

L'ANIA SE MOBILISE POUR L'EXPORT DES PRODUITS ALIMENTAIRES FRANÇAIS

Paris, le
20/04/2017

A l'heure où la France perd des parts de marché à l'export, l'ANIA réaffirme sa volonté de soutenir le développement des entreprises agroalimentaires à l'international et lance une série d'actions visant à faire rayonner l'excellence des produits et des savoir-faire français dans le monde.

En février 2017, l'excédent des échanges agroalimentaires français est tombé à son plus bas niveau depuis 1994 (+321 millions d'euros), soit un recul de moitié par rapport à février 2016, selon le service statistique du ministère de l'Agriculture Agreste (dépêche AFP du 18 avril 2017).

Pourtant, des signes positifs sont également à noter pour l'export de produits agroalimentaires français :

- Sur les 2 premiers mois de l'année 2017 par rapport à la période équivalente de 2016, les exportations de produits agroalimentaires ont progressé de 5%. Les contributions les plus significatives concernent notamment les boissons, le café, le thé, les biscuits mais aussi les jus de fruits.
- La France reste le 4ème exportateur de biens alimentaires transformés (derrière les Etats-Unis, l'Allemagne et les Pays-Bas) et ses produits sont largement appréciés et reconnus pour leur excellence par les consommateurs étrangers.

« Les perspectives de croissance à l'export sont nombreuses pour nos entreprises, nous souhaitons inspirer l'ensemble de notre secteur à oser l'aventure internationale » s'enthousiasme Michel Nalet, vice-président Europe et International de l'ANIA.

Face à ce constat, l'ANIA lance deux nouveaux projets de grande envergure pour faire gagner la France agroalimentaire à l'international : un programme inédit d'accompagnement des industries alimentaires en Chine et la mise en place d'un Club export agroalimentaire avec Business France.

Nouvelles opportunités pour les entreprises agroalimentaires sur la Chine

Les exportations agroalimentaires de la France vers la Chine ont progressé de 15% en 2016 par rapport à 2015 pour atteindre 1,86 milliards d'euros. La Chine représente 4,2% des exportations agroalimentaires françaises, ce qui correspond environ à un tiers des exportations vers l'Asie. Les produits que la France y exporte le plus sont les vins et spiritueux, puis les produits laitiers et les viandes de boucherie. Les taux de croissance y sont importants pour de nombreux produits notamment les biscuits (+44,8% entre 2015 et 2016) ou les condiments et assaisonnements (+30,7% entre 2015 et 2016). C'est d'ailleurs un marché sur lequel la France est présente chaque année depuis 18 ans notamment via un pavillon France sur le SIAL Shanghai. Pour l'édition 2017 qui se tiendra du 17 au 19 mai, ce seront 374m² dédiés à la France où 44 entreprises françaises de secteurs variés (viandes, huîtres, beurre, biscuiterie, confiseries, plats préparés, cidre, épicerie salée, chocolat) exposeront.

Fierté, Responsabilité, Ambition

Communiqué de presse

« La Chine représente un vrai potentiel pour les industries alimentaires françaises, les opportunités à l'export pour nos produits sont réelles sur ce marché, et nous incitons nos entreprises à s'engager dans cette voie » encourage Michel Nalet.

Avec le soutien de l'Union européenne, l'ANIA lance un programme inédit d'actions sur deux ans pour renforcer la présence des entreprises agroalimentaires en Chine. Ce projet répond à deux ambitions principales : augmenter la part de marché des produits agroalimentaires européens et français en Chine et renforcer la notoriété de cette offre auprès des acheteurs et des consommateurs.

Les actions portées par ce programme sont exclusivement orientées business et se décomposent en quatre volets par an :

- une participation à des salons – complémentaires au programme France -,
- une mission Food service,
- une venue d'acheteurs chinois en France
- des actions promotionnelles en magasins.
- Piloté par le service export de l'ANIA, ce programme ambitieux s'appuie sur les compétences de Sopexa et est évalué par le cabinet Occurrence.

Référent ANIA programme Chine : Laura Marley (Responsable des affaires publiques européennes)

Lancement du Club export agroalimentaire

Alors que la croissance des entreprises passe fortement aujourd'hui par l'international, de nombreuses entreprises ne savent pas à qui s'adresser pour surmonter les problématiques de l'export. C'est pourquoi l'ANIA, en partenariat avec Business France, lance un Club export agroalimentaire, destiné à mutualiser les informations, prospecter, et défricher de nouveaux marchés. Alternant réunions physiques et échanges online via une plateforme d'échanges, ce club, présidé par Catherine Chavier (Directrice international d'Eclor), mise sur la force du réseau pour réussir ensemble à l'international, et vient en complément de la charte ANIA signée en septembre 2015.

« Il est impératif que la France regagne des parts de marché à l'international et améliore sa balance commerciale. Nous devons augmenter le nombre d'industries alimentaires positionnées à l'export, favoriser leur investissement sur les marchés étrangers et accompagner nos entreprises dans leurs démarches » conclut Jean-Philippe Girard, président de l'ANIA.

Référent ANIA Club export agroalimentaire : Vanessa Quéré (Directeur export)

L'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) rassemble 19 fédérations nationales sectorielles et 20 associations régionales, représentatives des 17 647 entreprises alimentaires de France. L'agroalimentaire est le premier secteur économique français avec un chiffre d'affaires de 172 milliards d'euros et le premier employeur industriel avec 427 213 salariés. L'ANIA est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des administrations et des médias sur les sujets liés à l'alimentation. www.ania.net

Fierté, Responsabilité, Ambition