

## **Agroalimentaire : où exporter en 2016 ?**

### **En 2016, de belles opportunités sont à saisir pour les IAA qui vont exporter leurs produits....**

Dans l'agroalimentaire, la France continue d'être performante à l'export. Le secteur représente le troisième solde excédentaire du pays, avec 9 milliards d'euros. Fin octobre 2015, les exportations françaises ont atteint 58,9 milliards, soit une progression de 2,65 % sur une année (flottante). Globalement, l'Hexagone se classe au cinquième rang mondial parmi les exportateurs de produits agroalimentaires.

### **Exportations : sur quelles filières miser en 2016 ?**

De belles opportunités sont à saisir en 2016 pour les IAA. La faiblesse de l'euro face au dollar joue en la faveur des entreprises françaises, tout comme la reprise économique de l'Europe. La levée des embargos sur les importations de viande bovine française à Singapour, au Vietnam, en Arabie Saoudite et en Afrique du Sud pourrait également déboucher sur une hausse des exportations. D'autres facteurs sont également favorables, comme l'évolution de la réglementation sanitaire au Japon (alignement sur les normes internationales), la normalisation progressive des échanges avec l'Iran, ou encore l'ouverture du marché chinois à la charcuterie française.

A l'international, les vins et spiritueux français ont toujours la cote. La part de leurs exportations a augmenté de 2 % sur les cinq dernières années. Les États-Unis sont les premiers importateurs (2,18 milliards d'euros), devant le Royaume-Uni (1,65 milliards).

### **La France : premier exportateur mondial de vin**

L'Hexagone reste le premier exportateur mondial de vin, avec un total de 8 milliards d'euros de bouteilles exportées en 2014. Les acteurs de ce secteur ont tout intérêt à se renforcer sur les marchés traditionnels. Pour ce faire, l'accent doit être mis sur la communication et le marketing, notamment sur les animations, les master class ou encore les réseaux sociaux. Pour se développer, les entreprises peuvent miser sur les nouveaux segments porteurs, comme la biodynamie ou les cépages autochtones. Le champagne et les autres effervescents continuent d'enregistrer de bons résultats, en particulier aux Pays-Bas, en Australie, à Singapour, au Japon, ainsi qu'en Afrique du Sud.

Du côté des spiritueux, le Cognac représente encore plus de 60 % des exportations en valeur, même si les ventes sont en recul en Chine, à Singapour, à Hong-Kong, ou encore en Russie. Ces dernières ont été particulièrement impactées par les mesures anti-corruption prises par la Chine. Dans le même temps, la Vodka est devenue, en volume, le premier spiritueux exporté par la France, avec une hausse de 4,5 % en 2014.

### **Les produits laitiers innovants s'exportent bien**

Sur la filière des produits laitiers, la France reste le deuxième pays européen exportateur. Face à l'incertitude sur les marchés européens, notamment en raison de la fin des quotas, les acteurs ont tout intérêt à parier sur d'autres marchés. Certains laits fermentés et spécialités laitières à tartiner sont notamment de plus en plus exportés dans les pays émergents. Les produits innovants à forte valeur ajoutée, comme les laits aromatisés, les laits dé lactosés et les ingrédients laitiers fonctionnels pourraient rencontrer du succès à l'export. Parmi les zones à privilégier en 2016, on trouve le Maghreb, l'Afrique subsaharienne, les pays du Sud-Est asiatique, et même les Etats-Unis, le Japon ou encore la Corée du Sud.

Le secteur de la viande apparaît plutôt en difficulté avec la baisse des cours et l'embargo russe. Mais l'ouverture de certains marchés asiatiques pourrait contrebalancer ces revers. Les produits hauts de gamme, destinés au secteur de la restauration, sont notamment appréciés en Europe du Nord et au Japon. La viande bovine s'exporte d'ailleurs particulièrement bien au pays du Soleil-Levant. La viande porcine rencontre un certain succès à Taïwan et les sud-Africains importent de la volaille française.

Du côté de la boulangerie, viennoiserie et pâtisserie, le Made in France est toujours plébiscité. La présence de plus en plus forte des franchises françaises, comme Paul, Eric Kayser ou Pomme de pain, est à souligner. Les produits bios, sains, sans additifs, sans gluten sont également demandés sur les marchés plus matures.

## **L'Europe : premier débouché pour les exportations françaises**

Le premier débouché des exportations françaises reste l'Europe, à hauteur de 70 %. Les plus gros importateurs de produits français sont l'Allemagne, suivi de la Belgique. Mais les exportations en Europe sont néanmoins en recul (-4,6 % en 2014). « Nous conseillons de se réorienter vers l'Europe du Nord, dont les attentes consommateurs ont évolué pour davantage correspondre à nos produits. Les belles croissances des zones Irlande/Royaume-Uni et Suède offrent des opportunités à saisir pour exporter », indique Christophe Monnier, sur Process Alimentaire

De nouveaux pays deviennent également intéressants pour les exportateurs français. Les plus fortes croissances sont enregistrées en Afrique du Nord (+3,7 % en 2014) et dans les pays de l'Asean (+2 %). Par ailleurs, trois nouveaux États pourraient présenter des opportunités à l'export en 2016. Le Maroc est le premier d'entre eux. Les exportations de céréales, mais aussi d'ingrédients, ou des produits d'épicerie fine ou transformés pourraient être plébiscités. Au Vietnam, ce sont les produits gourmets et les vins français qui sont de plus en plus demandés. Enfin, aux Philippines, des opportunités sont à saisir pour les fabricants de produits de consommation courante et hauts de gamme.