****

|  |
| --- |
| Procès-verbalCommission internationale13 juillet 2018 |

La commission internationale s’est réunie le 13 juillet 2018 au siège de FranceAgriMer.

**Etaient présents :**

**Stéphane TRAVERT, Ministre de l’Agriculture et de l’Alimentation**

**Jean-Baptiste LEMOYNE, Secrétaire d’Etat auprès du ministre de l’Europe et des Affaires étrangères**

**Monique TRAN, ADECIA**

**Klazine CARRON, ADEPALE**

**Michelle GROSSET, ADEPTA**

**François BURGAUD, ADEPTA, GNIS**

**Gérald CAVALIER, AFF**

**Maurice DELAPORTE, AIBS**

**Michel CETRE, ALLICE**

**Pascale PARISOT, ALLICE**

**Olivier GERARD, ALLICE**

**Michel NALET, ANIA**

**Emmanuel GAUNY, ANIA**

**Ségolène GERRUCI, ANVOL**

**Julie MAYOT, ANVOL**

**Louis PERRAULT, ANVOL/SNA**

**Olivier ALLAIN, ARF**

**Stéfani CARVALHO, AXEMA**

**Christophe MONNIER, Business France**

**Yann NEDELEC, CIFOG/CFA**

**Caroline Le POULTIER HELLEISEN, CNIEL**

**Alain MARGUIN, CNIPT**

**Florence ROSSILLION, CNIPT**

**Marie-Henriette IMBERTI, CNIV**

**Maxime CHAUMET, CNPO**

**Nicolas OZANAM, FEVS**

**Frédérique WAGON, FMGE**

**Nicolas DOUZAIN-DIDIER, FNBois**

**Marie-Frédérique PARANT, FVI**

**Bertrand OUILLON, GIPT**

**Didier DELZESCAUX, INAPORC**

**Ilona BLANQUET, Interbev**

**Marc PAGES, Interbev**

**Maxence BUGARD, Interbev**

**Bruno BARRIER-GUILLOT, Intercéréales**

**Jean-François LOISEAU, Intercéréales**

**Philippe PINTA, Intercéréales**

**Louis ORENGA, INTERFEL**

**Jean-Louis HUNAULT, SIMV**

**Bruno TOUSSAINT, SNIA**

**Jocelyne FOUASSIER, SOPEXA**

**Hervé JEANTET, UAPF**

**Stéphane GOUAULT, IFIP**

**Dominique FAYEL, FNSEA**

**Caroline MALAUSSENA, MEAE-DGM-DEEIT**

**Simon POSTEL, MEAE**

**Cécile VIGNEAU, MEAE**

**Hélène GUILLEMET, MEF-Douanes**

**Claire CHEREMETINSKI, MEF-DG Trésor**

**Philippe BERNIER, MEF-DG Trésor**

**Gautier BRAND-GAZEAU, MEF-DG Trésor**

**Pierre CHABROL, MEF-DG Trésor**

**Philip HESSKE, MEF-DG Trésor**

**Marie-Christine LE GAL, MEF-DG Trésor**

**Valérie LIANG-CHAMPRENAULT, MEF-DG Trésor**

**Marie-Hélène JOUIN-MOULINE, MEF-DG Trésor**

**Julie BRAYER-MANKOR, DG Trésor**

**Arnaud BRIZAY, DG Trésor**

**Patrick DEHAUMONT, DGAL**

**Loïc EVAIN, DGAL-DIR**

**Stéphanie FLAUTOR, DGAL-SGISA-SDASEI**

**Boris OLLIVIER, DGAL-SGISA-SDASEI**

**Philippe VINCON, DGER**

**Cyril KAO, DGER-SESRI-BRECIE**

**Gérardo RUIZ, DGER-SESRI-BRECI**

**Jean-Baptiste FAURE, DGPE**

**Frédéric LAMBERT, DGPE**

**Ygor GIBELIND, DGPE-BEPI**

**Christine AVELIN, FranceAgriMer**

**Carole LY, FranceAgriMer**

**Mylène TESTUT-NEVES, FranceAgriMer**

**Jacques ANDRIEU, FranceAgriMer**

**Claire LEGRAIN, FranceAgriMer**

**Marie-Agnès OBERI, FranceAgriMer**

**Virginie NICOLET, FranceAgriMer**

**Marguerite-Marie MUCKENSTURM, FranceAgriMer**

**Véronique LOOTEN, FranceAgriMer**

**Laurent BAJARDI, FranceAgriMer**

**Thomas CUBIZOLLES, FranceAgriMer**

**Alice MANERO, FranceAgriMer**

**Jean-Christophe NAUDIN, FranceAgriMer**

**Caroline SANTOYO, FranceAgriMer**

**Hajer ATRI, FranceAgriMer**

**Annick VIN FranceAgriMer**

**Didier DELZESCAUX, INAPORC**

|  |
| --- |
| Ordre du jour |

I. Introduction par MM. les ministres 4

II. Positionnement des filières françaises agricoles et agroalimentaires à l’international 6

III. Panorama des acteurs à l’international 9

IV. Conclusion des ministres 12

***Mme AVELIN*** *introduit la séance de la première commission internationale de FranceAgriMer au Quai d’Orsay. Les échanges commencent à 9h35.*

##### Introduction par MM. les ministres

***M. LEMOYNE*** rappelle que le Quai d’Orsay est très mobilisé sur le suivi des négociations commerciales.

Le Président de la République et le Premier Ministre insistent sur les questions du commerce agricole à l’occasion de tous leurs échanges internationaux. Il y a quelques jours, ils échangeaient par exemple avec la Thaïlande à propos de barrières que le pays voulait imposer à la filière des spiritueux.

La levée de l’embargo de la Chine sur le bœuf, qui s’est concrétisé lors d’un récent déplacement du Premier Ministre, représente une bonne nouvelle.

L’exportation est une opportunité pour les filières françaises ; la France doit demeurer une puissance commerciale. Toutefois, le solde commercial du pays décroît, de même que les parts de marché françaises. Ce n’est pas une fatalité. L’agriculture représente le 3e excédent de la balance commerciale française : 5,7 milliards d’euros en 2017. Toutefois, le niveau de l’excédent n’a jamais été aussi bas depuis 2009.

Les vins et spiritueux, les produits laitiers et les céréales sont les filières qui dégagent le plus d’excédents. Sur les 61 milliards d’euros d’exportations de produits agricoles et agroalimentaires, 20 % sont liés à des exportations de matière agricole, 80 % à des exportations de produits transformés.

Cependant, la hausse de la demande mondiale est une opportunité. Si le marché européen représente actuellement un débouché pour 2/3 de l’export français – agricole et agroalimentaire – les marchés lointains représentent une opportunité pour demain.

Jean-Philippe GIRARD agit aux côtés du Quai d’Orsay sur ces sujets. Il s’excuse de son absence ce matin. Le réseau diplomatique, le ministère de l’Economie et des Finances et Business France œuvrent également aux côtés du Quai d’Orsay.

En tant qu’élu des territoires ruraux, M. LEMOYNE est conscient de l’importance de l’agriculture et les filières agroalimentaires pour la France.

***M. TRAVERT*** remercie le Quai d’Orsay pour son accueil. Cette commission internationale découle de ce qui a été fait dans les ateliers IV des Etats généraux de l’alimentation (EGA).

Le marché international représente un relais de croissance pour le secteur agricole dans sa globalité. A ce sujet, les systèmes agricoles se complètent – circuits courts et exports. La France exporte 4 litres de lait sur 10, une tonne de céréales sur deux ainsi que des parties de carcasses non consommées : cet export permet à d’autres modes de production de se développer. L’international a besoin du national et vice-versa.

La demande mondiale est en forte croissance depuis 15 ans. La France détient de forts potentiels en matière agricole : elle peut saisir des opportunités, en faisant en sorte que la filière donne toute sa place à l’international.

La balance commerciale française reste positive mais les parts de marché du pays sont écornées par une concurrence de plus en plus agressive – et ce, y compris sur le territoire national étant donné l’augmentation des importations.

Pour se développer sur les marchés internationaux, il faut au préalable agir sur ses propres marchés de manière à créer de la valeur, innover et investir. La France doit pour cela générer de la marge à tous les échelons de la chaîne alimentaire. Les EGA, le Grand plan d’investissement et le contrat stratégique de filière vont dans ce sens. En outre, la France doit s’interroger sur ses modalités d’actions à l’étranger, de manière à mieux se positionner. A ce sujet, suite aux EGA, les plans de filières remis en décembre 2017 comprennent chacun un volet « international ». Une des recommandations des EGA est de donner « corps au collectif ». Il est désormais nécessaire de bien structurer le travail par filière et de mettre en place des actions collectives.

Conformément à l’axe I du plan stratégique « Export 2018-2022 » relatif à l’action collective et collaborative, Monsieur le ministre a demandé à FranceAgriMer d’animer une instance transversale : cette commission internationale de FranceAgriMer. Cette commission doit permettre d’approfondir le travail collectif en associant les filières de l’amont et de l’aval.

L’appui de l’Etat est indispensable pour développer le grand export. La filière agricole a besoin de cette action étatique pour négocier des accords commerciaux, établir des normes favorables et positionner les produits sur les marchés publics. L’Etat français dispose pour cela de nombreux leviers : des personnels qualifiés dans les administrations, le deuxième réseau de conseillers agricoles en ambassades au monde, des crédits d’études, d’animation, de coopération, ainsi que d’organismes de formation. La coopération est d’ailleurs la cinquième mission des lycées agricoles français. Ces moyens seront renforcés à la marge, via l’appel à manifestation d’intérêts du Grand plan d’investissement, le budget des actions internationales du Ministère de l’Agriculture et de l’Alimentation (MAA) et les crédits de promotion européens. Cependant, le renforcement des moyens de l’Etat ne résoudra pas toutes les questions.

Les négociations sanitaires, clés du grand export, sont également à travailler : la France doit réfléchir à la répartition des charges dans le traitement des dossiers, pour se montrer plus réactive. Comment répartir le travail ? Quelles compétences renforcer ? Comment mieux préparer les entreprises à l’export ? Comment agissent les concurrents de la France sur ce sujet ? En matière d’appui au commerce agricole internationale, les rôles sont à clarifier. Monsieur le ministre attend des propositions rapides sur ce point.

Il est important de ne pas confondre stratégie à l’export et course aux certificats : le certificat sanitaire ne résout pas tout. Certains certificats sont en effet peu ou mal exploités : dans ces cas-là, il faut se demander si l’ensemble des acteurs ont mené le travail collectif qui s’imposait pour agir sur les différentes dimensions de l’export. Il est également nécessaire de se demander si les marchés les plus faciles d’accès ont été exploités, si les zones naturelles de chalandise ont été bien explorées – le pourtour méditerranéen, l’Afrique. La France peut également s’inscrire dans certains grands projets collectifs, comme les nouvelles routes de la soie. Enfin, il faut s’interroger sur l’image de la France à l’export, la manière de se différencier, etc.

De nombreux outils sont à disposition du secteur : ces outils dépendent de plusieurs ministères, structures, niveaux géographiques. Certaines actions ont déjà été menées – dont la fusion entre Business France et les Chambres de commerce international (CCI) – et il est nécessaire d’œuvrer davantage à l’articulation des filières, des outils et des opérateurs. A ce titre, Monsieur le ministre souhaite que cette commission internationale devienne une instance de partage, afin que la chaîne collective soit la plus efficace et cohérente. Il prendra toute sa part dans ce travail, et fera en sorte que l’agriculture soit bien visible à l’extérieur.

M. TRAVERT rappelle que la France a obtenu le dé-listage de certaines entreprises brésiliennes de poulets, ainsi que l’importation de viande issue d’animaux ayant reçu des antibiotiques de croissance et des antibiotiques critiques.

Le MAA attend donc de la commission internationale de FranceAgriMer qu’elle l’éclaire sur tous ces sujets. Monsieur le ministre souhaite aussi que cette commission soit l’occasion de tester une méthode collective, afin de développer des stratégies coordonnées, sur quelques thèmes ou pays choisis. Enfin, il se montrera attentif aux travaux de la commission ; il demande que le premier point soit fait au Salon international de l’alimentation (SIAL).

***Mme AVELIN*** note que l’objectif tracé par Monsieur le ministre de l’Agriculture est partagé par tous les participants à cette réunion : développer la présence française et les exportations du pays vers l’ensemble des pays du monde, ceci afin de trouver les relais de croissance indispensables aux filières, aux entreprises et aux territoires.

##### Positionnement des filières françaises agricoles et agroalimentaires à l’international

###### Forces et les faiblesses des filières agricoles et de la pêche à l’international

***Mme TESTUT-NEVES*** explique que le commerce des produits agricoles et agroalimentaires représente un poids important dans le commerce extérieur français : l’excédent de ce secteur s’élevait à 5,5 milliards d’euros de balance commerciale en 2017 alors que la balance commerciale globale française est déficitaire à hauteur de 62,3 milliards d’euros. Cet excédent du commerce des produits agricoles et agroalimentaires est le troisième excédent derrière les cosmétiques & parfums et les matériels de transport.

Si les exportations agricoles ont augmenté durant les cinq dernières années le solde de la balance commerciale se dégrade. Les exportations françaises agricoles et agroalimentaires sont variées mais les vins et spiritueux représentent près d’un quart de ces exportations – devant les produits d’épicerie, dont l’eau minérale, les produits laitiers, les céréales.

Certaines filières sont exportatrices nettes : les boissons, les céréales, les produits laitiers, les animaux vivants, les semences végétales, le sucre ; d’autres sont importatrices nettes : les fruits et légumes, les produits de la mer, l’épicerie, les corps gras, les viandes et les abats. En outre, du fait de la concentration du secteur agroalimentaire, les exportations françaises sont le fait de peu de groupes. Un tiers du Chiffre d’affaires (CA) du secteur est réalisé à l’export ; 95 % des grandes entreprises agroalimentaires exportent.

64 % exportations françaises sont destinées aux pays de l’UE, le reste est dédié aux pays tiers – essentiellement asiatiques, nord-américains, nord-africains et des pays aux alentours de l’Europe. Durant les dix dernières années, les exportations françaises ont été plus dynamiques vers les pays tiers que vers l’UE : elles ont augmenté de 81 % vers les pays tiers et de moins de 14 % vers l’UE.

Le solde de la balance commerciale se maintient sur les vins et spiritueux ; il baisse légèrement sur les produits bruts et se détériore sur les produits transformés. Le solde de la balance commerciale avec les pays tiers est plus stable. Certaines filières agricoles sont davantage tournées vers les pays tiers que vers l’UE. En outre, dans certaines filières, une partie déterminante de la production est exportée : c’est le cas du lait – 40 % de la collecte exportée – des céréales, des vins, des pommes et des pommes de terre.

En 2017, les plus gros pays importateurs du monde, en valeur – en dehors de l’UE – étaient les pays d’Amérique du Nord et d’Asie, la Russie, le Mexique. De nombreux pays émergents représentent une cible pour le marché agricole, étant donné la croissance de leurs importations.

Les résultats français à l’exportation semblent démontrer des stratégies plus ou moins adaptées aux pays cibles de la part du secteur agricole. Par exemple, la France est bien positionnée sur les exportations de blé tendre vers l’Afrique du Nord, mais des marchés ont été perdus pour cette filière récemment en Ukraine et en Russie. En outre, la France est distancée par l’Espagne et l’Italie dans le marché communautaire de la charcuterie, et elle gagne moins de marchés que ses concurrents sur ces produits dans les pays asiatiques. En revanche, la France est bien positionnée sur les marchés nord-américains et asiatiques des produits laitiers. Enfin, la France a su bien se positionner sur le marché chinois du vin.

L’UE reste donc le principal débouché des exportations françaises ; les zones de croissance se situent dans les pays tiers et sur les produits de base. Pour les produits de base, l’essentiel réside dans le prix, aussi la compétitivité de la France sur ces marchés peut être mise au défi. En revanche, la France est bien positionnée sur les produits de valeur – produits laitiers, vin.

Enfin, la compétitivité sur le marché intérieur renforce le positionnement à l’export des filières tandis que les capacités d’investissement à l’export peuvent être obérées par la répartition de la valeur sur le marché intérieur, pour certaines filières.

***Mme AVELIN*** synthétise : certaines filières agricoles françaises ont su s’installer durablement sur le marché mondial. Cependant, les marchés changent, la concurrence se renforce et la demande évolue. FranceAgriMer a travaillé avec les interprofessions et les fédérations professionnelles à l’identification des priorités et d’une méthode de travail, ceci afin d’agir plus efficacement, plus collectivement et de construire l’environnement le plus favorable possible aux entreprises.

**Synthèse des consultations menées par FranceAgriMer**

***Mme LY*** rappelle que la question de l’articulation des outils étatiques de soutien à l’exportation a émergé lors des EGA.

Les plans filières sont très hétérogènes, néanmoins quelques axes transversaux se dessinent : très peu de plans comportent d’approche globale de l’exportation et de l’internationalisation. Ces plans ne comportent pas d’analyse poussée de l’offre et de la demande mondiale. L’export y est parfois considéré comme une piste de sortie en cas de surproduction, plus que comme une stratégie de long terme en tant que telle. Le sanitaire est largement mentionné dans ces plans. Les plans filières citent parfois des pays cibles à l’export. Enfin, le lien entre l’exportation et l’implantation des entreprises est fort peu mentionné dans ces plans.

Ces derniers mois, plus de 13 réunions se sont tenues avec les interprofessions pour discuter de la manière de travailler en interfilières : la volonté de travailler sur quelques thématiques ou quelques zones géographiques s’est dessinée. Du point de vue géographique, l’idée est de mutualiser les connaissances. En outre, la volonté de bien articuler les outils a été affichée.

Il s’agirait dès lors de rédiger un plan d’actions, qui devienne un vrai effet de levier à moyen terme sur les pays ciblés. Pour ce faire, des groupes de travail pourraient associer les institutions et les entreprises : en effet, certaines entreprises sont bien positionnées à l’export, et leur expérience peut être riche d’enseignements. La coprésidence de ces groupes de travail serait partagée entre l’Etat et les professionnels. Cette Commission internationale s’intégrerait dans des instances de FranceAgriMer ainsi que dans la stratégie interministérielle « Europe et international ».

Parmi les outils visant à favoriser l’export agricole, figure le Grand plan d’investissement. L’appel à manifestation d’intérêt « filières » du Grand plan d’investissement est un moyen de faire émerger des projets collectifs : en effet, cet appel finance des projets pilotes qui pourront représenter à terme être source d’investissements prioritaires autour de projets collectifs de structuration de filières.

Les consultations de la profession menées par FranceAgriMer ont fait émerger plusieurs thématiques :

- les questions sanitaires et phytosanitaires liées aux ouvertures de marchés

- la logistique et les nouvelles routes de la soie – projet ferroviaire vers l’Asie

- les outils financiers et les garanties financières sur les pays à risque

- l’accompagnement des entreprises

- l’articulation entre les pertes de marché à l’international et au niveau national.

Au final, trois thématiques de travail seraient proposées :

- les questions sanitaires et phytosanitaires ainsi que les règles de fonctionnement des relations Etats/professions

- les données statistiques et les nomenclatures douanières

- la route de la soie.

Suite aux consultations, FranceAgriMer propose de réfléchir à des critères pour sélectionner les pays cibles sur lesquels travailler. Ces critères pourraient être les suivants :

- le type de marchés : existants, à explorer…

- l’opportunité : les accords de libre-échange signés, le contexte géopolitique

- les négociations sanitaires en cours

- le nombre de filières concernées.

L’objectif est de tester une méthode de travail sur trois à quatre pays.

Les groupes de travail s’attelleront à la tâche en septembre ou octobre : un premier point d’étape pourrait être réalisé au moment du SIAL, fin octobre 2018.

**Témoignage de l’Institut français de porc (IFIP) : conception et déploiement d’un outil d’autoformation à la conduite d’élevages porcins, en *e-learning***

***M. GOUAULT*** explique que l’outil d’autoformation à la conduite d’élevages porcins développé par l’IFIP s’adresse aux éleveurs, formateurs, professeurs et étudiants chinois. Il vise à soutenir les stratégies de développement à l’international de l’IFIP et des entreprises françaises.

Depuis dix ans, la Chine a largement modernisé ses élevages porcins. Les installations d’élevage sont équipées de matériels de haute technologie et d’outils pointus, dont la génétique et l’insémination artificielle. Toutefois, ces installations ne fonctionnent pas toujours correctement car elles ne sont pas toujours dirigées par des cadres bien formés. Le transfert de compétences n’est pas assez bien organisé en Chine pour soutenir un tel développement. Le développement commercial des entreprises françaises en pâtit puisque les professionnels chinois ne parviennent pas toujours à bien utiliser le matériel français.

Depuis 2010, l’IFIP a accompagné et formé des sociétés chinoises ayant acheté la génétique française : les performances techniques de ces sociétés ont atteint des sommets, ce qui est reconnu dans tout le pays.

Pour proposer son outil d’*e-learning*, l’IFIP s’est inscrit dans le programme de coopération entre la France et la Chine. Grâce à l’appui de l’Etat, l’IFIP est entré en contact avec le ministère de l’Agriculture chinois. FranceAgriMer figurait parmi les financeurs du projet.

Pratique, l’outil est conçu comme une interface entre des formations théoriques en salle et des mises en pratique en élevage, qui correspondent aux besoins des publics chinois. L’outil est sur le site du ministère de l’Agriculture chinois depuis un an. 1 300 000 personnes sont abonnées à l’application mobile. L’outil intègre un espace mettant en avant les produits et services des entreprises françaises présentes sur le marché chinois.

L’IFIP considère l’accompagnement technique comme essentiel à la satisfaction du client, et ce d’autant plus à l’international. Cet accompagnement permet en outre de mettre en avant les savoir-faire français.

**Développer l’export vers l’Allemagne**

***M. BRIZAY*** rappelle que l’Allemagne est un pays importateur net de produits agricoles. L’Allemagne importe des fruits et légumes, des produits laitiers, des boissons ainsi que des produits carnés. Après s’être largement soucié d’économies, le consommateur allemand suit désormais le slogan suivant : « tu es ce que tu manges » : il souhaite mieux consommer. Dans ce contexte, les produits français, de terroir, présentent un avantage face aux produits néerlandais standardisés.

Le commerce extérieur agroalimentaire de la France vers l’Allemagne peut se résumer par les deux chiffres suivants : 6,6 milliards euros d’exportations et 5,8 milliards euros d’importations. Cependant, en dix ans, la France a perdu 30 % de parts de marché en Allemagne. L’Union européenne reste le premier marché de la France, l’Allemagne son premier client, mais la France n’est plus que le troisième fournisseur de ce pays…

Le développement de l’export vers l’Allemagne requiert sans doute de grands investissements ainsi qu’un travail de longue haleine. Mais, si le rendement à l’unité est peut-être plus modeste qu’ailleurs, ce marché est intéressant.

**Exportations vers l’Afrique de l’Ouest**

***Mme BRAYER- MANKOR*** rappelle que le marché de l’Afrique de l’Ouest représente un milliard d’euros d’export par an. Depuis le début des années 2000, l’export a crû de plus de 68 % sur l’ensemble de la région. Cependant, l’export vers la Côte d’Ivoire et le Sénégal baisse ; de même que les pertes de marchés de la France vers ces pays. Un exemple : l’Afrique de l’Ouest représente 60 % du marché de l’export de tabac français : un décrochage sur ce marché se ressentirait rapidement.

La Côte d’Ivoire et le Sénégal représentent la moitié des exports français vers l’Afrique de l’Ouest. Les produits français sont reconnus dans ces pays pour leurs qualités. Ces marchés paraissent éloignés géographiquement, mais sont en réalité situés à moins de dix jours de bateau des côtes françaises. Ce sont des marchés ouverts, les barrières sanitaires et phytosanitaires y sont limitées. La France sera le pays à l’honneur du Salon de l’Agriculture de Côte d’Ivoire en 2019, ce qui est un signe d’amitié.

***Mme AVELIN*** note que les exportations françaises de produits agricoles et agroalimentaires augmentent : ces exportations sont en croissance cependant que les parts de marché de la France s’érodent au profit de ses concurrents.

##### Panorama des acteurs à l’international

***M. LOISEAU*** est satisfait de l’atelier IV des EGA. Il relève trois sujets principaux :

- la marque France : l’objectif est que l’Etat soit aux côtés des entreprises à l’international pour faire rayonner la marque France

- la compétitivité : les entreprises doivent se montrer fortes en France avant de l’être à l’international

- l’innovation est indispensable à la performance. La notion « d’innovation pour des solutions en transition » est un autre point qui a été évoqué dans le cadre du plan de filière.

En France, il faut réussir à faire le lien entre les « 3C » : les clients, les consommateurs et les citoyens – plutôt que de parler uniquement d’export, de dégagement, de débouchés.

Cette initiative du Quai d’Orsay et du MAA de réunir la Commission internationale de FranceAgriMer est excellente.

***M. NALET*** se joint aux propos de M. LOISEAU sur l’atelier IV. Dès le 18 octobre, l’Association nationale des industries alimentaires (ANIA) a écrit au Président de la République pour faire part de son étonnement sur le fait que la part de l’international était insuffisante dans les discussions à l’étranger. C’est aujourd’hui rattrapé. L’ANIA à vos côtés pour cela : c’est en effet indispensable pour la croissance des entreprises d’être présents à l’international.

Le secteur agricole français fourmille de bons exemples et de talents. En revanche, le pourcentage des entreprises qui exportent est trop faible : il faut faire avancer les lignes sur ces points-là, et se poser les bonnes questions.

Sans les certificats sanitaires, le secteur laitier français serait absent de bien des pays. Pour cela, les forces vives de la Direction générale de l’alimentation (DGAL) sont indispensables et il est nécessaire d’adopter des méthodes claires pour travailler sur des pays ciblés en interfilières. En outre, il serait pertinent que les interprofessions se réunissent dans les pays cibles sur lesquels la France cherchera à travailler. Les moyens de l’Etat étant limités, ces interprofessions sont indispensables.

***M. BURGAUD*** remarque que la note du MAA n’évoque pas la filière des semences végétales. Or, la France est le premier exportateur mondial de semences : 1 600 000 millions d’euros de semences françaises sont exportés par an et son excédent était d’un milliard d’euros l’année passée.

Les notes du MAA sont lues par l’ensemble du réseau diplomatique français, aussi ce dernier n’est pas forcément au fait du poids de l’export des semences végétales dans l’activité d’export française. 30 % du volume de semences végétales produites en France est exporté vers les pays tiers mais 50 % de l’excédent provient des pays tiers. En outre, la France exporte des semences vers 150 pays.

Pour la filière des semences végétales, établir des pays prioritaires est une erreur : les priorités excluent. Aussi, l’appui de l’interprofession des semences auprès des entreprises, pour l’exportation, est ponctuel, en fonction des besoins des entreprises. Par exemple, certains pays peuvent représenter de faibles volumes d’export, mais ne pas traiter les difficultés dans ces pays pourrait écorner la réputation de la France. La filière n’établit donc pas de priorité en fonction des pays mais préfère raisonner au cas par cas.

L’Etat doit se concentrer là où il est indispensable, soit sur les pays tiers pour le secteur des semences, car les pays européens ne posent pas de difficultés sur les questions d’export. En outre, l’Etat doit donc se recentrer sur les activités sur lesquelles il est nécessaire – en laissant les entreprises se dédier aux activités pour lesquelles elles sont efficaces :

- les situations de blocage des exportations – en mettant davantage de moyens à disposition de la DGAL

- la propriété intellectuelle : ce système de propriété intellectuelle qui vise à protéger la sélection française est régulièrement attaqué au sein des instances internationales dans lesquelles la France est présente

- la coopération : dans de nombreux secteurs, la liaison entre la coopération française et les actions des entreprises n’est pas assez resserrée. Par exemple, M. BURGAUD mène davantage d’actions avec des acteurs étrangers en Afrique de l’Ouest, qu’avec l’Agence française de développement (AFD).

***Mme AVELIN*** précise que le ciblage sur certains pays ne signifie pas que l’administration française et le réseau diplomatique arrêteraient de travailler dans les pays non ciblés. Le ciblage vise à tester une méthode collaborative, avant qu’elle ne soit développée.

***M. OZANAM*** rappelle que les exportations françaises de vins spiritueux ont représenté 13 milliards d’euros en 2017. 60 % de ces exportations sont à destination des pays tiers, et les exportations vers les pays tiers sont en hausse – tandis que les marchés d’Europe de l’Ouest et national présentent des tendances à la baisse. Se montrer fort à l’international implique de se montrer fort dans son pays et de disposer d’une offre adaptée en prix, quantité et qualité.

La filière est agitée depuis quelques semaines par des préoccupations en matière de santé publique. Il ne faudrait pas que ces débats publics provoquent une perception négative chez les clients des marchés étrangers, lesquels ont une bonne image du vin français.

Une offre adaptée en prix, quantité et qualité, suppose de disposer d’une production française qui répond aux différents segments de marché. Or la filière française manque de produits à proposer en entrée de gamme, ce qui pose des difficultés, les consommateurs étrangers n’étant pas forcément habitués aux vins de haut de gamme. De leur côté, l’Espagne, l’Italie et l’Australie vendent des produits de toutes les gammes.

M. OZANAM remercie les réseaux étrangers du MAA et de la Direction générale du Trésor, qui aident à régler de nombreux sujets en matière d’export. Ces réseaux sont à développer : sans eux, la France resterait aveugle et sourde. En outre, M. OZANAM souligne l’intérêt à travailler plus collectivement : administrations, secteurs et filières professionnelles. S’il paraît difficile de prioriser des pays pour la filière du vin, tant les marchés sont fluctuants, en revanche il est indispensable de fonctionner en réseau – et ainsi de bénéficier de l’appui des autres filières.

***Mme ELGOSI*** rappelle qu’il a été souligné lors de l’atelier IV des EGA que la volaille française constituait malheureusement une monnaie d’échange dans les négociations internationales. Or, il faut se montrer plus offensifs sur ce point. A Bruxelles par exemple, les autres Etats membres sont très présents pour défendre leurs propres produits, alors que la volaille française n’est qu’une monnaie d’échange. Plus de 40 % des produits aux poulets consommés en France sont importés tandis que la France pourrait démontrer des capacités d’exportation plus importantes. Lors des négociations des accords d’échanges, la France reste en situation défensive, plutôt que de se montrer offensive. Par exemple, un accord avait été conclu avec l’Ukraine, et du fait d’un vice de forme dans la définition des produits, ce pays inonde l’Europe de produits de mauvaise qualité – comparés aux produits français.

Le réseau diplomatique français à l’international est certes de qualité, mais il manque de moyens à la DGAL et à FranceAgriMer pour relancer des activités à l’export suite aux crises sanitaires. Cela a déjà été relevé dans les Conseils spécialisés de FranceAgriMer. Il faudrait davantage de moyens humains dédiés aux questions sanitaires pour accompagner les filières.

***M. FAYEL*** rappelle qu’il est de l’intérêt des agriculteurs de bénéficier d’un portefeuille de clients le plus large possible, tant sur le marché intérieur que sur le grand export. Il salue la volonté politique affichée, ainsi que la méthode adoptée, qui correspond à ce qui avait été souhaité. Il sera désormais nécessaire de travailler davantage en interfilières, notamment sur l’image de la France.

Par ailleurs, le sanitaire reste un enjeu fondamental. En outre, si le grand export représente certainement un levier de développement spectaculaire, tant en volume qu’en valeur, il ne saurait être développé au détriment des marchés historiques – Afrique du Nord et de l’Ouest, marché intérieur européen.

En Allemagne, 75 % des entreprises agroalimentaires ont accès au marché de l’export, ce n’est le cas en France que pour 25 % des entreprises. Pour progresser, il semble donc qu’il faille agir sur le nombre d’entreprises exportatrices.

En synthèse, le commerce agroalimentaire est un facteur indispensable à la construction de relations internationales durables. La France doit donc investir ce sujet, en y mettant tous les moyens possibles.

***Mme ROSSILLON*** rappelle que la filière de la pomme de terre exporte essentiellement en Europe, mais également vers les pays tiers. La France est le premier exportateur mondial de pommes de terre. Les Néerlandais sont toutefois plus reconnus dans cette filière, car ils jouent travaillent mieux la synergie des produits. Pour exporter, la France doit présenter des produits de qualité, qui se conservent bien, ce qui soulève la question des antigerminatifs.

***M. HUNAULT*** fait valoir que l’industrie de la santé animale formulera des propositions aux ministres. Ce secteur présente des atouts : deux tiers des médicaments vétérinaires fabriqués en France sont exportés ; 95 % des diagnostics sont exportés ; trois des entreprises françaises dans ce domaine figurent parmi les dix premières mondiales. Lorsque la fièvre catarrhale ovine a touché 32 000 foyers en France, la vaccination déployée grâce au ministère a permis de rétablir la situation en deux ans.

La filière travaille activement aux côtés de l’Etat et de l’Agence du médicament vétérinaire pour faciliter les échanges internationaux et résoudre les obstacles à l’exportation.

***M. DOUZAIN-DIDIER*** remercie au nom de la filière bois pour l’invitation à la Commission internationale. Si elle est un peu à la marge du secteur agroalimentaire, la filière bois est une importante car elle affiche 60 milliards d’euros de chiffre d’affaires sur le territoire. En revanche, à l’international, elle ne rencontre pas le même succès que le secteur agroalimentaire : son déficit est élevé, et ce en dépit de son potentiel sur plusieurs segments de marché. M. DOUZAIN-DIDIER rappelle qu’il n’existe d’ailleurs pas de structure permanente de dialogue entre l’Etat et les professions de la filière bois visant à structurer les démarches à l’exportation. Or en travaillant ce sujet en profondeur, il serait possible d’améliorer les performances de l’export du bois au profit de la balance extérieure du pays.

***M. ALLAIN*** relève certaines initiatives en régions. Un Groupement d’intérêt économique (GIE) est en cours de création entre les Pays de la Loire et la Bretagne, deux régions productrices de viande bovines, afin d’accompagner les entreprises dans leurs activités à l’export. Les Régions travaillent donc elles aussi, en fonction des moyens qui sont les leurs, à développer l’export, qui est déterminant notamment pour les productions animales.

***M. PAGES*** retient des échanges le mot synergie.

La France est le deuxième exportateur mondial d’animaux vivants : dans ce domaine, l’enjeu de la génétique est conséquent. La Commission internationale de FranceAgriMer est sûrement une instance adéquate pour travailler à la synergie entre les filières.

Des synergies sont également à tisser entre les secteurs professionnels, l’administration et le gouvernement. A ce propos, l’interprofession remercie le gouvernement pour son action en faveur de l’ouverture du marché chinois. Les échanges qui se sont tenus avant l’ouverture de ce marché représentent un bon exemple d’un dialogue à pérenniser.

Le programme de cette *taskforce* est ambitieux, mais il est effectivement temps de travailler en synergie.

***M. DELZESCAUX*** note que le fait de réunir ainsi les différents acteurs autour de la table obligera à travailler sur les questions d’export avec méthode.

Dans la filière porcine, 33 % des produits sont exportés vers l’UE et les pays tiers. Le marché est relativement segmenté, des produits de différentes gammes étant valorisés à l’export. Toutefois, il peut exister entre un paradoxe entre l’ambition affichée par la France pour l’export et les moyens de l’administration pour ce faire. En effet, les crises sanitaires peuvent parfois handicaper le bon fonctionnement de la DGAL et de FranceAgriMer.

***M. ORENGA*** rappelle que la France était, il y a quelques années, le premier exportateur mondial de pommes. Ceci dit, les pertes de part des marchés à l’interne doivent interroger sur la capacité à conquérir des marchés à l’externe. Certains clients internationaux font savoir que les débats en cours en France sur la qualité des produits les interrogent : le commerce est international, l’information aussi… Il est donc indispensable de se montrer attentifs à la perception qu’ont les citoyens et consommateurs français des produits nationaux. Enfin, l’interprofession remercie pour cette initiative de la Commission internationale qui va dans le sens de la filière : nouer des coopérations. Si ce sont effectivement les entreprises qui exportent, il est nécessaire que les moyens humains et financiers soient suffisants du côté de l’administration pour faciliter l’export : or ils ne le sont pas toujours.

***M. PINTA*** remercie le Quai d’Orsay, qui réagit rapidement en cas de difficulté chez les exportateurs. En outre, le Quai d’Orsay prend largement en considération l’exportation des céréales, non seulement pour des raisons économiques, mais également géopolitiques.

Toutefois, le ministère des Affaires étrangères a prévu de diminuer de 10 % sa masse salariale à l’extérieur : cette réduction ne doit pas porter préjudice aux affaires économiques françaises à l’international. La France ne pourra se montrer forte à l’export que si elle est compétitive, ce qui requiert des moyens logistiques – des efforts restent à fournir dans ce domaine – mais également de ne pas surtaxer les entreprises. Le secteur des céréales est un secteur économique majeur au volume d’export conséquent. Pour développer ce moteur de croissance, il faut se montrer fort à l’intérieur. Au Maroc et en Algérie, le message véhiculé via les médias est le suivant : « vous la France, vous ne voulez plus produire pour qu’on puisse vous acheter, vous ne voulez plus exporter ». Or ces pays ne sauraient se contenter d’un seul fournisseur. L’année 2016 était catastrophique du fait du climat, les parts de marché perdues alors n’ont pas été que peu regagnées en 2017. Dans ce contexte, le gouvernement doit passer de l’ensemble des produits exportables dans ses déplacements à l’international – et non uniquement de l’aéronautique et du cosmétique.

##### Conclusion des ministres

***M. LEMOYNE*** note que l’objectif du travail interfilières, en synergie, vise à favoriser le business des entreprises. Pour ce faire, il est nécessaire d’articuler une vision macroéconomique et une vision microéconomique, soit de pouvoir agir sur-mesure en fonction des besoins ou difficultés de tel ou tel secteur. Ceci peut conduire peut-être à travailler, ultérieurement, davantage dans les détails, filière par filière.

Le nombre d’entreprises françaises exportatrices n’est pas satisfaisant, ce qui est un combat pour le Quai d’Orsay. Le rapprochement des CCI et de Business France sous l’égide des Régions vise justement à favoriser l’export. Les Régions, qui détiennent la compétence économique, sont en effet des acteurs indispensables sur ces sujets : l’action en faveur de l’export est d’abord menée sur le territoire national.

Un comité d’orientation stratégique de l’Agence française de développement (AFD) se tiendra le 25 juillet 2018. M. LEMOYNE fera passer l’information de la nécessité d’une meilleure articulation entre l’AFD et les acteurs du secteur agroalimentaire français à l’export.

Au sujet de la Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France (FEVS), des travaux entre le ministère de la Santé, de l’Agriculture et les professionnels sont en cours. Il s’agit de ne pas effrayer sur ce point.

A Bruxelles, les ministres du Commerce des autres Etats membres considèrent que la France ne fait que défendre son secteur agricole : les produits agricoles ne sont donc pas qu’une monnaie d’échange dans les relations internationales. Par exemple, il est désormais fait référence dans les mandats de négociation « Australie/Nouvelle-Zélande » aux négociations antérieures – ce qui vise à ne pas déstabiliser les filières les plus fragiles – : c’est un progrès. Sur le plan géopolitique, le président de la République Emmanuel Macron souhaite que l’Europe reste unie dans les négociations avec les Etats-Unis, dans un contexte commercial international assez tendu.

Le Ministère des Affaires étrangères souhaite conserver sa force de frappe à l’extérieur sur les sujets de commerce international : si la masse salariale devrait diminuer, elle sera compensée, par exemple par le recrutement de personnels locaux.

Le Quai d’Orsay vise à la disposition des acteurs de la Commission internationale, qui peuvent saisir Monsieur le Ministre ou son cabinet en cas de difficulté, d’urgence.

***M. TRAVERT*** remarque que si le cadre et la façon de travailler collectivement ont été trouvés, il est maintenant pertinent de travailler collectivement sur des pays ciblés. Seul le résultat comptera.

Le gouvernement négocie pour l’ensemble des savoir-faire français. Il n’est pas question de privilégier un secteur vis-à-vis d’un autre. L’agriculture n’a jamais été considérée comme une monnaie d’échange. Depuis un an, lors de ses déplacements, Monsieur le Ministre travaille à vendre les produits agricoles français et leur qualité. S’il faut veiller à ce que l’obtention de certificats sanitaires soit bien suivie de livraisons, les certificats sont souvent les déclencheurs des premières exportations. Aussi, la politique sanitaire doit se montrer à la hauteur des exigences pour la filière. Dans le budget agricole de l’année 2018, 12 millions d’euros ont été réservés aux politiques sanitaires. Il est à rappeler que la politique sanitaire est d’abord liée à la confiance nouée avec les consommateurs, en premier lieu sur le marché intérieur.

La filière des semences végétales et ses bons résultats sont effectivement à mettre davantage en avant. Monsieur le ministre en prend bonne note.

Quelques actualités : 18 établissements de porcs reproducteurs viennent d’être agréés par la Thaïlande, ce qui est une bonne nouvelle pour la filière porcine ; deux entrepôts et deux abattoirs de viande bovine viennent d’être agréés par la Chine.

La volonté d’exporter des céréales françaises n’a jamais fléchi. Au contraire : le gouvernement a contraire choisit de mettre l’export en avant et de faire de la compétitivité un point fort des filières. La France a par exemple de forts intérêts en Algérie, sur la filière céréalière : il faut maintenir ces intérêts ou les développer. Dans tous les cas, l’exigence de la France en matière d’export de céréales est maintenue, vers le Maghreb comme vers les autres pays tiers.

Ni les budgets de l’Etat ni les budgets des filières ne sont illimités, aussi l’Etat, comme les filières, doivent coordonner au mieux leurs actions, de manière à ce que l’action menée soit la plus efficace possible. En Occitanie, le MAA a par exemple installé un référent export, ce qui a contribué à délivrer des résultats. Pourquoi ne pas agir de la sorte pour l’ensemble des Régions ? En effet, toutes les Régions françaises ont vocation exporter.

Un bilan d’étape des travaux de la Commission internationale sera réalisé lors du SIAL, qui est un moment important pour développer les marchés. Monsieur le ministre y sera présent.

La France peut être fière de sa filière de vins et spiritueux et du bon niveau d’export dans ce domaine. Toutefois, il faut rester vigilant quant à la concurrence, qui peut servir des produits haut de gamme. Sur les questions d’alcool, le gouvernement a aussi pour mission de faire passer des messages sanitaires : le ministère de la Santé y travaille. Désormais, la filière et le ministère dialoguent : M. TRAVERT se dit heureux d’avoir pu contribuer à ce dialogue.

En conclusion, le travail ne peut être que collectif.

***Mme AVELIN*** remercie les ministres. Un programme de travail sera proposé aux participants, afin que des propositions puissent être formulées lors du SIAL.

*La séance est levée à 12h05.*