Association Nationale des Industries Alimentaires

/
SEPTEMBRE 2015

Charte de mobilisation des entreprises agroalimentaires à l'international

ENSEMBLE A L'INTERNATIONAL

Les industries agroalimentaires exportent 43,4 Milliards d'euros soit 27% du chiffre d'affaires total du secteur.

Au sein des exportations agroalimentaires, les boissons et les produits laitiers représentent 48% des valeurs exportées. Sans ces deux principaux postes, le solde commercial agroalimentaire devient largement déficitaire (-6,1 Milliards d'euros).

68,2% de ces exportations sont à destination de l'Europe.

Le potentiel des produits agroalimentaires transformés se trouvent notamment au grand export (en Chine ainsi que dans la zone ASEAN, aux Etats-Unis ou en Arabie Saoudite)

98% des entreprises agroalimentaires sont des PME (entreprises de moins de 250 salariés) parmi lesquelles 75% des entreprises ont moins de 10 salariés.

Parmi les principaux freins cités par les entreprises pour exporter, la difficulté de mise en œuvre des investissements nécessaires ainsi que la difficulté d'accès à la réglementation produits/pays reviennent fréquemment.

Face à cette situation, la mise en relation entre les PME et les grands leaders agroalimentaires français implantés dans le monde peut être un catalyseur du développement des exportations de certaines PME.

ENGAGEMENTS POUR UN ACCOMPAGNEMENT DES PME A L'INTERNATIONAL

Intégrer les PME françaises dans les stratégies de développement des grands groupes à l'international.

Les grandes entreprises volontaires incluront le portage des PME/ETI françaises, notamment de leurs fournisseurs, dans leur stratégie de développement à l'international en les informant de leurs besoins à l'export et des opportunités de marché pouvant les intéresser. A cet effet, au sein d'une grande entreprise, des relations seront établies, si nécessaire, entre les directions internationales, responsables des filiales, et celles des achats, en contact avec les fournisseurs.

Encourager les managers de filiales à l'international à s'investir dans le portage des PME

Ils seront ainsi conduits à identifier au sein de l'entreprise un référent « portage » qui sera le point de contact pour les PME/ETI qui souhaitent se développer sur un marché à l'international. Ce référent pourra leur apporter un soutien commercial ou en ressources humaines notamment. Ces contacts seront recensés au sein d'un annuaire mis à jour par l'ANIA.

Soutenir l'installation dans le pays d'un représentant commercial d'une PME ou ETI (VIE ou autre)

Les grandes entreprises pourront mettre à disposition ou louer des bureaux à prix préférentiels.

Localement, les grandes entreprises, en coordination avec les Conseillers du Commerce Extérieur de la France, initieront une procédure de « coaching », pendant une période définie et via des contacts réguliers, correspondant à la première phase de développement commercial. Cet accompagnement pourra notamment permettre à une nouvelle entreprise de nouer des contacts avec des relations d'affaires potentielles, de découvrir un nouveau marché grâce à l'expertise des départements ressources humaines, marketing ou autre d'un grand groupe déjà implanté.

Les engagements listés ci-dessus feront l'objet d'un suivi par l'ANIA et d'un bilan au bout d'un an.

QUELS AVANTAGES POUR LES GRANDES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES VOLONTAIRES ?

Les grandes entreprises adhérentes de l'ANIA sont conscientes que les PME et ETI agroalimentaires françaises tournées vers l'international peuvent leur permettre de :

- Mettre en place avec les PME/ETI une stratégie gagnant-gagnant pour pérenniser le développement des filières en assurant la croissance de l'ensemble des acteurs

- Développer des bassins d'emplois et promouvoir des réseaux de compétitivité pérennes, reconnaissant ainsi le rôle majeur et moteur de grands groupes en termes de responsabilité sociale et de développement économique d'un territoire

Sur l'ensemble des principes évoqués ci-dessus, les entreprises membres du conseil d'administration de l'ANIA *(voir annexe)* et l'ANIA s'engagent dès l'année 2015 :

- A identifier les bureaux à l'international des entreprises afin de disposer d'une cartographie des contacts possibles sur les différents marchés où elles sont présentes

- A les valoriser auprès du réseau de l'ANIA, des différentes instances et des organisations qui accompagnent les entreprises agroalimentaires à l'export

L'ANIA centralisera les demandes de mise en relation et veillera à leur suivi.

Jean-Philippe GIRARD
Président de l'ANIA

Mathias FEKL
Secretaire d'Etat chargé du

LISTE DES PREMIERES ENTREPRISES SIGNATAIRES

AVRIL

BONDUELLE

DANONE PRODUITS FRAIS FRANCE

DISTRIBORG

EUROGERM

HEINEKEN

LACTALIS

LESAFFRE

Pour aller plus loin

Site ANIA Export: *http://www.ania.net/espace-pro/export*

Site du Ministère du commerce extérieur*: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/*

Contact ANIA

Pour en savoir plus et signer la charte, merci de contacter:

Françoise GORGA - Directrice Recherche & Innovation de l'ANIA

fgorga@ania.net - 01 53 83 86 00

L'ANIA
EN QUELQUES MOTS

L'ANIA, Association Nationale des Industries Alimentaires, **présidée par Jean-Philippe Girard**, rassemble 18 fédérations nationales sectorielles et 23 associations régionales. Interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des institutions et des médias sur les dossiers agroalimentaires, l'ANIA agit en cohérence et en synergie avec ses membres afin de **promouvoir le secteur dont elle est le porte parole.**

— Association Nationale des Industries Alimentaires
+33 (0)1 53 83 86 00

— 9 boulevard Malesherbes, 75008 Paris

— Portail de l'agroalimentaire : www.ania.net | Twitter | LinkedIn