

L'agroalimentaire mise sur l'export, quitte à tirer les prix vers le bas

La troisième édition des Assises de l'alimentation, organisées par l'Ania en marge du Sial 2014, s'est soldée par un éloge à l'export. Les entreprises agroalimentaires sont convaincues que l'export peut être développé grâce à la qualité du "Made in France" et non par la course aux prix bas. Mais la « réduction des coûts d'achat des matières premières », et donc des prix payés aux producteurs, reste, aux yeux des dirigeants, le principal levier pour relever le défi.

En proie à la morosité nationale depuis plusieurs mois, le secteur agroalimentaire veut mettre les bouchées doubles pour conquérir de nouveaux marchés à l'export. Lors des troisièmes Assises de l'alimentation, organisées mardi 21 octobre par l'Association nationale des industries agroalimentaires, en marge du Sial, qui se déroule jusqu'au 23 octobre à Villepinte, l'export a été désigné deuxième priorité pour le secteur après l'amélioration de la compétitivité de ses entreprises.

Malgré sa contribution positive au solde commercial de la France à hauteur de 11 Md€ en 2013, l'agroalimentaire français recule sur la scène internationale. Auparavant deuxième exportateur mondial, le secteur n'est désormais plus que cinquième, derrière les États-Unis, l'Allemagne, les Pays-Bas et le Brésil !

L'ambition exportatrice du secteur agroalimentaire reste intacte, mais la conquête de débouchés hors de l'UE reste le privilège d'une poignée d'entreprises, souvent de taille importante : seulement 20 % des entreprises agroalimentaires exportent. « Il y en a deux fois plus en Italie et quatre fois plus en Allemagne ! », explique Matthias Fekl, secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur, qui souhaite « rendre plus lisible le dispositif d'aide et d'accompagnement des entreprises ».

L'Ania en est convaincue : ce n'est pas en proposant des produits moins chers que leurs concurrents étrangers que les entreprises françaises gagneront des parts de marché hors de nos frontières, mais en misant davantage sur la qualité française. Une qualité promue par le slogan "Made in France, made with love", repris en cœur par Stéphane Le Foll, venu clôturer les Assises, mais aussi par son Premier ministre Manuel Valls, la veille.

La guerre des prix, le nœud des difficultés

Toutefois, « pour développer l'export, encore faut-il être fort déjà chez soi » explique Jean-Philippe Girard. La compétitivité des transformateurs est freinée, selon l'Ania, par un manque de flexibilité de la législation du travail d'abord, mais aussi par un rapport de force de plus en plus déséquilibré face à la grande distribution. Le rapprochement de Casino et Intermarché pour la gestion de leurs achats, réduisant à quatre le nombre d'interlocuteurs pour les industriels, ne va pas relâcher la pression exercée sur l'ensemble des filières agricoles et agroalimentaires.

Ainsi, l'Ania a une nouvelle fois dénoncé « la guerre des prix » à laquelle se livrent Carrefour, Leclerc et consorts. Tout le monde s'accorde à dire que « cette guerre » est contre-productive pour tout le monde. « Elle conduit à la malbouffe pour les consommateurs, à la destruction des entreprises en amont, voire à la fraude ». Lors

des Assises, le scandale des lasagnes à la viande de cheval, survenu en février 2013, cité à plusieurs reprises, était encore dans tous les esprits.

Certes la guerre des prix entretenue par les distributeurs nuit à toutes les filières en amont, mais elle nuit surtout aux producteurs, en bout de la chaîne. Car, si l'Ania dénonce la course aux prix bas des distributeurs, les entreprises de l'agroalimentaire pourront toujours répercuter la baisse des prix sur leurs achats de matières premières agricoles.

C'est d'ailleurs ce qui ressort d'une étude présentée lors des Assises par Xavier Ruaux, associé du cabinet de conseil Oliver Wyman : 90 % des dirigeants membres de l'Ania estiment que les achats de matières premières constituent le premier levier pour améliorer la compétitivité. Autrement dit, face à la pression économique et fiscale, les entreprises considèrent les prix d'achat des céréales, produits carnés et laitiers comme la principale variable d'ajustement pour rester compétitif.

Table ronde fournisseurs distributeurs

« Parfaitement conscient des difficultés », Stéphane Le Foll organise, ce jeudi, une table-ronde entre distributeurs et tous les acteurs de la chaîne alimentaire, en présence d'Emmanuel Macron, le ministre de l'Economie, et de Carole Delga, secrétaire d'Etat au Commerce. Les ministres auront fort à faire pour convaincre les distributeurs de la contre-productivité de leur stratégie de prix toujours plus bas.

L'ensemble des secteurs agricoles et agroalimentaires en appellent au respect de la loi par les distributeurs en matière de contractualisation. Une loi qui s'est enrichie d'un décret, le 18 octobre, définissant les « situations de forte hausse des cours des matières premières agricoles ».

Source : www.agrisalon.fr/ 22/10/2014