



Association Nationale des
Industries Alimentaires

PACTE 2025 PRODUCTIF

7 AMBITIONS

POUR UNE FILIÈRE
AGROALIMENTAIRE FRANÇAISE
À LA HAUTEUR DES ENJEUX DE DEMAIN

LE PACTE PRODUCTIF, UNE OCCASION UNIQUE DE RETROUVER LA VOIE DE LA COMPÉTITIVITÉ

Le Pacte productif, annoncé par le Gouvernement en juin dernier, porte une ambition claire : atteindre le plein emploi par le renforcement de la production.

Pour le secteur agricole et agroalimentaire, il s'agit d'atteindre, d'ici 2025, 15 % de la part du PIB français. Pour y parvenir, la filière alimentaire doit poursuivre une double ambition : **continuer à répondre aux besoins alimentaires des Français et nourrir le monde**, avec près de 10 milliards d'individus à horizon 2050.

Cette contribution de l'ANIA s'appuie sur les résultats d'une consultation menée auprès de ses entreprises adhérentes. Elle propose des actions pour retrouver la voie de la compétitivité et de la croissance dans le secteur agroalimentaire.

Elle s'inscrit dans la continuité et en complément du diagnostic réalisé dans le cadre du Pacte productif, « *Pour une filière agricole et agro-alimentaire française à la hauteur des enjeux de demain* » porté par la FNSEA, Coop de France et l'ANIA et rendu public le 1^{er} octobre 2019.

Au-delà du constat des États généraux de l'alimentation, il s'agit d'assurer la mise en œuvre d'une politique économique qui puisse favoriser la reconquête de la compétitivité de la filière alimentaire dans un marché ouvert sur l'Europe et les marchés mondiaux. Cela n'implique en rien un renoncement à l'innovation, à la qualité ni à la formidable réputation de la gastronomie française sur la scène internationale !

UN CONSTAT INQUIÉTANT POUR LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES :

1. Les entreprises industrielles ont subi une hausse de leurs coûts depuis le début des années 2000
2. Elles ont maintenu un effort de modération de leurs prix, dans un contexte de concurrence internationale et de guerre des prix exacerbée
3. Les entreprises moins productives ont progressivement disparu
4. Les plus productives ont dû faire un effort de marge, au détriment de leur capacité à innover et investir : les marges des IAA se sont effondrées en 10 ans
5. Les performances à l'export se sont progressivement érodées, au profit de nos concurrents internationaux

COMPÉTITIVITÉ ET CROISSANCE, LE CONSTAT DES ENTREPRISES DE L'ALIMENTATION

75%

des entreprises déclarent des marges stables ou dégradées depuis 2014 (suite au début de la guerre des prix entre les enseignes de la grande distribution, génératrice de déflation pour les produits de grande consommation).

Des entreprises freinées dans leur croissance

69% des entreprises sont à l'arrêt dans leur croissance en raison de **relations difficiles avec la grande distribution**, **46%** sont freinées par des **coûts trop élevés** (travail et capital) et **44%** par des **difficultés de recrutement** (attractivité de nos métiers).

Des entreprises pénalisées par un déficit d'investissement

Seules **50%** des entreprises déclarent **un investissement à la hausse sur les 5 dernières années**. **39%** des entreprises **estiment prioritaire d'investir dans la digitalisation et la robotisation de leurs équipements sans y parvenir**. C'est moins que le **renouvellement des équipements usés ou obsolètes (54%)** et presque autant que l'**investissement de mise aux normes**.

Des leviers clairs de développement

71% des entreprises souhaitent avant tout **améliorer leurs relations commerciales avec leurs clients de la grande distribution**. Viennent ensuite : la **transition écologique** et la **sécurité des aliments** qui sont jugées primordiales, ainsi que la **recherche de nouveaux débouchés** pour recréer de la valeur.

AMBITION N°1

Renforcer l'image des produits alimentaires et assurer la reconquête des consommateurs en France et à l'international, face au *food bashing* et aux *fake news*.

LES ACTIONS DE L'ANIA

- **Un site internet de riposte anti fake news**
Parce qu'il est urgent de rétablir des faits vérifiés sur l'alimentation, « *Alimentation-info-intox.fr* » répond de façon claire et précise aux fausses informations qui circulent sur notre alimentation.

↳ alimentation-info-intox.fr

- **Un grand événement national et grand public « Découvrez ce que vous mangez ! ».**
Les 7, 8 et 9 novembre prochains, pour la toute première fois, les entreprises françaises de l'alimentation ouvrent collectivement leurs portes pour proposer une véritable immersion au cœur des sites de production. L'objectif est de permettre aux consommateurs de découvrir comment leurs produits sont fabriqués et de poser leurs questions directement aux fabricants.

↳ decouvrezcequevousmangez.fr

« Nous devons pouvoir apporter une meilleure information aux consommateurs, les "éduquer" afin qu'ils aient la capacité à faire des choix pertinents guidés par leurs convictions et attentes et non par des informations subjectives venues de toutes parts. Nous devons éveiller leur esprit critique. »

— TPE, Fabrication d'autres produits alimentaires · Île-de-France

AMBITION N°2

Arrêter le phénomène de déflation en rééquilibrant le rapport de forces entre fournisseurs et enseignes de la grande distribution

LES PROPOSITIONS DE L'ANIA

Des propositions en ligne avec les conclusions de la Commission d'enquête parlementaire sur les pratiques de la grande distribution.

- **Repartir du tarif des produits, déterminé en fonction des coûts réels de fabrication.**
Les distributeurs doivent accepter de prendre en compte les hausses brutales des matières premières qui mettent en danger toute une filière.
- **Mettre fin aux pénalités logistiques disproportionnées**, sans rapport avec les préjudices subis.
- **Lutter contre le « racket » des super centrales** et des alliances de distributeurs en instituant de nouvelles obligations pour les entreprises qui facilitent le travail de la DGCCRF :
 - + déclaration obligatoire de déréférencement abusif ou déclaration de services payés aux alliances de distributeurs.
- Rétablir la « peur du gendarme » et **mettre fin à l'impunité avec des contrôles, et des sanctions enfin dissuasives !**

« La priorité c'est de stopper une guerre des prix destructrice de valeur donc d'emplois et de capacité d'investissement. Pourtant, nous avons entièrement relocalisé notre production en France et donné une inflexion forte à notre R&D vers des produits moins sucrés et plus naturels, mais la logique reste toujours celle du prix le plus bas ! »

— ETI, Fabrication de sucre, cacao, confiserie, chocolat, thé et café · Île-de-France

« Nous n'arrivons pas à fixer les prix de vente en fonction des évolutions des coûts des matières premières ! Nos innovations sont prises en otage lors des négociations commerciales, ce qui peut nous empêcher de proposer les produits attendus par les consommateurs en aggravant les pertes de rentabilité sur le core business. Cela conduit à une dégradation de la compétitivité des agriculteurs qui ne peuvent plus financer la montée en gamme. »

— ETI, Transformation et préparations des produits carnés · Pays-de-la-Loire

AMBITION N°3

Amplifier les capacités d'investissement des entreprises en allégeant les charges qui pèsent sur elles, et assurer une simplification et une stabilité réglementaires en supprimant les surtranspositions des normes européennes

LES PROPOSITIONS DE L'ANIA

Mettre un terme aux distorsions de concurrence :

- Conduire, en collaboration avec les organisations professionnelles, **de véritables études d'impact économique sur l'ensemble de la filière agricole et agroalimentaire avant d'envisager toute nouvelle norme**, en veillant à respecter les engagements du gouvernement en matière d'harmonisation communautaire.
- **Réduire les surcoûts et taxes franco-françaises** et appliquer un principe d'iso-fiscalité.

« Il nous faut plus de stabilité : un environnement sans changements incessants ! Nous avons aussi besoin d'un allègement des contraintes réglementaires ! »

— TPE, Fabrication d'autres produits alimentaires · Île-de-France

« Il y a trop de charges qui pèsent sur nos entreprises, cela nous empêche de faire évoluer les salaires de nos collaborateurs et de favoriser la productivité et le recrutement des équipes. »

— PME, Transformation et préparation de produits carnés · Grand-Est

« Nos élus locaux ne sont pas en phase avec nos problématiques d'entrepreneurs. Le mille-feuille administratif est pour le moins impressionnant ! Et la fiscalité locale devient insupportable. Il est fou de devoir payer une taxe élevée sur un dépôt de permis de construire avant même de débiter les travaux et donc avant que le bâtiment ne soit productif ! »

— PME, Fabrication de pain, pâtisserie et pâtes alimentaires · Nouvelle-Aquitaine

AMBITION N°4

Redynamiser l'emploi dans la filière alors que 21 000 emplois restent encore non pourvus chaque année

LES PROPOSITIONS DE L'ANIA

- **Décloisonner l'accès aux dispositifs d'insertion vers l'emploi** présents sur les territoires (santé, logement, formation et transport...) par une coordination locale. Une démarche complète d'accompagnement doit pouvoir être proposée aux demandeurs d'emploi et personnes éloignées de l'emploi facilitant leur insertion dans les entreprises.
- **Adapter la réglementation sur les contrats courts, issue de la réforme de l'assurance chômage**, au secteur agricole et agroalimentaire. Elle doit prendre en compte la saisonnalité des produits, de la demande et le caractère cyclique du secteur.

Dans le cadre du *Contrat stratégique de la filière alimentaire*, l'ANIA mène, avec Ocapiat, une expérimentation de recrutement. Une vingtaine d'entreprises des Hauts de France ont été mobilisées, avec des résultats extrêmement positifs : **80 % des demandeurs d'emplois inscrits dans le programme ont en effet été recrutés dans les entreprises, soit 150 personnes.**

« Il nous faut des dispositifs de formation qualitatifs et compétitifs pour nous permettre d'adapter notre personnel, de monter en compétences ! »

— PME, Transformation et préparation de produits carnés · Nouvelle-Aquitaine

AMBITION N°5

Redonner des marges de compétitivité aux entreprises en favorisant la relance de l'investissement dans l'outil de production : la productivité et la modernisation des équipements sont des sources de compétitivité durable !

LES ACTIONS ET PROPOSITIONS DE L'ANIA

- **Abaisser le seuil d'accès aux financements publics et simplifier les exigences de formalisme** pour limiter les coûts d'ingénierie de projets pour les plus petites entreprises.
- **Étendre la mesure de suramortissement productif** pour les industries alimentaires, dans le cadre de la relance de l'investissement.
- **Instaurer une politique favorisant les investissements innovants pour créer de nouvelles activités autour du numérique** ; accompagner notamment les industries agroalimentaires dans la mise en œuvre de projets de mutualisation de données à l'échelle des filières afin d'assurer leur compétitivité, leur souveraineté numérique et l'émergence de nouveaux services.
- **Accompagner activement la transition vers le numérique de toutes les entreprises et notamment les PME/ETI** afin d'apporter aux consommateurs toute la transparence nécessaire sur la composition des produits et une véritable traçabilité. Pour y répondre, nous développons avec les pouvoirs publics et tous les autres acteurs de la filière un projet structurant et ambitieux : **NUMALIM**. Cette plateforme numérique de données sur l'alimentation permettra de redonner confiance aux consommateurs et de gagner en compétitivité économique sur le marché français et l'export. La première étape de Numalim est le lancement de **CodeOnline Food**, base de données fiable et mise à jour qui permettra aux entreprises de transmettre la carte d'identité de leurs produits.

« Nous savons bien ce dont nous avons besoin : finaliser l'automatisation de l'outil de production, optimiser la supply chain, recruter des experts sur digital, le marketing et l'export. »

— ETI, Fabrication de sucre, cacao, confiserie, chocolat, thé et café · Hauts-de-France

« Il nous faut investir dans notre outil industriel pour améliorer nos coûts de production et faire passer nos tarifs pour nous permettre d'investir plus sur nos marques. »

— ETI, Fabrication de boissons · Auvergne-Rhône-Alpes

« Pour nous les enjeux de demain sont les emballages plus propres et, dans la mesure du possible, l'approvisionnement auprès de filières françaises pour les matières premières ! »

— PME, Fabrication de pain, pâtisserie et pâtes alimentaires · Grand-Est

« Nous voulons mettre l'accent sur la digitalisation ! »

— PME, Transformation et préparation de fruits et légumes · Grand-Est

AMBITION N°6

Développer les instruments de recherche et innovation, véritable levier de croissance pour une meilleure valorisation de l'offre alimentaire

LES PROPOSITIONS DE L'ANIA

- **Défendre les marchés stratégiques** tels que « Protéines » et « Ferments du futur » en soutenant les projets structurants pour la filière.
- **Renforcer le dispositif du Crédit d'Impôt Recherche pour les PME/TPE** ou pour certains secteurs sur lesquels des efforts particuliers d'innovation doivent être accentués (biocontrôle, robotisation agricole, numérique...).
- **Soutenir et accompagner les projets d'écoconception et le développement de solutions améliorant l'efficacité matière** tout au long de la chaîne de production. Ceci sans compromettre la sécurité des aliments et pour le bénéfice des entreprises et des consommateurs.

« La transition alimentaire est indispensable et une condition sine qua non de la survie de nos entreprises. Si nous n'arrivons pas à la financer, le fossé entre l'offre et la demande va continuer de se creuser, entraînant la disparition de nombreux acteurs et des problèmes réels de souveraineté alimentaire ainsi qu'une angoisse incontrôlable des consommateurs »

— ETI, Transformation et préparation de produits carnés · Pays-de-la-Loire

AMBITION N°7

Permettre aux entreprises de mieux s'adapter aux demandes émergentes via un accompagnement à l'international

LES PROPOSITIONS DE L'ANIA

- **Mettre en place des promotions d'entreprises primo exportatrices accompagnées à l'export** et à moyen terme au travers d'accélérateurs sectoriels (**Team France / Bpifrance**). Objectif : 500 entreprises accompagnées pour une présence à l'international renforcée et pérennisée.
- **Renforcer la visibilité de l'offre agro-alimentaire française à l'international** avec une marque unique en BtoB et BtoC : **Taste France** en cours de déploiement au 1^{er} trimestre 2020.
- **Favoriser l'accès à l'export des PME /ETI**, notamment par :
 - + **des événements promotionnels et marketing** ayant pour but de mettre en avant les produits français dans les enseignes françaises de la GMS dans les pays tiers
 - + **la coopération des petites entreprises agroalimentaires et des grandes entreprises** afin de faciliter l'accès aux marchés des Pays Tiers. Ces grandes entreprises disposent en effet de facilités au sein de ces pays (connaissance de la culture locale, back-office général, locaux, salles de réunions...).

« Lancer une démarche export pour une PME, cela a un coût non négligeable. Cela doit être pris en compte ! »

— PME, Industrie du poisson · Bretagne

« Nous devons développer des offres plus qualitatives, sur la moyenne gamme, en phase avec les attentes des consommateurs et les proposer dans toutes les zones de flux. »

— ETI, Transformation et préparation de produits carnés · Pays-de-la-Loire



L'ASSOCIATION NATIONALE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES (ANIA) REPRÉSENTE LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES FRANÇAISES, GRANDS LEADERS MONDIAUX, ET 98% DE TPE ET PME. L'ANIA MET SON EXPERTISE AU SERVICE DES ENTREPRISES AFIN DE LES ACCOMPAGNER VERS UNE ALIMENTATION TOUJOURS PLUS SAINES, SÛRE, DURABLE ET ACCESSIBLE À TOUS.

L'ANIA rassemble 40 syndicats métiers et 16 associations régionales (ARIA) représentatives des 17 647 entreprises alimentaires, qui maillent l'ensemble du territoire français, en métropole et en outre-mer. La diversité des syndicats métiers rassemblés par l'ANIA garantit la représentativité des entreprises alimentaires françaises, des grands leaders mondiaux à la TPE.

Représentant l'ANIA sur le terrain, les ARIA accompagnent au quotidien l'industrie alimentaire sur leurs territoires.

9 boulevard Malesherbes – 75008, Paris
01 53 83 86 00
www.ania.net