



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Exportation des produits de l'agriculture française

Question écrite n° 284

Texte de la question

M. Damien Adam interroge M. le ministre de l'agriculture et de l'alimentation sur l'exportation de l'agriculture française et de la production agroalimentaire. Le secteur agroalimentaire est le troisième secteur commercial excédentaire du pays derrière le secteur aéronautique et spatial et celui de la chimie, des parfums et des cosmétiques. Par ailleurs, la France possède une image d'excellence et une position de leader mondial sur plusieurs secteurs (vins et spiritueux, produits laitiers, semences, légumes transformés, etc.). À ce titre, un des ateliers des états généraux de l'alimentation sera consacré à la conquête de nouvelles parts de marché sur les marchés européens et internationaux et au rayonnement de l'excellence du modèle alimentaire et du patrimoine alimentaire français, en France et à l'international. Il souhaiterait connaître la stratégie envisagée par le Gouvernement pour renforcer le dynamisme des exportations françaises, tout en protégeant les spécificités locales. Il aimerait également connaître ses intentions quant à l'accompagnement des entreprises, notamment des PME et ETI, dans leur parcours d'exportation et connaître son ambition sur l'opportunité de l'augmentation du nombre d'entreprises positionnées à l'export.

Texte de la réponse

La projection des entreprises agricoles et agroalimentaires en Europe et à l'international constitue un relais de croissance et d'emploi pour les filières et les régions françaises. Le commerce alimentaire mondial en forte croissance s'y prête et la France dispose de nombreux atouts en termes de diversité et de qualité de l'offre pour en saisir les opportunités. La France est ainsi le 6ème exportateur mondial de produits agricoles et agro-alimentaires, et ses produits bénéficient dans le monde d'une image de qualité. Cependant, les parts de marché des exportations agroalimentaires françaises sont passées de 7,7 % en 2000 à 4,8 % en 2015 et la performance française à l'international s'appuie sur un nombre très réduit de secteurs (céréales, boissons, produits laitiers). De plus, par rapport à d'autres pays, la France souffre d'un déficit de « culture de l'exportation » : seules 25 % des entreprises agroalimentaires françaises exportent (44 % pour le secteur manufacturier) contre 75 % en Allemagne. Afin de réfléchir collectivement à « Comment conquérir de nouvelles parts de marché sur les marchés européens et internationaux et faire rayonner l'excellence du modèle alimentaire et du patrimoine alimentaire français, en France et à l'international », quatre réunions des états généraux de l'alimentation (EGA) ont été organisées entre le 1er et le 27 septembre 2017 dans le cadre de leur atelier. Les discussions étaient articulées autour de trois axes préalablement identifiés par le ministère de l'agriculture et de l'alimentation (MAA) avec l'ensemble de ses partenaires dans le cadre d'un plan stratégique sectoriel pour le développement des exportations et l'internationalisation des entreprises. Il s'agit de mieux accompagner les entreprises dans la durée, en particulier les très petites entreprises (TPE) et les petites et moyennes entreprises (PME), d'ouvrir de nouveaux marchés et maintenir l'ouverture des marchés existants, et de promouvoir les produits français en Europe et à l'international. Il ressort des débats de l'atelier 4 des EGA la volonté de rapprochement des différents acteurs (notamment État, régions, interprofessions, association d'entreprises) autour d'objectifs pour lesquels des complémentarités et des mutualisations seront recherchées. Cinq pistes d'actions ont été proposées : - Renforcer les positions françaises dans les négociations commerciales et améliorer l'accès aux

marchés étrangers en réaffirmant auprès de la Commission européenne les attentes de la France vis-à-vis d'une politique commerciale européenne renouvée qui défende les intérêts stratégiques offensifs et défensifs de l'agriculture française, plus transparente dans la conduite des négociations, plus suivie dans la mise en œuvre des accords et plus cohérente avec les politiques agricoles, sociales et environnementales portées par l'Union européenne. Il s'agit également au niveau français, de renforcer le portage politique des sujets agroalimentaires à l'international ; - Améliorer la promotion de l'offre agroalimentaire française et de l'image de la France, avec la création d'une marque France et une meilleure mutualisation des moyens financiers publics et privés au service des actions de promotion collective du secteur agricole et agroalimentaire, à l'international et au plan national en créant un cadre de concertation entre les parties. Il s'agirait également de mieux tirer parti des leaders français déjà présents à l'international dans les secteurs de la gastronomie, de l'hôtellerie et de la grande distribution pour promouvoir les produits agroalimentaires français ; - Renforcer la compétitivité des entreprises agricoles et agroalimentaires et permettre une meilleure adaptation de l'offre française à la demande mondiale, notamment par une meilleure prise en compte des problématiques agricoles et agroalimentaires et des priorités du secteur dans la stratégie « France logistique 2025 » (baisse des coûts du fret ferroviaire, fluvial et portuaire et optimisation des plates-formes logistiques existantes) ; - Développer la « culture de l'international » dans les entreprises et filières agroalimentaires, en adaptant les cursus de formation diplômante des établissements d'enseignement agricole (renforcement en langues, économie, commerce international, etc.) et des établissements d'enseignement en économie et commerce (enjeux agricoles et de sécurité alimentaire). Il s'agit également de soutenir la structuration des entreprises à l'international, en particulier les TPE/PME, afin d'inscrire leur démarche dans la durée, en évaluant avec les régions la faisabilité de généraliser les initiatives régionales les plus efficaces, y compris en matière de mutualisation des forces de vente à l'international. Enfin, il est primordial de développer/intégrer le volet export dans les plans de filières demandées par le Président de la République dans son discours du 11 octobre à Rungis ; - Améliorer et adapter l'accompagnement des entreprises à l'international par une redynamisation des guichets uniques sur le volet agroalimentaire dans les régions et ambassades pour les entreprises agricoles et agroalimentaires souhaitant se développer à l'international. Cela pourrait également passer par la création d'une plateforme numérique intégrant la démarche Expadon2 pour orienter le parcours à l'international des entreprises agricoles et agroalimentaires. Il s'agirait également de développer l'offre française collaborative de type « projet clé en main » pour répondre aux besoins des clients internationaux, de réaliser une cartographie des outils financiers régionaux et nationaux (voire internationaux) d'accompagnement des entreprises à l'international et de s'assurer de leur adéquation aux besoins du secteur agricole et agroalimentaire. À l'issue des EGA, les pistes qui seront retenues par le Gouvernement seront déclinées dans des plans d'actions mis en œuvre par l'ensemble des acteurs de l'export.

Données clés

Auteur : [M. Damien Adam](#)

Circonscription : Seine-Maritime (1^{re} circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 284

Rubrique : Agroalimentaire

Ministère interrogé : [Agriculture et alimentation](#)

Ministère attributaire : [Agriculture et alimentation](#)

Date(s) clé(s)

Date de signalement : Question signalée au Gouvernement le 16 octobre 2017

Question publiée au JO le : [1er août 2017](#), page 3972

Réponse publiée au JO le : [24 octobre 2017](#), page 5128