraités par les jeunes.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

La filière s'est engagée à former et recruter 150 000 jeunes sur la période 2014-2017(en contrats de professionnalisation et d'apprentissage) Pour se faire, il s'agit de :

- Expérimenter des modalités permettant de développer le contrat d'alternance pour les niveaux IV et V ;
- Développer des partenariats pédagogiques entre les établissements de formation et les entreprises ;
- Rapprocher les rythmes scolaires de l'alternance de ceux de l'entreprise ;
- Travailler sur les conditions d'accès des apprentis mineurs (à partir de 16 ans) ;
- Ouvrir la préparation opérationnelle à l'emploi notamment aux jeunes par la mise en place de formations leur permettant d'accéder dans un 2ème temps aux contrats en alternance ;
- Accompagner la mobilité géographique des alternants en développant des partenariats avec des organismes nationaux ou territoriaux en matière de logement et de transport (notamment l'accès au permis de conduire).

PILOTE

Groupe de travail Emploi avec le support d'OPCALIM[1] - en coordination avec tous les OPCA[2] concernés, et les pouvoirs publics (notamment les Régions).

Action nationale et régionale

CALENDRIER

A partir du 2nd semestre 2013 : phase de construction du dispositif de préparation opérationnelle à l'alternance pour une expérimentation à la rentrée 2014 ;

A partir de 2015 : industrialisation du dispositif.

Début 2014 : diffusion d'un guide d'aide à la mobilité géographique.

---

[1] OPCALIM : l'Organisme Paritaire Collecteur Agrée des Industries Alimentaires, de la Coopération Agricole et de l'Alimentation en Détail

[2] OPCA : Organisme Paritaire Collecteur Agrée

Action N°2

Acquisition des savoir-faire fondamentaux

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

15% des salariés de la filière ne maîtrisent pas suffisamment les savoirs fondamentaux. Ce chiffre est supérieur à la moyenne nationale (9%). La moitié de ces personnes est âgée de plus de 45 ans (source : Agence Nationale de Lutte contre l'Illetrisme).

Les savoirs fondamentaux ou compétences clés concernent la communication écrite, la communication orale, le calcul, le repérage dans l'espace et le temps, l'informatique appliquée, la technologie appliquée à un milieu professionnel.

L'enjeu pour cette population cible est :

- la sécurisation des parcours professionnels,
- le maintien dans l'emploi & mobilité interne et externe,
- l'accès à une formation qualifiante,
- l'insertion dans l'emploi.

La filière s'engage à faire bénéficier 5 000 salariés supplémentaires (plus de 10 fois le nombre de bénéficiaires en 2012) d'une formation sur l'acquisition des savoirs fondamentaux d'ici 2017.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Elargir le dispositif à l'ensemble de la filière en intégrant de nouveaux savoirs et en s'appuyant sur les emplois de premiers niveaux ;
- Communiquer auprès des entreprises sur le dispositif et son intérêt ;
- Mettre en place une certification paritaire du socle de compétences de la filière alimentaire.

PILOTE

Groupe de travail Emploi avec le support d'OPCALIM - en coordination avec tous les OPCA concernés et les pouvoirs publics (notamment les Régions).

Action nationale et régionale

CALENDRIER

A partir du 2nd semestre 2013 : élargissement du dispositif à la filière
Fin du 1er semestre 2014 : faisabilité d'une reconnaissance par une certification paritaire

EMPLOI

Action N°3

Plateforme commune pour les quatre observatoires des métiers de la filière

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les observatoires sont des outils d'aide à la stratégie de la filière. Ils doivent permettre d'instaurer un système de « vigilance » pour alerter et alimenter les acteurs du champ professionnel concerné.
L'objectif est de partager un diagnostic clair et factuel de la filière sur un socle solide et consensuel en :

- Disposant d'éléments fiables sur le secteur : données sur l'emploi consolidées et actualisables par branche, par région en définissant le périmètre du secteur alimentaire ;
- Repérant finement les facteurs d'évolution prospectifs qui risquent d'avoir des impacts significatifs sur les entreprises et les métiers.

La diversité des branches de la filière devra prendre en compte les spécificités de certains métiers comme de certaines activités.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il s'agit dans un 1er temps de créer une plateforme commune aux 4 observatoires prospectifs des métiers et des qualifications de la filière :
- OBSERVIA, Observatoire prospectif des métiers et des qualifications des Industries alimentaires
- Observatoire prospectif des métiers de la Coopération agricole
- Observatoire des Distributeurs Conseils Hors-Domicile (DCHD)
- Observatoire prospectif des métiers et des qualifications des métiers de l'alimentation

A partir des travaux déjà réalisés, cette plateforme commune comprendra :

- un tronc commun : une base statistique sur les données globales de l'emploi, son évolution, ses caractéristiques démographiques… ; les compétences transversales et transférables d'un métier à l'autre, d'un(e) secteur/ branche à l'autre, les certificats de qualification professionnelle inter-industries (CQPI)…
- des études mutualisées lorsque cela est possible : intérêt notamment pour la réalisation de l'étude de veille sociale, mutualisation des travaux…
- et des propositions d'études sectorielles lorsque cela le justifie (ex : étude sur les compétences dans le secteur de la viande, insémination animale…)

Il conviendra d'étendre ce travail à l'ensemble de la filière pour disposer d'un outil homogène et cohérent.

PILOTE

Groupe de travail Emploi en appui des branches de la filière.

Action nationale et régionale

CALENDRIER

Début 2014

Action N°4

Harmonisation des formations certifiantes et création de passerelles

EMPLOI

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Anticiper et sécuriser les parcours des salariés constituent un enjeu majeur.

Dans le champ d'OPCALIM, on recense 84 Certificats de Qualification Professionnelle (CQP) pour 1000 certificats délivrés par an.

Pour renforcer l'employabilité des salariés et l'attractivité de la filière, il est nécessaire de :

- Engager un chantier de simplification et d'harmonisation pour développer les CQP transversaux et augmenter le nombre de certifications délivrées ;
- Créer des passerelles avec les diplômes ;
- Mettre à profit des situations de variation d'activité pour mettre en œuvre des actions de formation.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Faire une cartographie des titres, diplômes et certificats existants et de leur usage ;
- Harmoniser les CQP et permettre l'acquisition des CQP par modules ;
- Inscrire les CQP transversaux au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP);
- Etudier la faisabilité de passerelles CQP/diplômes ;
- Promouvoir les CQP révisés auprès des salariés, des entreprises et des branches ;
- Développer l'acquisition des CQP par modules (dont passeport sur certaines formations obligatoires) ;
- Ouvrir l'accès des CQP aux contrats précaires ;
- Adapter les outils existants aux spécificités de TPE / PME.

PILOTE

Groupe de travail Emploi avec l'appui d'OPCALIM – en coordination avec les OPCA de la filière.

Action nationale

CALENDRIER

Début 2014 : cartographie des titres, diplômes et CQP (*partenaires sociaux – Observatoires des métiers)*

Sur la période 2014-2017 : harmonisation des CQP de la filière, inscription des CQP au RNCP, faisabilité CQP/diplômes (début 2014 : 1ère expérimentation de passerelles entre le CQP conducteur de machine et le Certificat d'Aptitude Professionnel Agricole).

EMPLOI

Action N°5

Coordination des Commissions Paritaires Nationales pour l'Emploi et la Formation Professionnelle (CPNEFP)

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

- Créer une instance de concertation sur la stratégie emploi/ formation de la filière ;
- Proposer les politiques à mettre en œuvre dans le cadre de la stratégie de filière ;
- Garantir une allocation efficiente des moyens ;
- Favoriser la structuration régionale de la filière.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Mise en place d'une coordination des CPNEFP de la filière au niveau national avec une déclinaison au niveau régional.
- Décliner les propositions des ateliers en plan d'actions
- Faire valider les projets par les branches professionnelles
- Mutualiser et diffuser les bonnes pratiques
- Consolider et renforcer la représentation régionale de la filière.

PILOTE

Groupe de travail Emploi

Action nationale et régionale

CALENDRIER

Début 2014

EMPLOI

Action N°6

Attractivité, fidélisation et accompagnement des futurs salariés, salariés et futurs retraités

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Constat du manque d'attractivité et du déficit d'image de la filière qui entraînent des difficultés à recruter pour les entreprises sur certains postes alors que notamment 30 000 postes sont à renouveler dans les 5 années à venir sur le seul périmètre des Industries alimentaires.

Une première réponse de la filière est prévue pour juillet 2013 avec la sortie d'un portail internet www.alimetiers.com visant à répondre au déficit de communication sur les métiers et les emplois de la filière.

Une seconde initiative débutera à compter de fin juin 2013, afin d'engager une réflexion vers une acception plus large de l'attractivité.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Mettre en ligne Alimétiers, site dédié à l'information du grand public et particulièrement des jeunes, sur les métiers (86 fiches métiers), les formations (initiale, continue, CQP) et les emplois (CDI, CDD, contrat d'alternance, stage de plus de 3 mois) du cœur de la filière. Ce portail s'appuie sur un partenariat élargi. Le lancement de ce portail sera renforcé par une campagne internet et medias en septembre 2013 afin d'accentuer sa notoriété auprès du grand public.
- Définir des axes de travail concrets autour de thèmes comme la qualité de vie au travail, la prévention des risques professionnels, les meilleures conditions périphériques au travail.

PILOTE

Groupe de travail Emploi
Portage juridique du projet « alimetiers » : OPCALIM

Action nationale

CALENDRIER

Juin et septembre 2013 : lancement du portail internet et campagne média
Fin juin 2013 à mars 2014 : lancement de la réflexion sur la qualité de vie au travail, la prévention des risques professionnels et les meilleures conditions périphériques au travail, point d'étape en décembre 2013 et remise des conclusions en mars 2014.

FINANCEMENT INNOVATION

Action N°1

Plateforme de référence sur l'innovation dans la filière alimentaire, mise en réseau et coordination de l'ensemble des acteurs

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Disposer d'une plateforme référence sur l'innovation alimentaire en pérennisant, renforçant et élargissant les missions de Food for Life France. Cette plateforme réunira tous les acteurs concernés de la filière alimentaire.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Par cette coordination construite autour d'un triptyque formation/science et technologie/marché, il s'agit :

- d'identifier les axes de développement stratégiques pour assurer la compétitivité de la filière, lancement d'appels à idées afin d'identifier les 10 axes clés de l'alimentaire de demain. En particulier modernisation, automatisation, robotisation, usage du numérique ainsi que aliments à qualité de santé et bien-être, matériaux d'emballages actifs, amélioration des procédés par rapport aux enjeux sanitaires… ;
- de favoriser la coordination des programmes de travail des différents acteurs, (cohérence entre les travaux de recherche technologiques et les problématiques de la filière) en caractérisant notamment un programme de soutien à la modernisation des outils de production ;
- de favoriser les projets collaboratifs, (favoriser l'implication des entreprises dans les projets collaboratifs) ;
- d'échanger et de bénéficier des expériences réussies, (reproduction de ce qui marche) ;
- de renforcer les compétences nécessaires… (compétitivité des collaborateurs des entreprises, des centres de recherche, des étudiants,…).

PILOTE

Food for Life France avec tous les partenaires de l'innovation alimentaire : organisations professionnelles, ACTIA, entreprises, instituts de recherche, ITAI, Pôles d'innovation technologiques, Pôles de compétitivité, cellules de transfert, établissements d'enseignement supérieur, pouvoirs publics (Etat, Régions…) et organismes financeurs.

Action nationale

CALENDRIER

Fin 2013 : mise en place

FINANCEMENT INNOVATION

Action N°2

Programme d'accompagnement à la modernisation des entreprises alimentaires.

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

La mécanisation-robotisation et l'utilisation du numérique (capteurs essentiellement) sont un levier important pour renforcer la compétitivité des entreprises alimentaires.

Cette modernisation de l'outil industriel est indispensable pour gagner en productivité, améliorer la rentabilité, accroître la marge brute des entreprises et rattraper notre retard sur nos concurrents étrangers. Elle doit également renforcer d'autres facteurs de compétitivité comme la réduction de la pénibilité de tâches (accidents du travail, troubles musculo-squelettiques), l'attractivité des métiers et l'accroissement des compétences.

Les applications en emballage, encaissage et palettisation étant les plus répandues dans les industries alimentaires, il devient essentiel d'intégrer la mécanisation-robotisation-numérisation, avec systèmes de contrôle-commande automatisés, aux opérations de production en prenant en compte leur complexité.

Cependant, l'intégration d'équipements, d'automates et de robots en procédés alimentaires est soumise à plusieurs niveaux de complexité spécifiques, à savoir par exemple :

- la variabilité des matières premières à traiter, en particulier sous forme d'unités (bovins, poissons, légumes, fruits, fromages…) et leur difficulté de manipulation et de préhension avec des formes et des géométries très différentes pour des corps mous,
- les contraintes ambiantes de froid et d'humidité,
- les nécessités de nettoyage et désinfection réguliers, avec une incidence directe sur la corrosion des matériaux par les solutions de désinfection.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

L'action consisterait à intégrer la modernisation dans l'entreprise par un accompagnement personnalisé avec une équipe d'experts du pré-diagnostic à la réalisation des investissements, avec des étapes de diagnostic et adaptation des produits et procédés. Dans cet objectif, un projet global, porté par les acteurs professionnels, serait monté et soumis auprès du programme des investissements d'avenir et/ou de bpifrance.

PILOTE

ACTIA, en lien avec l'ANIA et Coop de France, en partenariat avec des entreprises, CEA, Instituts techniques agro-industriels, Institut Blaise Pascal, pôles de compétitivité …

Action nationale

CALENDRIER

Montage et soumission du dossier au 2nd semestre 2013, pour un projet d'une durée de 5 ans avec pour objectifs annuels cibles : 100 pré-diagnostics, 75 diagnostics à la suite et 50 investissements.

Action N°3

Feuille de route technologique de la filière

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans le contexte actuel, il est essentiel de mener des projets de recherche technologique alimentaire, sur des sujets précompétitifs avec une ambition de progrès, de performance et de diffusion / transfert à l'ensemble des acteurs.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

La plateforme de référence de l'innovation agroalimentaire fournira un cadre pour élaborer un programme de travail de recherche technologique national et susciter l'émergence de projets de R&D et d'innovation partenariaux cohérents. Les projets viseront à : améliorer la compétitivité des filières agro-alimentaires, développer la performance industrielle, améliorer les conditions de travail, assurer la qualité et la sécurité des produits, préserver la culture et l'identité alimentaire, améliorer l'information du consommateur, contribuer à la protection de l'environnement, et prendre en compte les interactions entre l'industrie et l'agriculture.

Les projets ainsi élaborés, cohérents, pourront être soumis aux dispositifs de financement public accessibles, notamment le programme des investissements d'avenir, bpifrance, l'agence nationale de la recherche et les dispositifs des pôles de compétitivité.

PILOTE

Plateforme de référence sur l'innovation

Action nationale

CALENDRIER

1er trimestre 2014 : élaboration d'un programme de travail à 3 ans et d'un programme de travail prospectif à 10 ans, mis à jour annuellement

Action N°4

Définition de la notion d'innovation dans l'alimentaire

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Utiliser, partager, diffuser et promouvoir une définition de l'innovation alimentaire en France et en Europe pour faciliter l'appropriation, par les acteurs de la filière alimentaire, des dispositifs majeurs soutenant l'innovation industrielle tels que le Crédit d'Impôt Innovation ou le Crédit d'Impôt Recherche. Cela devrait permettre également aux entreprises alimentaires de valoriser leurs produits auprès des distributeurs.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Mettre en place un groupe de travail dédié dans le cadre de la plateforme Food for Life France afin de définir l'innovation dans la filière alimentaire en formalisant et illustrant cette notion via un guide de référence.
- Diffuser et partager ce travail afin que la réalité de l'innovation dans la filière soit comprise et prise en compte même lorsqu'elle prend des formes incrémentales, non technologiques, organisationnelles, marketing…

Ces travaux devraient faciliter l'extension du champ actuel du CIR aux dépenses liées à l'innovation (notamment pour l'élaboration de nouveaux produits) pour la filière alimentaire. Cette définition devra par ailleurs se référer aux normes internationales (OCDE…) et les décliner le cas échéant.

PILOTE

Plateforme de référence sur l'innovation.

La consultation sera ouverte aux organisations professionnelles et à leurs instances régionales, aux réseaux d'innovation, aux pôles de compétitivité, aux centres techniques agricoles et alimentaires, aux centres de recherche, aux établissements d'enseignement supérieur, à OSEO et aux pouvoirs publics.

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : réalisation du guide

2014 : diffusion du guide

Action N°5

Trophées de l'innovation

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les trophées de l'innovation (produits, procédés, durabilité…), permettent de récompenser les entreprises les plus innovantes et les entreprises en croissance pour ainsi les encourager à investir et se développer.
Cette démarche d'émulation et de promotion permettra de rendre plus visibles les entreprises innovantes au sein de la filière.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Recenser les trophées existants au niveau national et régional pour l'ensemble de la filière.
- Mettre en place des trophées sur les activités non couvertes, que ce soit au niveau local ou national.
- Définir les modalités des trophées de l'innovation en s'inspirant des concours déjà existants.

PILOTE

Groupe de travail Financement et Innovation

Action nationale et régionale

CALENDRIER

2014 : Premières éditions régionales ou nationales

FINANCEMENT INNOVATION

Action N°6

Outils financiers de structuration de la filière alimentaire

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les entreprises alimentaires disposent d'avantages structurels conséquents : une production agricole de premier plan au niveau mondial, un savoir-faire industriel et scientifique reconnu, une image de qualité et de sécurité sanitaire. L'augmentation de la population mondiale et l'émergence de nouveaux marchés offrent de nouvelles opportunités. Face aux pertes de parts de marchés constatées ces dernières années, il faut reprendre l'initiative et renforcer la compétitivité de l'alimentaire français.

En particulier, l'accroissement de la taille des entreprises alimentaires peut favoriser l'investissement, l'innovation, l'export et la conquête des marchés. À cette fin, un récent rapport établi par l'Inspection générale des finances et le Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux préconise la mise en place d'un fonds d'investissement sectoriel public-privé afin de contribuer à l'émergence d'un plus grand nombre d'ETI leaders sur leurs segments de marché.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

De premiers contacts relatifs à la création d'un fonds sectoriel et d'un comité des financeurs ont été pris par les cabinets ministériels avec les fonds spécialisés dans l'agroalimentaire (Crédit Agricole, Sofiproteol, Unigrains, Arkea, Agroinvest), le Fonds Stratégique d'Investissement et CDC entreprises.

Une mission conjointe entre le Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux et le Conseil général de l'économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies examine actuellement les conditions du lancement d'un tel fonds et ses modalités d'intervention.

L'Etat et les Régions ont par ailleurs affirmé leur volonté de mobiliser des outils financiers pour le « pacte pour l'investissement productif » en faveur du secteur agroalimentaire, sur la base du recensement des besoins en investissements réalisés par leurs services. Un accord a été conclu pour que des crédits du FEADER soient affectés dans chaque Région sur le soutien à la compétitivité des industries agroalimentaires, en cherchant à assurer une égalité de traitement sur l'ensemble du territoire pour les différentes entreprises, la lisibilité du dispositif et sa simplicité d'accès pour les entreprises disposant d'établissements dans plusieurs régions.

PILOTE

Pouvoirs publics (Etat et Régions), Bpifrance, Investisseurs privés

Action nationale et régionale

CALENDRIER

Eté 2013 : rendu de la mission
Fin 2013 : mise en œuvre

Action N°7

Information sur les dispositifs de financement existants

FINANCEMENT INNOVATION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les *Rencontres Régionales pour l'avenir de l'agroalimentaire* ont fait état de la complexité du dispositif d'aides aux entreprises et de leur méconnaissance fréquente par les bénéficiaires potentiels. Dans les PME notamment, le chef d'entreprise ne dispose pas du temps suffisant et n'a pas de ressources humaines dédiées pour réaliser cette ingénierie financière.

Les experts comptables ou avocats d'affaire ont des relations privilégiées et de proximité avec les dirigeants des entreprises. Ils peuvent être des relais efficaces pour encourager l'utilisation des outils de financement.

Cette action vise donc à rendre l'information sur les dispositifs de financements publics plus lisibles et plus accessibles aux chefs d'entreprises.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il s'agit par cette action :

- d'organiser des réunions d'information en régions auprès des personnes clés sur les dispositifs d'aide aux entreprises : référents agroalimentaires, experts comptables, avocats d'affaires, banques partenaires des IAA, trésoriers d'entreprise… et organiser en région des réunions d'information des entreprises alimentaires ;
- de mettre à jour les guides recensant les dispositifs d'aide : guide des experts comptables, guide de l'ANIA, brochures bpifrance, etc..

PILOTE

Groupe de travail Financement et innovation
Pouvoirs publics : Régions et État
En lien avec l'ANIA, Coop de France, CGAD, BPIFrance, CSOEC et les acteurs en région

Action nationale, déclinaison régionale

CALENDRIER

Eté 2013 : convention de partenariat Etat-Conseil supérieur de l'ordre des experts comptables (actualisation du guide des aides, Conseil sup' services…).
Septembre-Décembre 2013 : réunions en régions
2014 : actualisation du guide ANIA.

Action N°1

DÉFI VERT

Projet « Usine sobre »

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Relever le défi de la compétitivité nécessite de concilier les dimensions économiques et écologiques, tout en préservant les qualités intrinsèques des produits (sanitaires, sensorielles, nutritionnelles, fonctionnelles).
En intégrant les exigences environnementales, les économies sur les coûts de production doivent prendre en compte, selon les secteurs, dans les procédés de production et les utilisations annexes :

- la réduction à la source des consommations d'eau, d'énergie, de matières premières et d'emballages, en gérant notamment la variabilité des matières premières,
- le meilleur recyclage de ces intrants,
- la valorisation des coproduits *in situ* ou pour d'autres utilisations,
- la gestion des déchets, des effluents, des graisses et des boues,
- la limitation de tous les transferts de polluants dans les milieux eau-sol-air.
- Cette approche intégrée entre la préservation de la qualité globale des produits, les exigences environnementales et l'optimisation de la performance est portée par le concept de « Production sobre et efficiente ».

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il s'agit d'améliorer la performance des entreprises par un accompagnement personnalisé avec une équipe d'experts du pré-diagnostic à la réalisation des investissements, avec des étapes de diagnostic, plan de comptage, adaptation des produits et procédés. Le projet global, porté par les acteurs professionnels, pourra être soumis auprès du programme des investissements d'avenir, de l'Ademe et/ou de bpifrance.

PILOTE

ACTIA, en lien avec l'ANIA, Coop de France et CGAD, en partenariat entreprises, ADEME, Instituts techniques agro-industriels, organismes de recherche, pôles de compétitivité, pôles d'innovation technologique…

Action nationale avec déclinaisons régionales

CALENDRIER

Montage et soumission d'un dossier au 2nd semestre 2013, pour un projet d'une durée de 5 ans, avec pour objectifs annuels cibles : 100 pré-diagnostics, 75 diagnostics à la suite et 50 investissements.

Action N°2

Programme d'accompagnement à la démarche Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et sur l'efficacité énergétique

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

De nombreux dispositifs et bonnes pratiques existent déjà et doivent être valorisés pour provoquer un effet d'entrainement de l'ensemble de la filière, dans une logique de progrès continu.
L'action proposée cible deux thématiques clés pour la filière : l'efficacité énergétique et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Des actions d'accompagnement et d'information/formation des entreprises sont proposées :

- **Efficacité énergétique :** Réaliser une campagne d'information sur l'utilisation des Certificats d'Economie d'Energies (CEE) auprès des entreprises du secteur, accompagner les entreprises dans la réalisation de diagnostics énergétiques et dans l'instrumentation pour le suivi des consommations, valoriser les programmes de formation existants (FACEEA notamment)
- **Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) :**

Au niveau national : Favoriser la mise en œuvre du « Guide d'utilisation de la norme ISO 26 000 : 2010 pour le secteur de l'agroalimentaire » en soutenant les différentes actions collectives d'accompagnement et poursuivre les travaux au travers de la définition d'indicateurs de progrès

Au niveau européen et international : promouvoir ce guide

PILOTE

ANIA, ACTIA, Coop de France, CGAD…

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : lancement

Action N°3

Espace web participatif

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

La filière convient qu'il est déterminant d'identifier sur l'ensemble du territoire les bonnes pratiques de prise en compte des enjeux environnementaux dans les activités de transformation alimentaire. Compte tenu de l'enjeu et de la diversité des situations des entreprises alimentaires, il s'agit d'abord de rassembler et expertiser les bonnes pratiques existantes, puis les structurer et les rendre accessibles pour les diffuser à l'ensemble de la filière alimentaire. Une solution dématérialisée permettra d'engager cette dynamique et ce partage de connaissances.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Un espace web participatif, qui sera le parallèle du site "Produisons autrement", sera créé pour rassembler les bonnes pratiques et identifier clairement les besoins exprimés par les entreprises alimentaires. Tous les acteurs et réseaux existants, dans leur diversité, seront invités à alimenter cette plateforme.

Les Référents régionaux agroalimentaires seront également mobilisés, au niveau des services de l'Etat et des conseils régionaux.

Un événement sera organisé pour son lancement (colloque).

PILOTE

GT Défi vert

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place de l'espace web participatif et organisation d'un événement associé à son lancement

Action N°4

DÉFI VERT

Pacte de lutte contre le gaspillage alimentaire

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Alors que la planète compte encore 870 millions de malnutris, la lutte contre le gaspillage alimentaire est plus que jamais un enjeu majeur de nos sociétés. Pourtant en France, chaque foyer jette l'équivalent de 20 kg de nourriture par an – 7 kilos encore parfaitement emballés – un gâchis qui représente une perte de 400 euros par an et par foyer. Face à ce constat, le gouvernement français a fixé un objectif ambitieux : la diminution par deux du gaspillage dans notre pays d'ici à 2025.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

L'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire a participé à la rédaction d'un Pacte national contre le gaspillage alimentaire. Ce pacte pose un certain nombre de mesures et d'engagements de la part de chacun (Etat, représentants des producteurs agricoles, des marchés de gros, des industries agroalimentaires, de la grande distribution, de la restauration collective et de la restauration commerciale, des collectivités territoriales), pour permettre un véritable progrès collectif.

PILOTE

Etat : Le Comité de pilotage antigaspillage alimentaire

Action nationale

CALENDRIER

14 juin 2013 : Signature du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire

Action N°5

DÉFI VERT

Simplification réglementaire

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Certains dispositifs et procédures pèsent lourdement sur la compétitivité des entreprises alimentaires et vont à l'encontre de la double performance économique et environnementale. Leur adaptation permettrait de faciliter la compréhension et l'application des textes par les administrés. En lien avec les Etats généraux de la modernisation du droit de l'environnement et la démarche de simplification engagée par le Conseil national de l'industrie en application du « Pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi », la filière souhaite proposer des pistes concrètes de simplification.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

L'action consiste à élaborer des propositions de simplification des dispositifs règlementaires environnementaux, en particulier en ce qui concerne les aspects suivants :

- **La stabilité et l'effectivité de la loi et de la réglementation** (règles en matière d'étiquetage, dispositif européen des quotas de CO_2, règlementation sur les fluides frigorigènes dans les installations de réfrigération, fiscalité écologique…),
- **La cohérence législative et administrative** pour éviter les contradictions entre les dispositifs existants (cohérence entre les différents zonages environnementaux existants par exemple),
- **La priorisation des objectifs et des actions au regard des enjeux,** pour que la politique réglementaire se focalise d'avantage sur les mesures clés, qui font sens écologiquement avec une analyse bénéfice/risque,
- **L'encouragement des approches volontaires** (auto-régulation ou co-régulation) : favoriser les engagements volontaires par le biais de chartes d'engagements ou par la normalisation pour éviter le poids de nouvelles réglementations,
- **La référence à une règlementation européenne de préférence à une règlementation nationale :**
  - privilégier la règlementation européenne pour éviter de multiplier les contraintes réglementaires au niveau national et donc les problèmes de distorsion de concurrence (seuils pour les installations classées, directive cadre sur l'eau…),…).
  - Valoriser ces normes auprès des instances internationales.
- **La réalisation systématique d'études d'impact associant les experts des entreprises des secteurs concernés ou la mise en place d'expérimentations «grandeur nature »** avant toute décision de généralisation d'un nouveau dispositif.

L'action consiste également à encourager la défense des positions françaises au sein des instances européennes, afin que l'ensemble des Etats membres puissent tendre vers le même objectif de production compétitive et durable.

PILOTE

Groupe de travail Défi Vert

Action nationale

CALENDRIER

Décembre 2013

EXPORT ET PROMOTION

Action N°1

Plateforme dématérialisée pour simplifier les démarches des exportateurs en matière d'agrément et de certification sanitaire (Exp@don 2)

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Nécessité de doter des exportateurs de produits agricoles et agroalimentaires français d'un outil performant pour la gestion des procédures sanitaires et phytosanitaires à l'exportation, à l'instar de ceux de nos concurrents (Pays-Bas, Nouvelle-Zélande) pour :

- faciliter les procédures d'exportation (en termes de coûts et de délais) et, ce faisant, renforcer la compétitivité de nos exportateurs ;
- répondre aux exigences des importateurs en matière de dématérialisation et, ainsi, réduire les risques de blocage des exportations voire de fermeture de marchés.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Elaboration d'une plateforme Internet « Exp@don 2 » fournissant aux exportateurs des services à la fois modernisés par rapport à l'actuel Exp@don (procédures entièrement dématérialisées, information règlementaire enrichie, convivialité d'usage accrue) et étendus à de nouvelles fonctionnalités (agrément des établissements, alertes) ainsi qu'à de nouveaux produits.

PILOTE

Etat : MAAF (DGAL) et FranceAgriMer

Action nationale

CALENDRIER

3ème trimestre 2013 : lancement de l'appel d'offres ;
1er trimestre 2015 : mise en service des premiers modules.

Action N°2

Accompagnement personnalisé des entreprises grâce à la mobilisation des référents régionaux agroalimentaires et des outils « bpifrance export »

EXPORT ET PROMOTION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Constat de la nécessité d'une meilleure cohérence de l'offre française à l'export entre les échelons régionaux et national, et de la nécessité d'avoir un référent unique pour les entreprises agroalimentaires et organisations professionnelles.
Les PME et ETI représentent globalement 57% des exportations françaises. Si chaque année, un grand nombre d'entreprises engagent une politique de développement à l'international, un nombre presque équivalent cesse rapidement.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

1)Accompagnement personnalisé des entreprises grâce à la mobilisation des référents régionaux agroalimentaires, dans le cadre des plateformes export pilotées par les Régions. Les référents régionaux agroalimentaires de l'Etat doivent notamment faciliter la coordination de l'action des différents services de l'Etat (DRAAF-DIRECCTE), en lien avec les Conseils régionaux et les chambres consulaires, au service des entreprises et des filières alimentaires. En tant que point focal régional, ils veilleront à l'accessibilité et à la simplicité des démarches des entreprises du secteur.

2) La banque publique d'investissement doit constituer un point d'entrée unique pour les entreprises de taille intermédiaire (ETI) et les PME de croissance, afin de faciliter la réalisation et le financement de leurs projets de développement à l'export, en lien étroit avec les régions. Deux actions sont prévues :

- améliorer la lisibilité de l'offre de services et adapter/améliorer les outils : simplification des procédures de demandes de soutien des entreprises, création d'un "prêt développement export" pour financer le besoin en fonds de roulement, amélioration des procédures de préfinancement, de caution et de change ;
- renforcer l'expertise dans les guichets régionaux de BPI France : 40 chargés d'affaires internationaux Ubifrance seront déployés au sein des directions régionales bpifrance. Une vingtaine de développeurs de Coface intégreront le réseau bpifrance, afin de distribuer les dispositifs des garanties publiques de Coface (Assurance prospection, Assurance-crédit et Assurance investissement).

3) Dans le cadre des plateformes régionales export et des actions de BPIFrance, export les référents régionaux participeront au suivi dans la durée (au moins 3 ans) et à l'élaboration des plans de développement à l'international de 250 PME et ETI alimentaires.

PILOTE

Etat : MAAF (DGPAAT) et MEF-MCE (DGT) et MRP (DGCIS) et les Régions
BPIFrance export en région
Action nationale et régionale

CALENDRIER

Continu pour la sous action 1.
Pour la sous-action 2, certaines évolutions sont en cours. Sept directions régionales disposent déjà de l'appui d'un chargé d'affaires international d'Ubifrance. L'intégration des conseillers d'Ubifrance au sein des Directions Régionales BPIFrance sera finalisée avant la fin de l'année 2013.

Action N°3

Formations aux exigences sanitaires et phytosanitaires (SPS) à l'export vers les pays tiers

EXPORT ET PROMOTION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

L'exportation de produits agricoles et alimentaires est conditionnée au respect de nombreuses exigences sanitaires ou phytosanitaires (agrément, contrôles officiels, autocontrôles, audit, certification officielle, etc). Ce niveau d'exigences, qui est souvent vécu comme une contrainte, devient un véritable atout quand il témoigne de la qualité des productions françaises sur les marchés extérieurs.
Il est important de développer sur cette thématique une culture commune entre les professionnels exportateurs et les services de l'Etat concernés aux niveaux central (DGAL) et déconcentré (DDPP, DDCSPP, DRAAF), grâce à la mise en place de formations conjointes privilégiant le dialogue et l'interaction entre les différentes parties prenantes.
Un focus sera fait sur les exportations vers les pays asiatiques, compte tenu de la priorité gouvernementale sur la zone, concrétisée avec l'installation du « comité Asie ».

DESCRIPTIF DE L'ACTION

La formation, qui se déroule sur une journée, comprend des présentations sur les enjeux des exportations alimentaires, les principaux marchés cibles, les différents acteurs de l'appui à l'exportation dans le domaine SPS, les enjeux des barrières SPS et les actions mises en place pour les réduire, la priorisation des négociations SPS. Plusieurs tables rondes sont consacrées aux expériences de "terrain" telles que l'obtention des agréments export, la délivrance des certificats, la préparation et le déroulement des missions d'audit des pays tiers, ainsi que l'accès à un marché qui vient de s'ouvrir.
Les intervenants font partie de la DGAL et des services déconcentrés, de FranceAgriMer, Ubifrance. Des professionnels sont également invités à participer activement à l'animation des tables rondes.

PILOTE

MAAF (DGAL), FranceAgriMer ENSV

Action nationale avec déclinaison régionale

CALENDRIER

4 sessions interrégionales en 2013 : à Lyon le 16 mai, Paris le 11 juin, Toulouse le 15 octobre et Rennes le 19 novembre.
Calendrier (et format) à définir pour 2014 et les années suivantes

Action N°4

Plan d'actions export du Comité Asie

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les exportations agroalimentaires françaises, à l'exception du secteur des vins & spiritueux ne sont pas à la hauteur du potentiel de marché que représente l'Asie du Nord et tout particulièrement la Chine.
Cette zone présente en effet un des plus forts potentiels de croissance dans le monde pour les produits agroalimentaires français. Une mobilisation collective des professionnels accompagnés d'un appui renforcé des pouvoirs publics doit permettre de renforcer significativement la présence française sur ce marché et de tirer profit de leur très bonne image sur cette zone.

La filière s'engage à augmenter ses exportations vers l'Asie du Nord (monde chinois, Japon, Corée du Sud, Singapour) de 2 Mrd € à horizon 2017, à contexte politique et commercial égal.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

1/ Création d'une Association Franco Chinoise pour l'Agroalimentaire
Mettre en place une structure associant l'ensemble des fédérations professionnelles intéressées en partenariat avec les pouvoirs publics français pour faire le lien entre les professionnels et les pouvoirs publics chinois. Cette structure pilotée par les professionnels doit jouer un rôle moteur tant en matière de support des négociations d'accès au marché que pour les opérations précommerciales d'approche des marchés.

Pilote
Comité Asie
Accompagnement par l'Etat : FranceAgriMer (Service d'Appui aux Exportateurs) et Ministère de l'Agriculture (DGPAAT)

Action nationale

Calendrier
2nd semestre 2013 : création et lancement de l'Association Franco Chinoise pour l'agroalimentaire avant la fin 2013

2/ **Création d'un portail dédié pour accompagner les entreprises exportatrices sur cette zone**
Créer un portail dédié à destination des entreprises françaises regroupant l'ensemble des informations utiles aux exportateurs sur les pays du Comité Asie. Ce site sera rattaché à la nouvelle Association Franco Chinoise pour l'agroalimentaire et bénéficiera d'une communication dédiée de la part des pouvoirs publics comme des associations professionnelles impliquées.

Pilote
Comité Asie

Accompagnement par l'Etat : FranceAgriMer (Service d'Appui aux Exportateurs) et Ministère de l'Agriculture (DGPAAT)

Action nationale

Calendrier
1er semestre 2014 : création du portail dédié aux exportateurs de produits agroalimentaires sur la Chine

3/Renforcer la présence des produits français dans les magasins Carrefour et Auchan en Chine
Création d'une task force pour travailler avec la grande distribution française implantée en Chine (Carrefour et Auchan) afin de répondre à la demande identifiée par ces groupes pour certains produits français.

Pilote
Comité Asie
Carrefour, Auchan
Accompagnement par l'Etat : FranceAgriMer (Service d'Appui aux Exportateurs) et Ministère de l'Agriculture (DGPAAT)

Action internationale

Calendrier
1er semestre 2014 : mise en place d'opérations pilotes de grande envergure pour la mise en avant des produits français dans les chaînes Carrefour et Auchan (à Pékin ou Shanghai) à l'occasion du 50ème anniversaire de l'établissement des relations franco chinoises.

Action N°5

Mobilisation des Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCEF) des entreprises alimentaires

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

La France bénéficie en matière d'appui à l'international d'un réseau original, celui des CCEF qui compte des représentants dans de nombreux pays du monde mais également dans toutes les régions françaises à proximité des entreprises.
En effet, par delà des actions de veille et d'expertise sur les sujets relatifs au commerce extérieur, les CCEF ont un rôle de parrainage des entreprises et notamment des PME qu'ils accompagnent bénévolement dans leur développement à l'international. Souvent nommés CCEF lorsqu'ils étaient en poste à l'étrange, ils apportent leurs connaissances de terrain pour appréhender l'ensemble des aspects d'une stratégie export et mobiliser les relais nécessaires pour les entreprises qu'ils parrainent.
Ce réseau est sous exploité dans la filière alimentaire et il convient de promouvoir et renforcer son utilisation dans ce secteur.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Mise en place dans chacun des comités régionaux CCEF et dans chaque pays d'un correspondant agroalimentaire en charge de relayer les actions du ministère de l'agroalimentaire, de la BPI France Export et de tous les partenaires de l'export au niveau régional.
A l'occasion des séminaires annuels en France des conseillers agricoles en poste à l'étranger, intervention des CCEF France et Etranger pour présenter leurs actions et dynamiser les relations.

PILOTE

Un haut représentant des CCEF en partenariat avec le Directeur Agrotech d'Ubifrance

Action nationale avec déclinaison régionale

CALENDRIER

2nd semestre 2013

Action N°1

Charte antifraudes

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

L'envergure européenne de la fraude sur la viande de cheval et sa durée (plusieurs mois) ont montré que les contrôles existants, qu'ils soient ceux des entreprises (autocontrôles) ou ceux des services officiels, doivent être complétés par des mesures prises par les entreprises pour parvenir à détecter une fraude relative à l'espèce pour les produits carnés.
Afin d'accompagner les entreprises pour faire face à cette fraude, l'ANIA et ses fédérations membres ont élaboré des recommandations pour l'amélioration des systèmes de contrôle de la nature des ingrédients carnés dans les entreprises alimentaires.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les recommandations pour l'amélioration des systèmes de contrôle de la nature des ingrédients carnés dans les entreprises alimentaires élaborées par l'ANIA et ses fédérations membres constituent un outil à disposition des entreprises alimentaires qui détaille les éléments suivants :

- Rappel des règles applicables aux intervenants de la chaîne pour s'assurer que tous sont parfaitement informés des éléments que doivent leur transmettre leurs fournisseurs;
- Liste des paramètres à prendre en considération afin de réaliser une analyse du risque de fraude et mettre en place un contrôle renforcé. Ces paramètres concernent le type de marchandise, le circuit d'approvisionnement, les caractéristiques du marché ;
- Des mesures de renforcement des procédures de contrôle de la marchandise. Ces mesures portent sur un renforcement du contrôle documentaire à réception, du contrôle visuel de la marchandise et du contrôle organoleptique. En fonction de l'analyse du risque de fraude réalisée par l'entreprise, ces mesures pourront également être complétées par la réalisation d'analyses par sondage ou la mise en place d'un audit procédé et traçabilité chez le fournisseur.

Il s'agit par cette action :

- de diffuser et promouvoir la charte antifraudes auprès de tous les industriels concernés, afin qu'ils se l'approprient et mettent en œuvre les éléments y figurant dans leur système de management de la qualité ;
- et d'assurer le suivi de son taux d'utilisation.

PILOTE

ANIA et fédérations membres

Action nationale

CALENDRIER

Lancement le 21 mai 2013 – Finalisation automne 2013 – Suivi trimestriel du taux d'utilisation de la charte

Action N°2

Pacte « qualité ingrédients »

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Fort du constat du manque d'incitativité des outils existants, dans un contexte de perte de confiance du consommateur envers les produits alimentaires, il est nécessaire de redéfinir les outils d'engagements contractuels pour améliorer la qualité des produits alimentaires et valoriser les efforts entrepris.
Une réponse ambitieuse des professionnels est attendue, en 2013, sur l'amélioration de la qualité de l'offre alimentaire (notamment nutritionnelle, mais pas uniquement), sur la base d'engagements volontaires et contractuels afin de démontrer la pertinence et l'efficacité des démarches volontaires.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les chartes du Programme National Nutrition Santé (PNNS) existantes seraient utilisées, dans chacun des secteurs concernés, comme "moteurs" afin d'entraîner derrière elles les autres entreprises dans le cadre d'accords collectifs.
Dès lors, il s'agirait de permettre, sur le volet nutritionnel des accords collectifs PNA le maintien (et non pas de nouvelles reformulations) du niveau des engagements des chartes PNNS pour la durée de validité de l'accord collectif une fois signé et en même temps, d'admettre un assouplissement du référentiel des accords collectifs du PNA, reconnu par le PNNS, notamment sur les seuils d'entrée dans le dispositif pour les autres entreprises. Une dynamique collective entrainant largement les secteurs doit ainsi s'engager.

PILOTE

Etat : MAAF (DGAL) et MASS (DGS)

Action nationale

CALENDRIER

17 décembre 2012 : lancement de la démarche
25 juin 2013 : point d'étape
2nd semestre 2013 : rénovation des outils et signature d'engagements en décembre 2013 après soumission des dossiers aux comités ad-hoc.

Action N°3

Réseau d'observatoires européens sur la qualité nutritionnelle des aliments

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

De nombreuses entreprises alimentaires et secteurs de la filière ont participé à l'élaboration, par la section nutritionnelle de l'observatoire de l'alimentation (OQALI), d'une base de données fiable comportant notamment, référence par référence, la composition nutritionnelle des aliments mis sur le marché.
Ces données permettent d'appréhender, ingrédient par ingrédient, la diversité de la composition de références produits appartenant à une même famille et ainsi d'objectiver les marges de manœuvre pour une amélioration nutritionnelle.

Dans un contexte de perte de confiance du consommateur envers les produits alimentaires, les données de l'OQALI permettent de cibler les secteurs où une marge de progression existe et ainsi d'apporter une réponse adaptée à la réalité des entreprises. Porter cette démarche au niveau européen serait particulièrement utile, d'une part pour démultiplier l'outil unique qu'est l'OQALI et ainsi donner des repères nutritionnels sur l'offre alimentaire européenne, mais également pour établir un point à date sur les différents secteurs et identifier les marges de progression de la filière alimentaire au niveau européen.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Constitution d'un réseau d'observatoires européens sur la qualité nutritionnelle des aliments, en s'appuyant sur le modèle de l'OQALI, dont les financements seront pérennisés pour les 3 prochaines années. Ce réseau d'observatoires, dont la constitution serait laissée à l'initiative de chaque Etat-Membre dans le cadre d'une action conjointe ancré dans le programme de santé publique 2014-2020, aurait pour vocation à partager les données nutritionnelles et ainsi offrir aux pouvoirs publics un précieux outil d'aide à la décision, tout en offrant à la filière la possibilité de se positionner au niveau européen et d'objectiver ses marges de progression sur les aspects nutritionnels.

PILOTE

Etat : MASS (DGS) et MAAF (DGAL) pour l'action au niveau national, et MASS (DGS) pour l'action européenne

Action européenne et nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : porter cette réflexion au groupe de haut niveau de la Commission européenne (groupe de haut niveau sur la nutrition de la DG Sanco)

Action N°1

Réseau des Cités de la gastronomie

EXPORT ET PROMOTION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

L'inscription par l'Unesco du « repas gastronomique des Français » au patrimoine de l'humanité (novembre 2010), et plus largement l'attachement de la France à la promotion de son patrimoine alimentaire, ont fait apparaitre le besoin d'identifier des nouveaux lieux entièrement dédiés à cette dimension essentielle de la culture alimentaire française. La diversité des agricultures, des entreprises alimentaires, le foisonnement des cultures culinaires et la vitalité des patrimoines gastronomiques font que la France devra se doter de plusieurs équipements.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Quatre villes, Tours, Paris-Rungis, Dijon et Lyon vont unir leurs compétences et mettre en commun leurs énergies pour constituer un réseau d'équipements culturels et ainsi inventer un outil original et performant de transmission et de mise en valeur du patrimoine alimentaire français. La force du réseau réside dans sa capacité à initier des projets communs et développer la complémentarité entre les Cités de la gastronomie. D'autres Cités de la gastronomie pourront par la suite rejoindre le réseau qui commence à se constituer.

Le Réseau des Cités de la Gastronomie permettra de célébrer les dimensions sociales et culturelles de la gastronomie au sens large, de créer un outil au service de secteurs-clés de notre économie, d'offrir une vitrine aux métiers et aux savoir-faire en matière alimentaire, de renforcer l'attractivité des territoires, de développer l'offre touristique et de contribuer, dans un contexte de standardisation des modes de vie, à affirmer une certaine exception culturelle française.

PILOTE

Les villes lauréates : Tours, Paris-Rungis, Dijon et Lyon.

Soutien au réseau de villes apporté par la Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires (MFPCA).

Action régionale

CALENDRIER

19 juin 2013 : annonce du réseau des premières Cités de la gastronomie : Tours, Paris-Rungis, Dijon et Lyon.
1er janvier 2014 : création d'une structure souple de coordination opérationnelle au réseau.
2014 : premières actions du réseau des Cités de la gastronomie et lancement des études et procédures pour la construction des nouveaux équipements.

Action N°2

Pavillon France à l'exposition universelle de Milan (2015)

EXPORT ET PROMOTION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

L'exposition universelle Milan 2015 sur la thématique « Nourrir le Monde » aura lieu du 1er mai au 30 octobre 2015. Cette exposition représente un enjeu majeur pour la filière et constitue une vitrine de premier plan à l'international, pour la mise en avant de l'excellence des produits et des savoir-faire des entreprises alimentaires françaises.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Elaboration du Pavillon France avec mise en avant de thématiques relatives à l'apport de la France au défi alimentaire mondial du XXIème siècle.

Le gouvernement a assuré la présence de la France à l'exposition universelle de Milan 2015 en mobilisant un budget de 20M€ pour constituer son pavillon.

Une contribution des collectivités territoriales, des filières et des entreprises sera recherchée en complément.

PILOTE

Commissariat général de la section française à l'Exposition universelle de Milan (Italie) en 2015

Action nationale en lien avec les régions

CALENDRIER

Avril 2013 : nomination d'un commissaire général de la section française de l'Exposition universelle de Milan (Italie) en 2015
Juin 2013 : lancement des procédures
1er mai 2015 : ouverture de l'exposition universelle

Action N°3

Entreprises du patrimoine vivant de la filière alimentaire

EXPORT ET PROMOTION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Le label « entreprises du patrimoine vivant », attribué pour une période de 5 ans, permet de valoriser les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence. Depuis sa création en 2005, le label a été attribué à 1130 entreprises. Les entreprises labellisées totalisent 53 000 emplois et plus de 11,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel cumulé. Ce label prestigieux est encore insuffisamment connu des entreprises de la filière alimentaire.
L'objectif est de faire connaître ce dispositif, tant aux entreprises qu'au public, afin d'augmenter le nombre d'entreprises alimentaires lauréates ainsi que leur visibilité nationale et internationale.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

L'Association Nationale des Entreprises du Patrimoine Vivant a été créée en 2008 pour représenter les entreprises ayant reçu ce label d'Etat consacrant leur savoir-faire rare, leur patrimoine économique et leur notoriété. Son objectif est de promouvoir le label et, elle apporte notamment sa contribution à la réalisation de la fête de la gastronomie.
Les entreprises alimentaires lauréates peuvent adhérer à cette association et apporter leur contribution aux actions menées.
Il s'agirait ainsi d'encourager les entreprises alimentaires à se faire labelliser et rejoindre cette association, voire de créer un club des entreprises alimentaires labellisées.

PILOTE

Groupe de travail export et promotion

Action nationale et régionale

CALENDRIER

Automne 2013 : réunions d'information en région présentant notamment ce label
2nd semestre 2013 : constitution éventuelle d'un club des Entreprises du Patrimoine Vivant alimentaires.

Action N°4

Stratégie de promotion du modèle alimentaire français

EXPORT ET PROMOTION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans un contexte où de nombreuses initiatives individuelles et collectives sont prises en matière de promotion/valorisation, sans cohérence ni vision stratégique partagée, il est indispensable que les acteurs de la filière adoptent ensemble une approche stratégique pour promouvoir auprès des consommateurs et citoyens français les produits alimentaires mais aussi les acteurs de la filière et les savoir faire.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Définition, par la filière et les pouvoirs publics, d'une approche stratégique et d'une définition partagée du modèle alimentaire français résultant notamment du lien fort existant entre la production agricole et la transformation des produits, autour de :

- valeurs : sincérité, proximité, valorisation de l'humain et cohérence des messages,
- deux grands axes :
    - o les produits alimentaires, avec la valorisation des produits, notamment sous signe de qualité, des savoir-faire et des recettes en mettant l'accent sur la qualité, la sécurité, la réglementation et la gestion des ressources et de l'environnement,
    - o la filière alimentaire, avec la valorisation des entreprises, des savoir faire et des métiers, sous l'angle à la fois économique, culturel, touristique et de l'emploi.

PILOTE

Groupe de travail export et promotion

CALENDRIER

2nd semestre 2013

Action N°1

Modification de la LME

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les relations commerciales, notamment dans le secteur des produits alimentaires, sont caractérisés par des tensions récurrentes entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, rendues plus aiguës par la volatilité des cours des matières premières agricoles.

La LME a établi un cadre juridique dont l'objectif est le maintien des équilibres au sein des filières économiques et la garantie de relations commerciales transparentes. La persistance de certaines pratiques montre toutefois que les dispositions législatives du code de commerce ne sont pas toujours pleinement respectées.

Compte tenu de l'atomisation des fournisseurs et de la concentration des distributeurs, le rapport de force est parfois déséquilibré entre partenaires commerciaux.
Les objectifs visés sont de trois ordres :

- le renforcement de la transparence des relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs,
- la préservation de l'équilibre de la relation commerciale, notamment face à la volatilité des cours des matières premières agricoles et alimentaires,
- la meilleure application des sanctions.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

La LME a établi un cadre juridique dont l'objectif est le maintien des équilibres au sein des filières économiques et la garantie de relations commerciales transparentes.

Or, les enquêtes de la DGCCRF ont mis en évidence des tentatives de contournement (date d'entrée en application de la convention unique, formalisme non respecté, engagements non mentionnés, refus en bloc des CGV …). Par ailleurs, la question de la répercussion en cours d'année des hausses des cours des matières premières est l'un des principaux sujets de tension dans les relations entre fournisseurs et distributeurs.

Le projet de loi sur la consommation s'inscrit dans la poursuite du mouvement d'encadrement des relations contractuelles dans un objectif de transparence et de respect entre les parties.

PILOTE

Etat (DGCCRF) – Parlement

CALENDRIER

2 mai 2013 : présentation du projet de loi sur la consommation en Conseil des Ministres
Examen à l'Assemblée Nationale en juin 2013 puis au Sénat à l'automne 2013

Action N°2

Cotations et indices permettant d'objectiver les variations des prix des matières premières

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans un souci de fluidification et de transparence des relations commerciales entre tous les maillons de la filière, il apparait important de disposer de davantage d'indices ou de cotations pour suivre l'évolution des prix de certains produits agroalimentaires utilisés comme matière première à des stades ultérieurs de la filière. Ainsi, il parait utile de définir les produits pour lesquels il n'y a pas d'information sur les prix utilisables, et d'étudier dans quelle mesure des données, indices ou cotations supplémentaires peuvent être établies pour pallier ces lacunes. La finalité de l'action est que tous les acteurs de la filière puissent se référer librement à des données qui ne souffrent d'aucune contestation, ce qui participerait à une amélioration marquée des relations au sein de la filière.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il sera mis en place dans les plus brefs délais au second semestre 2013 un groupe de travail regroupant tous les maillons de la filière, incluant les interprofessions et associant les producteurs actuels d'information, de cotations et d'indices de prix dans l'agroalimentaire *(INSEE, FranceAgriMer, SSP)*, afin d'identifier les produits alimentaires pour lesquels la couverture statistique est jugée non satisfaisante.

Un comité de pilotage technique sera désigné pour suivre l'adaptation de ces données, indices ou cotations à leur objet. L'objectif est de mettre à disposition des données opérationnelles dans des délais compatibles avec leur utilisation par les opérateurs, notamment lors des (re)négociations commerciales, si possible avec un historique suffisamment long et robuste, éventuellement retraitées (désaisonnalisées, par exemple), afin de permettre un calcul pertinent d'évolution des prix.

PILOTE

Etat : FranceAgriMer, INSEE, MAAF SSP (Services de la Statistique et de la Prospective) ;
Professionnels (FNSEA, Coop de France, ANIA, CGAD, CGI, FCD…), Interprofessions

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place d'un premier groupe de travail
2014 : premier rendu.

Action N°3

Charte de bonnes pratiques sur les relations clients-fournisseurs dans la filière

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans le but d'améliorer durablement les relations entre tous les maillons de la filière alimentaire, en particulier vis-à-vis de l'aval, il sera élaboré une charte volontaire de bonnes pratiques, qui devra être signée individuellement par le plus grand nombre d'entreprises possibles. Les fédérations professionnelles feront la promotion de cette charte.

Cette action vise à établir des "meilleures pratiques" qui pourraient être mises en place, afin de favoriser la création de valeur ajoutée tout au long de la filière. Elle aurait également comme vocation de parvenir à un meilleur respect de la protection des savoir-faire et de la propriété intellectuelle, en particulier pour les entreprises fabriquant des produits sous Marque de Distributeur.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il sera rapidement mis en place un groupe de travail, réuni sous l'égide de la Médiation Inter Entreprises, qui regroupera tous les maillons de la filière pour établir les points qui, de l'avis général, nécessitent une amélioration ou un éclaircissement des pratiques. Il pourra être demandé de se référer à un contrat type de fabrication de MDD qui comporterait une clause obligatoire de confidentialité, de réservation voire d'indemnisation spécifique de savoir faire. Il s'agira en particulier de partir des acquis de la CEPC concernant les informations communiquées entre les parties au moment de l'établissement du cahier des charges et ce afin de veiller à ce que la propriété intellectuelle des entreprises, et notamment des plus petites soit parfaitement respectée. Cette charte portera par ailleurs sur les délais de préavis ou de prévenance et comportera également une recommandation de porter les litiges en priorité devant le Médiateur Inter Entreprises afin de favoriser une résolution amiable des conflits. La charte devra être approuvée par l'ensemble des représentants des maillons de la filière dans un esprit de co-construction et de création de valeur partagée.

PILOTE

Etat : Médiation Inter Entreprises ; Professionnels (ANIA, Coop de France, FCD, FCA…)

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail et finalisation de la charte
Début 2014 : signature de la charte

RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE

Action N°4

Label « Relations fournisseur responsables »

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Afin d'encourager tous les acteurs de la filière à participer à une amélioration durable des relations commerciales les unissant, il est important de distinguer celles faisant « preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs ». Une telle reconnaissance existe sous la forme du « label relations fournisseur responsables », label d'Etat attribué par un Comité d'attribution paritaire.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il est prévu de constituer un groupe de travail ad hoc dès le mois de juillet 2013 co-piloté par la Médiation Inter Entreprises et l'ANIA (et/ou toute partie prenante souhaitant assurer la coordination du projet) afin d'adapter le label aux spécificités des entreprises de filière alimentaire. Ce travail de déclinaison passe dans un premier temps par la revue des éléments actuels constitutifs du label pour apprécier les éventuelles adaptations nécessaires. Ensuite sera revue de manière détaillée la méthodologie d'évaluation, le questionnaire et le calibrage des exigences du labellisateur. Ce travail sur la méthodologie permettra d'affiner le coût de l'évaluation, notamment pour la phase initiale, l'objectif étant de rendre la démarche de labellisation la plus accessible possible à tous les acteurs de la filière. Il s'agira également de réfléchir à la stratégie de promotion de ce label, aussi bien pour les entreprises (de l'amont jusqu'à la distribution en aval), qu'auprès du grand public et des consommateurs. Le label doit de fait constituer également un avantage compétitif pour les entreprises concernées.

PILOTE

Etat : Médiation Inter Entreprises ; Professionnels (ANIA, Coop de France, FCD, FCA)

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail
Fin 2013 : finalisation du label décliné
2014 : Promotion du label et recueil des candidatures

Action N°5

Médiation de filière

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Depuis plusieurs années, les représentants des principaux distributeurs, de fédérations de distributeurs et des organisations représentatives des industriels, producteurs et transformateurs, ont travaillé dans le cadre d'un groupe de travail de filière, sur le sujet de l'amélioration des relations au sein de la filière.
Un constat a été partagé sur le besoin d'instaurer une « Instance de Médiation de Filière » co-construite entre la Médiation Inter-Entreprises et la filière, instance habilitée à recevoir en toute confidentialité les entreprises rencontrant des manquements à la charte ou tout autre conflit potentiel ou avéré dans la filière.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Trois actions majeures vont être mises en œuvre :

- Création d'une instance de médiation de filière agroalimentaire, co-construite entre la médiation Inter-Entreprises et la filière. Concrètement, la Médiation Inter-entreprises spécialise l'un de ses Médiateurs nationaux délégués sur la filière et la filière nomme une Personnalité Qualifiée pour promouvoir et assurer la mise en œuvre de la Médiation dans la filière.
- La filière s'engage à faire signer la Charte des Relations Inter-entreprises ou la charte de bonnes pratiques à l'ensemble de ses membres (cf fiches action n°3).
- La filière fera aussi la promotion du Label pour des Relations Fournisseur Responsables, qui vient attester que l'entreprise signataire de la Charte met effectivement en pratique les principes auxquels elle a adhéré (cf fiche action n°4).

PILOTE

Etat : Médiation Inter Entreprises ; Professionnels (ANIA, Coop de France, FCD, FCA…)

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place de la Médiation de filière
Début 2014 : signature de la Charte des Relations inter-entreprises - lancement de l'expérimentation du Label décliné pour la filière

RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE

Action N°6

Etude prospective sur les consommateurs de demain

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Permettre la mise à disposition pour tous les acteurs de la filière d'une étude prospective et suivie dans le temps sur le thème de la modification structurelle du comportement des consommateurs français à l'horizon 2020. Cette étude profitera à l'amont jusqu'à l'aval en permettant d'anticiper les mutations de la consommation et d'adapter la structure de production ou de consommation en conséquence. Elle favorisera également l'émergence de stratégies commerciales en donnant à tous les acteurs un même niveau de visibilité et en encourageant les actes collaboratifs pour répondre à ces nouveaux défis. Elle aura vocation à être reconduite.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Dans le cadre du groupe de travail Relations au sein de la Filière, il sera désigné un comité de pilotage en vue de la réalisation d'une étude prospective sur le consommateur alimentaire français à l'horizon 2020. Ce groupe de travail devra définir les contours souhaités, recenser les études déjà existantes couvrant tout ou partie des besoins identifiés, rédiger le cahier des charges de l'étude et en préparer l'appel d'offres. L'étude devra être un outil stimulant, utile pour tous les maillons de la filière, faisant appel à des prévisions économiques étayées, ainsi qu'à des études sociologiques et comportementales des consommateurs. Ce document devra permettre aux entreprises d'adapter leur vision stratégique pour tenir compte des évolutions prévisionnelles de la demande par secteur. Il ne pourra pas toutefois répondre aux besoins individuels et spécifiques de chaque entreprise. L'étude pourra bénéficier d'un financement conjoint entre les pouvoirs publics et les acteurs de la filière.

PILOTE

Groupe de travail Relations au sein de la filière

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail
Fin 2013 : finalisation du cahier des charges
Fin 2014 : diffusion de l'étude

Rendez vous sur le site internet
www.agroalimentaire.gouv.fr