

Propositions pour une relance durable de l'industrie agroalimentaire de la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur

suite à l'impact du COVID-19 sur l'activité économique des entreprises

La France et le monde connaissent une crise sans précédent, dont les conséquences seront durables sur les entreprises et leurs activités économiques. La dimension stratégique de l'alimentation, rappelée par cette pandémie du Covid-19, est essentielle à la réflexion pour construire le « *Monde d'après* ». Malgré l'efficacité de toute la chaîne alimentaire lors de la période de confinement, la question des pénuries alimentaires refait surface et l'on s'interroge sur l'autonomie alimentaire du territoire. L'Aria Sud a répertorié de nombreux éclairages, qu'elle souhaite partager avec les acteurs publics, et présente ses recommandations au regard des 10 ambitions du plan de relance économique de la Région Sud.

L'industrie agroalimentaire, constituée pour 98% de TPE-PME, a su montrer sa capacité à maintenir, voire augmenter sa production pendant la crise. Remarquable par sa résilience, son activité ne sort hélas pas de cette période sans préjudice. Entre baisse de chiffre d'affaires, surcoûts à absorber, tension sur l'outil de production, la crise a impacté fortement le tissu industriel du secteur agroalimentaire :

- Une perte de chiffre d'affaires de plus de 22% par rapport à l'activité habituelle
- De nombreuses TPE et PME, mais aussi toutes les entreprises qui fournissent la restauration hors domicile, très durement impactées : *problèmes de trésorerie, sites de production longtemps à l'arrêt ...*
- Des hausses de coûts de 9% en moyenne, qui affectent la trésorerie des entreprises agroalimentaires, et qui vont grever leur rentabilité
- Des investissements gelés, malgré une ambition réaffirmée sur leurs objectifs de modernisation des outils de production indispensables à une relance durable de leur activité

Face à cette situation, les entreprises régionales de l'alimentation entendent relever d'importants défis : *assurer leur résilience, la reprise et le rebond de l'activité, tout en répondant aux attentes des consommateurs, pour une alimentation saine, sûre, durable et accessible à tous.* Si de nombreux dispositifs de financement sont aujourd'hui à leur disposition, la relance de leur croissance par un soutien spécifique de l'Etat et des collectivités territoriales est assurément un facteur clé de succès.

En collaboration avec l'Ania, l'Aria Sud a mené une consultation auprès des industries agroalimentaires de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur sur l'évolution de leur situation économique et sociale depuis le début de la crise du Covid-19, et sur la façon dont elles appréhendent les perspectives. A partir des résultats de cette consultation, mais aussi des propositions formulées par les chefs d'entreprises régionales, et en concertation avec ses partenaires du réseau Food 'in Provence-Alpes-Côte d'Azur (*Critt Agroalimentaire paca et Ifria Sud*), elle a établi un diagnostic régional et émet des propositions, entre souveraineté alimentaire et croissance inclusive. Ces recommandations sont donc le fruit des réflexions de l'industrie agroalimentaire régionale pour engager sa transformation vers une économie résiliente, fonctionnelle, circulaire, numérisée et inclusive.

[Récapitulatif des propositions en dernières pages]

SOUTIENS FINANCIERS (Ambition 1) :

Mettre en place une politique spécifique de soutien financier à l'industrie agroalimentaire

Constats : Si l'inflation sur les produits alimentaires transformés est actuellement très modérée, les entreprises de l'alimentation encaissent pourtant des surcoûts non négligeables. Les hausses de prix de matières premières, du transport, de la maintenance, des équipements de protection des salariés, ... augmentent les coûts de production en moyenne de 9% depuis le début de la crise. Plus de 70 % des entreprises affichent une baisse de chiffre d'affaires, supérieure à 50 % dans 22 % des cas. Les secteurs de l'épicerie sucrée et des boissons sont les plus affectés. Le chiffre d'affaires des entreprises alimentaires fournissant la consommation hors domicile est même particulièrement dégradé par la longue fermeture de la restauration commerciale et collective. Au-delà de ces hausses de coûts et de ces pertes de chiffre d'affaires, la rentabilité des entreprises agroalimentaires a baissé, les distributeurs ayant surtout commandé les références à forte rotation (celles à plus faibles marges) ou les MDD pendant le confinement. En conséquence, la crise a encore réduit la capacité d'autofinancement de l'industrie agroalimentaire, alors même que celle-ci n'a cessé de se dégrader depuis des années.

Sans la Banque centrale européenne et la force de frappe du réseau bancaire, privé ou public, qui ont permis de prêter à taux bas aux entreprises pour supporter la crise, les TPE et de PME auraient été incapables d'avoir la trésorerie dont elles avaient besoin. Cependant, les marges de progrès restent nombreuses pour le secteur agroalimentaire. Ainsi, une entreprise alimentaire sur 2 innove encore sans dispositif financier public d'accompagnement ; c'est plus que dans d'autres secteurs. Et si Bpifrance a mis à disposition des entreprises des dispositifs de financement pour renforcer leur trésorerie (PGE), et pour financer leurs projets d'innovation (Aides à la faisabilité, concours innovation), selon les chefs d'entreprises alimentaires, un renforcement des subventions (71% citations en région Sud vs 64 % au national) ou des mesures fiscales (suramortissement et crédit d'impôt pour 21% des citations vs 28% au national), permettra une relance de leurs investissements à court terme.

Recommandations :

- ⇒ Pour une relance des investissements des entreprises agroalimentaires à court terme, renforcer les mesures fiscales :
 - Exonérer des charges sociales et fiscales les TPE & PME agroalimentaires engagées sur les marchés sinistrés (RHF) ou touchées par une baisse à plus de 50% du Chiffre d'Affaires rétroactivement depuis le confinement (ou au prorata de la baisse du CA au-delà de -10%)
 - Supprimer les impôts de production (C3S, CFE, CVAE) de l'industrie agroalimentaire en 2020 et réduire ces impôts en 2021
 - Supprimer la taxe foncière des locaux des entreprises de l'alimentation
- ⇒ Pour une reprise rapide de la croissance des PME alimentaires du territoire, ...
 - Augmenter la valeur défiscalisée des tickets restaurant pour soutenir la consommation alimentaire hors domicile
 - Diminuer le taux de TVA à 2,1% (comme les médicaments) de quelques produits alimentaires de première nécessité
 - Créer des outils financiers (FCP, SICAV, emprunts obligataires régionaux) orientés vers le tissu alimentaire régional, afin d'accompagner une politique régionale de l'alimentation
 - Eviter la décote des notations des PME agroalimentaires par les assureurs-crédit et les banques, qui risqueraient de voir ceux-ci restreindre leurs concours
 - Transformer le PGE en crédit longue durée pour la filière alimentaire, remboursable sur 8 ans avec différé d'amortissement de 24 mois
 - Mettre en place un prêt à long terme à très faible taux (ex : 1%) pour consolider l'ensemble de l'endettement et permettre de dégager des marges de manœuvre pour l'innovation
- ⇒ Pour une consolidation financière des PME alimentaires du territoire, renforcer les subventions :
 - Mettre en place des fonds d'aides régionaux spécifiques à l'industrie agroalimentaire
 - Mettre en place de nouveaux fonds européens FEADER sur les investissements matériels et immatériels dans les industries agroalimentaires, avec des critères élargis pour 2 années (notamment la mesure 4.2)
 - Adopter une politique alimentaire à l'échelle européenne, pour aller au-delà que la PAC

INNOVATION (Ambition 2) :

Accélérer l'innovation alimentaire pour accroître l'autonomie nutritionnelle.

Constats : *Tous les 5 ans, 50 % de l'offre alimentaire est renouvelée. Les effets de la crise nous laissent penser que ce chiffre va encore augmenter. Seules les entreprises qui auront stratégiquement appréhendé cette nouvelle période de transition alimentaire aborderont l'avenir avec sérénité et confiance. D'ailleurs, les entreprises qui avaient le moins désinvesti dans leurs innovations sont déjà celles qui s'en sortent le mieux en cette période de sortie de confinement. Car même en temps de crise, les consommateurs gardent un intérêt marqué pour les innovations. Ils se projettent vite dans de futurs achats.*

Depuis de nombreuses années, les entreprises agroalimentaires se sont engagées dans la reformulation et l'innovation de produits, conformément aux goûts et aux préférences alimentaires des consommateurs, sans compromettre la sécurité alimentaire. Aujourd'hui, les innovations dans l'industrie alimentaire concrétisent les aspirations des consommateurs pour la qualité nutritionnelle, le goût et la production locale et bio. Il est à noter que les grandes marques, qui ont vu le marché du bio exploser sans elles ou presque, rattrapent leur retard. Et que les innovations premium ont encore plus besoin de justifier leur positionnement prix en démontrant un avantage clair. Enfin, les innovations portent de plus en plus souvent des valeurs fortes en termes de santé, d'environnement et de responsabilité sociétale.

Les scores, les notes et les labels se multiplient pour orienter le consommateur avec des solutions technologiques qui intègrent de plus en plus d'aspects qualité, santé et environnement. La tendance est aux "consomm'acteurs", accros aux applications en faveur du mieux manger et de la transparence (Yuka, ...).

Enfin, avec l'allongement de l'espérance de vie, et une demande toujours plus forte d'aliments fonctionnels, le marché de la nutrition-santé explose. Il est tiré par le bio et le sans gluten. L'alimentation végétarienne et végane est également plébiscitée par les consommateurs. L'engouement pour ce type de produits s'explique par l'adoption d'un mode de vie plus sain et plus responsable par les ménages CSP+, mais aussi par une clientèle plus modeste, consommatrice de viande, et par celle avec des interdits alimentaires comme les musulmans. Cette percée est encore limitée par des prix trop élevés pour séduire tous les budgets.

Recommandations :

- ⇒ **Encourager le développement d'aliments de haute qualité nutritionnelle et d'aliments fonctionnels (qui procurent, au-delà des fonctions nutritionnelles de base, des bienfaits physiologiques grâce à un ingrédient qui procure un avantage santé supplémentaire)**
- ⇒ **Faire de la nutrition-santé une priorité pour les innovations des produits alimentaires transformés localement : formulations riches en protéines d'origine végétale et fibres ; entrée de fruits & légumes frais et légumineuses dans la composition des aliments ; optimisation nutritionnelle des recettes sans sacrifier le goût, ...**
- ⇒ **Créer un programme d'accompagnement à l'innovation dans les industries agroalimentaires régionales pour les inciter à :**
 - Développer des ingrédients (ex : les probiotiques) et utiliser des procédés vertueux (ex : la fermentation, l'approche « Carefull processing », ...) qui apportent des caractéristiques spécifiques aux produits alimentaires
 - Utiliser les coproduits pour lutter contre le gaspillage alimentaire
 - Développer de nouveaux produits transformés Bio pour préserver l'environnement
 - Calculer et utiliser le NUTRI-SCORE pour qualifier et améliorer la qualité nutritionnelle de leurs produits
- ⇒ **Accélérer l'écoconception des produits (réduction des impacts environnementaux des ateliers de production et des produits), et encourager l'utilisation d'emballages recyclables ou réutilisables.**
- ⇒ **Lever les principaux freins au financement de l'innovation pour les industries agroalimentaires : champ des aides trop restreint, complexités des dispositifs, multiplicité des interlocuteurs...**
- ⇒ **Rembourser l'ensemble des créances du Crédit Import Recherche (CIR) de manière anticipée pour les PME agroalimentaires**

PROMOTION (Ambition 3) :

Valoriser les TPE & PME agroalimentaires régionales auprès de leurs clients et des consommateurs

Constats : Pendant la crise, tous les circuits de distribution ont généré une forte baisse de chiffre d'affaires (CA) sur une partie non négligeable des entreprises agroalimentaires de la région Sud :

- 13% des entreprises ont subi une baisse de CA de plus de 50% en GMS,
- 34% des entreprises ont subi une baisse de CA de plus de 50% sur l'Export,
- 68% des entreprises ont subi une baisse de CA de plus de 50% en RHF.

Au global, les deux tiers des entreprises affichaient une baisse de CA en avril 2020, supérieure à 50 % dans 25 % des cas. L'arrêt total de la production ou la fermeture de lignes de production étaient également des situations fréquentes pour plus de 40% des entreprises. Et les prévisions de CA des industries alimentaires régionales au mois de mai ne s'améliorent pas...

Sur la majeure partie du confinement, la population a cherché des produits de première nécessité. Les grandes enseignes ont privilégié les grandes marques, et leurs marques de distributeur, et se sont fermés aux produits régionaux des TPE/PME. Ces produits de grande consommation ont également connu une explosion de leurs ventes on line (drive et livraison à domicile) en France. Après avoir dépassé 10% certaines semaines, la part de marché du e-commerce alimentaire pourrait rester au-dessus de 8%. Si la livraison à domicile est en plein boom, plus de 80% de la croissance du e-commerce alimentaire "généraliste" reste réalisée par le drive. Le développement de nouvelles Marketplace locales devrait répondre à cette double demande : celle exprimée par les citoyens autour d'une consommation responsable, citoyenne et de proximité et celle des TPE/PME régionales souhaitant accéder directement à de nouveaux consommateurs, via des transactions en ligne.

La stratégie d'offre des industries agroalimentaires se doit désormais d'être « nativement » multicana, avec des opportunités d'élargissement de l'offre sur le web, tout en faisant attention à la politique de prix et à la rentabilité. Le client achètera indifféremment en magasin et sur le web, pourra se faire livrer chez lui ou dans le point de vente, voire un point relais.

D'autant que sur les réseaux sociaux, les tribus (ou communautés) continuent de gagner en influence avec leurs revendications (et leurs recommandations) et interpellent les marques à changer leurs habitudes pour le futur, notamment en matière de communication RSE. Les marques doivent s'enrichir de leurs avis, afin de lancer des gammes de produits plus en phase avec les attentes des consommateurs, mais aussi les placer en porte-parole de marque. Les réseaux sociaux (et les influenceurs) réinventent la relation avec les entreprises. Il est important pour les industriels de rester proches de leurs publics. Les Chefs l'ont d'ores et déjà compris, ils communiquent directement avec leurs audiences, de plus en plus jeunes, sur leurs secrets de fabrication et autres recettes.

Recommandations :

- ⇒ **Renforcer la promotion des entreprises alimentaires sur leurs circuits de distribution**
 - Permettre aux TPE & PME régionales d'accéder aux salons professionnels agroalimentaires spécialisés (RHF, BIO, MDD, ...) et aux salons régionaux d'enseigne, levier N°1 de la prospection
 - Stimuler la mise en avant des produits alimentaires régionaux par des rencontres de TPE & PME avec des enseignes de magasins et des grossistes, pour développer le volume d'affaires
 - Promouvoir les TPE & PME locales auprès des Cafés, Hôtels & Restaurants du territoire
 - Développer une approche locale de commerce équitable avec les enseignes de distribution volontaires
 - S'assurer d'une bonne compréhension des TPE & PME alimentaires de ce que la crise va changer, de manière à ce qu'elles adaptent leur offre à la demande des consommateurs
- ⇒ **Valoriser l'offre alimentaire régionale sur internet et les réseaux sociaux**
 - Promouvoir l'offre de livraison à domicile ou de click & collect des TPE & PME de la région
 - Accélérer le développement de Marketplace locales sur les produits alimentaires pour faciliter l'achat local des produits alimentaires des TPE (ex : www.dansnosregions.fr)
 - Promouvoir les produits régionaux des TPE & PME dans l'offre drive des enseignes
 - Optimiser la présence des produits des TPE sur Instagram, le réseau social tendance du #food
- ⇒ **Lancer une démarche de marketing territorial valorisant les produits alimentaires « Transformés en région Sud » pour construire une identité régionale aux produits alimentaires transformés en région à partir de filières courtes d'approvisionnement (pas seulement régionales) et inciter à la consommation locale**

INTERNATIONAL (Ambition 4) :

Dynamiser les entreprises de l'alimentation à l'international en jouant collectif

Constats : Pour les trois quarts des entreprises agroalimentaires exportatrices, l'export pèse moins de 25% de leur activité. Mais malgré la priorisation du débouché national, des difficultés à trouver des containers et un temps de frêt allongé, le marché export (au sens large) a été relativement préservé, plus de la moitié des entreprises alimentaires régionales exportatrices n'ayant pas subi de diminution de leur CA. Cependant, en avril, un tiers des entreprises alimentaires exportatrices a quand même subi une diminution du Chiffres d'Affaires de plus de 50%. Les prévisions du mois de mai tendent vers une légère amélioration de la situation, avec 20% seulement des entreprises prévoyant une baisse de Chiffres d'Affaires de plus de 50%. Il reste beaucoup d'incertitudes quant à la reprise effective des déplacements de personnes sur les différentes parties du monde (avec souvent une quarantaine à l'arrivée dans le pays visité, et une quarantaine au retour dans le pays de départ) et quant aux reports ou annulations de salons ou événements en juin ou même septembre.

Le e-commerce alimentaire séduit de nouveaux consommateurs à travers le globe. Sa croissance continue d'être forte en Asie et en Amérique du Nord, mais l'e-commerce alimentaire connaîtra aussi une croissance plus rapide en Europe après la crise. Trois grands axes de transformation sont susceptibles d'alimenter cette transformation digitale du marché alimentaire : l'évolution accélérée des retailers physiques (transformation des opérations existantes vers l'omnicanal), l'apparition d'un e-commerce 2.0 (personnalisation, développement de nouveaux modes de consommation de niche : bio, santé, CtoC, commerce circulaire...), le développement d'écosystèmes à la Alibaba, entremêlant retail et logistique.

Recommandations :

- ⇒ **Soutenir davantage la promotion collective des entreprises agroalimentaires exportatrices**
 - Permettre aux PME agroalimentaires d'accéder aux salons professionnels internationaux majeurs via des pavillons régionaux, salons qui restent plébiscités par les entreprises agroalimentaires exportatrices comme étant un levier structurant de relance à l'export
 - Faciliter les rencontres des PME régionales exportatrices avec les acheteurs internationaux, plutôt en présentiel (*priviliégiant leur visite sur le site de production*), ...
 - Stimuler le sourcing de produits alimentaires régionaux auprès d'enseignes ciblées dans les pays européens exprimant une appétence particulière pour les produits alimentaires de Provence-Alpes-Côte d'Azur (*ex : UK, Belgique, ...*), mais aussi dans les pays de grand export exprimant des besoins stratégiques d'approvisionnement (*Ex : Singapour, ...*) ou bien ayant une grande confiance dans la qualité des produits français (*Ex : Chine, ...*)
- ⇒ **Mener des démarches collaboratives pour que l'agroalimentaire chasse en meute à l'export**
 - Engager des missions commerciales de représentation de quelques entreprises, pour leur permettre de tester de nouveaux marchés internationaux
 - Conduire des opérations de trade marketing (*ex : animations en magasin*), pour de petits groupes constitués d'entreprises exportatrices ayant durablement un même marché à l'export, afin de promouvoir et vendre leurs produits dans le cadre de semaines provençales.
 - Proposer une fonction export externalisée et partagée aux TPE ayant des produits à fort potentiel à l'international
- ⇒ **Créer des outils mutualisés pour que le tissu alimentaire régional relève les défis commerciaux de demain**
 - Encourager le développement de marketplace de produits alimentaires régionaux pour certains pays cibles, en travaillant en parallèle sur la mutualisation logistique
 - Construire des plateformes numériques d'échanges entre responsables export d'entreprises agroalimentaires, entre fournisseurs et acheteurs de l'agroalimentaire (*ex : www.needl.co*) ...
 - Déployer une signalétique régionale forte, en cohérence avec la signalétique nationale 'Taste France' et les marques Destinations touristiques de la région Sud, dépassant le cadre de la seule signature institutionnelle et du carcan de l'origine de la matière première
- ⇒ **Créer une Team France Export Agro pour engager la Team France Export Sud dans un partenariat plus étroit avec l'Aria Sud, membre du cercle des régions de France by Business France Agrotech**

CAPITAL HUMAIN (Ambition 5) :

Engager le tissu agroalimentaire régional dans une économie plus inclusive

Constats : Les industries agroalimentaires de la région adoptent, depuis longtemps déjà, les bons réflexes sanitaires et ont su rapidement faire face aux contraintes liées à une pandémie. Les mesures d'accompagnement de l'activité (plan de continuité et guide de reprise) conjuguées au renforcement du dialogue social ont permis de contenir l'absentéisme à un faible niveau pendant la crise. Les perspectives se réduisent encore en mai, avec moins de 8% des effectifs concernés. Mais cet absentéisme concerne néanmoins une proportion importante d'entreprises (62% en région Sud contre 66% au national).

Pendant la crise, travailleurs agricoles, camionneurs, manutentionnaires, ouvriers d'industries alimentaires, employés de supermarché, livreurs, ... tous ont continué à travailler. Pour l'industrie alimentaire, les tensions sur la main d'œuvre ont été plus fortes dans les secteurs de la confiserie et des boissons, et moins prégnantes dans les secteurs de la transformation des fruits & légumes et des produits carnés. Si la région Sud se situe globalement dans la moyenne nationale, il est encore trop tôt pour savoir quel sera l'impact de cette crise, et le coût social ne sera tiré qu'à la fin de l'été. Cependant, une enquête, en collaboration avec POLE EMPLOI, est en cours pour anticiper les besoins en compétence du secteur, enjeu majeur de la reprise économique.

La crise a également cassé la dynamique de l'apprentissage enclenchée depuis la réforme de 2018. La rentrée 2020 risque de mettre des potentiels apprentis sur le carreau, sans compter le prix du sauvetage des CFA qui redoutent une forte baisse des contrats en alternance. Dans la situation actuelle d'extrême tension sur la trésorerie, d'incertitude sur les carnets de commandes, de forte dégradation de la rentabilité d'exploitation, la seule façon de décider les entreprises, toutes tailles confondues, de recruter des apprentis est d'en réduire massivement le coût.

Pour tenir le coup, le secteur agroalimentaire n'oublie pas qu'il a eu besoin de beaucoup de monde : les agents de caisse, les transporteurs, les agents de nettoyage, les conseillers bancaires, les agriculteurs, les opérateurs des réseaux de communications Suivant la ligne de conduite du PDG de Danone, initiateur du "collectif d'entreprises pour une économie plus inclusive" juste avant la crise, le tissu agroalimentaire de la région Sud doit s'engager en faveur d'une économie plus inclusive, visant à réduire les inégalités. Les objectifs sont d'améliorer l'employabilité des salariés et lutter contre la peur du déclassement. Nous devons tirer les conséquences de la crise sur la juste rémunération du travail. Comme nous devons tirer les conséquences du développement du télétravail, qui peut réduire les émissions 'carbone' en limitant les déplacements inutiles.

Recommandations :

⇒ **Développer l'emploi dans l'industrie agroalimentaire régionale et dans son écosystème local**

- **Faire bénéficier les TPE agroalimentaires d'une politique incitative d'embauche à la relance ou au développement d'activité (ex : exonération de charges, fonds de revitalisation, ...)**
- **Déployer sur tout le territoire des Préparations Opérationnelles à l'Emploi Collectives (POEC) dédiées à l'agroalimentaire, et intégrer davantage de demandeurs d'emploi via ces POEC vers des parcours d'apprentissage**
- **Organiser des visites de demandeurs d'emploi dans les industries agroalimentaires régionales et proposer au secteur les profils adaptés suite à la Méthode de Recrutement par Simulation (MRS)**
- **Inciter les entreprises de l'alimentation à s'appuyer sur les Groupements d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification (GEIQ), et développer de nouveaux GEIQ sur le territoire**
- **Inciter à réorganiser les espaces de production pour permettre aux salariés de travailler ensemble en toute sécurité, et encourager une pratique accrue du télétravail**
- **Accroître les achats de fourniture auprès des structures d'insertion et des PME installées dans les quartiers défavorisés ou en zone rurale**
- **Maintien dans l'emploi et insertion des personnes en situation de handicap,**

⇒ **Soutenir la montée en compétences des salariés des TPE/PME régionales**

- **Faire bénéficier les entreprises agroalimentaires de 51 à 250 salariés des fonds d'OCAPIAT**
- **Stimuler davantage la formation interne ciblée sur les métiers agroalimentaires en tension (technicien de maintenance, conducteur de ligne, ...) et les nouveaux enjeux de**

compétitivité du secteur (industries 4.0, transition écologique, qualité sanitaire et nutritionnelle, e-commerce, international, ...)

- **Développer une coloration 'agroalimentaire' de certains diplômes généralistes (ex : BTS commercial, BTS tourisme, Bachelor,...), compte tenu de l'absence d'unité de formation spécifique à l'industrie alimentaire sur le territoire**

⇒ **Valoriser les industries agroalimentaires qui embauchent des apprentis**

- **Faire bénéficier les entreprises de moins de 10 salariés d'une prise en charge de la masse salariale de l'apprenti en 2020 et 2021 (Apprenti = coût zéro pour l'entreprise)**
- **Porter l'aide unique à l'apprentissage à 10 000 € pour les TPE et PME agroalimentaires qui recruteront un apprenti (ou un alternant dans le cadre d'un contrat de professionnalisation) d'ici au 31 décembre 2020, et quel que soit le niveau de diplôme préparé par l'apprenti (ou l'alternant), car ce sont elles qui sont nombreuses à remettre en cause le recrutement d'apprentis suite à la crise (baisse du CA, absence de perspective...)**
- **Diminuer le reste à charge pour les entreprises en maintenant les niveaux de prise en charge actuels des contrats d'apprentissage et en réévaluant certains niveaux « anormalement » bas.**
- **Permettre aux entreprises de moduler la répartition du temps de travail entre le CFA et l'entreprise, en augmentant la part de la formation à distance dans les modalités pédagogiques pour les apprentis les plus autonomes**
- **Permettre aux entreprises de recruter tout au long de l'année en organisant davantage de sessions d'examens au cours de l'année civile**
- **Faciliter la mobilité des apprentis de l'industrie agroalimentaire par une prime de transport, les entreprises agroalimentaires étant souvent en milieu rural, loin des réseaux de transports urbains**
- **Inciter les entreprises agroalimentaires régionales à prioriser l'apprentissage au sein de l'IFRIA, pour coordonner l'offre globale de formation régionale en agroalimentaire (éviter la concurrence avec d'autres CFA territoriaux pour encourager leur collaboration)**
- **Prendre en charge le coût du travail de développement de l'apprentissage en 2020 et 2021 : recherche d'entreprises, sourcing de candidats, communication...**

⇒ **Redonner confiance aux français dans leur industrie agroalimentaire**

- **Renforcer l'attractivité du secteur et de ses métiers par des outils numériques, des visites en entreprise et un plan de communication, afin de rebondir positivement et durablement sur l'image d'un secteur d'activité résilient face à une crise sanitaire**
- **Rapprocher l'école de l'entreprise agroalimentaire par la promotion du secteur dans les séquences « orientation » en collège et en lycée**
- **Inciter davantage les établissements régionaux d'enseignement ou de formation, jusqu'aux écoles supérieures, à travailler en plus forte collaboration avec les entreprises et représentants de l'industrie agroalimentaire régionale**
- **Réaliser un benchmark sur les systèmes de rémunération globale en agroalimentaire, pour valoriser et déployer les bonnes pratiques RSE**
- **Accompagner les entreprises dans leur démarche RSE**
- **Assurer une meilleure participation des salariés à la construction du futur de l'entreprise**

ACCELERATION (Ambition 6) :

Adapter les programmes d'accélération aux besoins alimentaires de première nécessité

Constats : Pendant la crise, aucune pénurie alimentaire n'a été constatée grâce à la résilience de la chaîne alimentaire.... Mais la crise a et aura un impact sur le pouvoir d'achat des ménages. La précarité alimentaire a d'ailleurs déjà augmenté : amputés d'une partie de leurs revenus, privés des cantines scolaires, beaucoup de personnes ont eu affaire pour la première fois à l'aide alimentaire ces dernières semaines. Avec la crise, la nutrition est devenue une question sociale. Les changements de consommation seront à la fois davantage de produits locaux pour les ménages qui ont préservé leur pouvoir d'achat, mais aussi plus des produits à prix bas pour ceux qui ont subi une baisse du pouvoir d'achat. Il faut donc agir collectivement pour protéger les personnes vulnérables et leur garantir l'accès à une nourriture saine et équilibrée.

En parallèle, le risque d'une trop grande dépendance alimentaire en produits de première nécessité amène à envisager une politique publique de relocalisation de la fabrication de produits alimentaires accessibles à tous, et donc d'outils industriels les fabriquant. L'industrialisation de l'alimentation permet de proposer ces produits en toute période. Mais pour faire face à un tel enjeu, la relocalisation ne suffira pas. Afin d'offrir une alimentation accessible à tous, les politiques publiques doivent permettre aux industries agroalimentaires d'être compétitives, au moins sur son territoire à défaut de pouvoir l'être au niveau international. Cela passe notamment par l'industrialisation 4.0 des entreprises, et notamment celles fabriquant des produits de première nécessité. Car il faut aussi inventer des solutions agiles et rapides à mettre en œuvre. L'agilité productive est la capacité à se réorganiser pour produire rapidement et localement ce qui viendrait à manquer. Plus notre industrie agroalimentaire sera diversifiée, plus elle sera riche d'opportunités, plus elle offrira des synergies et des solutions de remplacement, plus elle sera agile pour répondre aux chocs, trouver de nouveaux débouchés et s'adapter aux besoins locaux en toute confiance.

Ecoconception ! Bio ! Origine ! Les réponses apportées par de nombreuses PME agroalimentaires aux attentes légitimes des citoyens ont « premiumisé » l'offre alimentaire régionale. Néanmoins, cette dynamique a des limites, tous les consommateurs n'étant pas en mesure d'en payer le prix. Si le bio a connu un boom (+ 19,3% des produits bio en GMS en avril selon l'IRI), tous les consommateurs n'ont pas les moyens d'acheter ces produits, et doivent pouvoir s'orienter vers d'autres références. La réponse de l'industrie agroalimentaire face à ces inégalités est le développement d'aliments fonctionnels pour la santé à des prix raisonnables, avec des valeurs nutritives, des proportions élevées de protéines, ou des sources de vitamines, de minéraux et d'acides gras essentiels (e : produits préparés ou cuisinés à base de légumineuses ou de légumes secs, de soja...; consommations de fruits secs ou de fruits à coque ; insectes ou algues marines ; novel foods ou probiotiques ; ...). D'après la dernière étude du cabinet Mintel, la crise a ainsi profité aux produits locaux, et aux produits fonctionnels en particulier les aliments et les boissons bénéfiques pour le système immunitaire.

Recommandations :

- ⇒ **Renforcer la performance industrielle et la flexibilité de l'industrie agroalimentaire régionale**
 - Amplifier le programme d'accompagnement vers l'industrie 4.0, incitant à la modernisation, la robotisation et la transformation numérique des outils industriels agroalimentaires
 - Améliorer l'organisation dans les ateliers pour une plus grande souplesse de production
 - Numériser les interactions des industries alimentaires avec leurs clients et fournisseurs (*Cahiers des charges, Blockchain, ...*)
 - Accompagner la transition numérique de toutes les entreprises agroalimentaires
 - Imaginer de nouveaux lieux de transformation alimentaire : *mobiles, mutualisés...*
 - Développer la capacité des entreprises à faire des sauts productifs
- ⇒ **Développer une offre locale compétitive de produits alimentaires de première nécessité, accessible au plus grand nombre et de bonne qualité sanitaire et nutritionnelle**
 - Maintenir la sécurité sanitaire des produits, préalable indispensable à une offre alimentaire fiable
 - Stimuler le développement d'aliments de haute qualité nutritionnelle et d'aliments fonctionnels
 - Identifier les productions agricoles re-localisables nécessaires aux industries agroalimentaires de la région pour la fabrication de produits de première nécessité
 - Sélectionner les produits et secteurs alimentaires de première nécessité et à l'apport nutritionnel essentiel, et renforcer l'accompagnement des entreprises concernées sur le territoire
 - Renforcer la structuration des interprofessions vers l'aval pour permettre une stratégie de compétitivité et favoriser un dialogue constructif
 - Faire de cet enjeu un objectif majeur des Projets Alimentaires de Territoire (PAT)

INVESTISSEMENTS (Ambition 7) :

Moderniser l'industrie agroalimentaire, secteur essentiel

Constats : Les 2/3 des entreprises agroalimentaires qui avaient prévus des investissements ont annulé ou reporté leurs projets depuis le début de la crise. Le manque de visibilité, sur la sortie de crise (inquiétude sur la trésorerie) pour 48%, et sur l'évolution du marché (inquiétude sur les commandes) pour 29%, sont les premiers facteurs d'explication. L'enjeu est donc de relancer les investissements à court terme en compensant le besoin de trésorerie et la perte de rentabilité.

90% des investissements prévus par les industries agroalimentaires régionales étaient de moins de 1 M€. Et les 2/3 de ces besoins d'investissement concernaient la modernisation des équipements et étaient liés au « réemploi » : changement de lignes de production, achat de matériels(s), nouveaux emballages, ...

Ces besoins d'investissements ressortent renforcés par la crise, car ils répondent à l'évolution accélérée des consommateurs vers une alimentation toujours plus sûre, plus saine, plus durable et plus accessible à tous.

- 80% des entreprises agroalimentaires régionales (contre 70% au niveau national) se déclarent concernés par une hausse d'investissement lié au numérique pour la « digitalisation » des process de production : ERP, automatisation des chaînes, performances des lignes de production, gestion et partage des données, ...
- 64% des entreprises agroalimentaires régionales se déclarent concernés par une hausse d'investissement lié à la mise en œuvre d'une stratégie de « décarbonation » destinée à réduire de manière significative (50%) les émissions de gaz à effet de serre.

Les industriels de l'agroalimentaire estiment la hausse des niveaux d'investissements à hauteur de 30%, que ce soit pour atteindre à long terme la neutralité carbone ou bien pour assurer la transition numérique.

Enfin, les besoins d'investissement concernent également une meilleure capacité de stockage, aussi bien dans le frais que dans le surgelé, et les investissements sur les produits dits 'sensibles' (de première nécessité), comme le pain, doivent être particulièrement soutenus.

Recommandations :

- ⇒ Stimuler des investissements de modernisation de lignes de production, de diminution des consommations énergétiques en production, et ceux liés à la mise en œuvre de la loi Economie Gaspillage & Economie Circulaire car elle engendrera des surcoûts
- ⇒ Accélérer les investissements visant à garantir la traçabilité de la chaîne de valeur pour améliorer l'information des consommateurs sur les produits alimentaires et continuer à les rassurer, tant sur leur sécurité sanitaire que sur leur composition, origine, mode de production et transformation, etc...
- ⇒ Relancer les investissements à court terme par un renforcement des subventions
 - Soutenir davantage les investissements matériels des industries agroalimentaires, notamment ceux portant sur la fabrication de produits alimentaires de première nécessité sur le territoire, et sans pour autant les lier obligatoirement à un approvisionnement en matière première locale
 - Récompenser le recyclage ou la mise à disposition à un établissement de formation des anciennes lignes de transformation alimentaire, renouvelées dans le cadre d'un investissement faisant l'objet d'une demande de subvention au titre du FEADER
- ⇒ Relancer les investissements à court terme par un allègement des mesures fiscales des entreprises
 - Aménager les règles du report des déficits en abandonnant temporairement le plafonnement.
 - Poursuivre la politique de suramortissement des investissements pour accélérer les investissements productifs, notamment en matière de robotisation et en lien avec la relocalisation d'activités
- ⇒ Prévoir un plan de financement sur l'investissement industriel en plus de celui sur l'innovation dans le cadre du volet « *alimentation durable pour la santé* » du pacte productif, pour aider à la localisation ou relocalisation de certaines fabrications (*nouvelles sources de protéines, process de biotechnologies, production de ferments*)

ATTRACTIVITE (Ambition 8) :

Renforcer l'attractivité du territoire par le secteur agroalimentaire

Constats : *Les préoccupations responsables connaissent une forte poussée : défense de l'environnement, intérêt pour la condition des petits producteurs, désir de soutenir l'économie locale, ... L'enquête Covid-19 « Le jour d'après » réalisée par l'ObSoCo, révèle une augmentation de la disposition des Français à consommer des protéines végétales, voire des protéines animales issues des insectes si « des considérations environnementales ou sanitaires devaient nous encourager à l'avenir à réduire notre consommation de viande ». Les sondés déclarent avoir l'intention d'intensifier ces pratiques à l'issue de la crise. 78 % des personnes interrogées affirment être attentives aux effets de ce qu'elles mangent sur leur santé.*

La France a su garantir sa sécurité d'approvisionnement alimentaire, parce que nous avons conservé une agriculture indépendante, une industrie agro-alimentaire performante, des commerces alimentaires et un réseau de distribution solides. Pour d'autres secteurs essentiels en revanche, il n'y a pas eu d'autre choix que de multiplier les sources d'approvisionnement extérieures. La France doit consolider sa capacité à transformer des produits alimentaires de première nécessité. Transformer plus, transformer mieux, transformer différemment sont des impératifs absolus du secteur et du territoire.

L'alimentation est un marqueur identitaire. Nous avons souvent ce réflexe de mettre en avant des produits endémiques comme la bouillabaisse ou les pieds paquets. En même temps, dans les faits, nous sommes dans un système mondialisé, et les aliments les plus populaires sont devenus les sushis et la pizza, ce qui nous éloigne de cette image d'Épinal d'une alimentation de terroir... Pourtant, d'un point de vue culturel, l'un n'empêche pas l'autre ! On peut parfaitement mettre en avant des plats de "nos" terroirs tout en ayant une alimentation du quotidien ou événementielle puisant dans d'autres cultures. Cet attachement multiculturel à la table est à prendre en compte pour imaginer l'alimentation de demain, qui ne pourra se baser uniquement sur des considérations agronomiques ou environnementales.

D'où le potentiel encore sous-exploité de l'agrotourisme, qui n'est pas une activité annexe mais bien au contraire une force motrice qui tire l'économie d'un territoire et de nombreuses TPE & PME agroalimentaires. Si le tourisme a subi une récession sans précédent, qui a conjugué contraction de la consommation, chute du chiffre d'affaires, baisse de la rentabilité et hausse de l'endettement, avec des perspectives très incertaines à court et moyen termes, l'agrotourisme est une opportunité de développement et de renouveau pour tous les territoires.

Recommandations :

- ⇒ **Installez des outils de première transformation alimentaire, augmentant la résilience des industries agroalimentaires de la région**
- ⇒ **Faire des MIN de production situés au cœur des bassins de production, des lieux de massification (*Centrale d'achats, flux logistiques internationaux, nationaux et régionaux, ...*) ; faire des MIN de distribution situés près des bassins de consommation, des lieux de répartition (*Marketplace locale, livraison à domicile, ...*)**
- ⇒ **Faire des entreprises de l'alimentation, qui ouvrent leurs portes au public, des marqueurs régionaux d'attractivité multiculturelle**
 - **Aux côtés des offres agritouristique et œnotouristique, distinguer et valoriser davantage l'offre agrotouristique régionale dans la politique de structuration des destinations Provence / Alpes / Côte d'Azur, sous l'égide du Comité régional de tourisme et en partenariat avec l'Aria Sud**
 - **Inciter davantage d'entreprises agroalimentaires régionales à proposer une offre touristique pour enrichir et différencier les marques destinations de la région Sud dans leurs campagnes de communication en France et à l'international**
- ⇒ **Structurer des plans de diversification alimentaire des territoires : *variété des productions agricoles et alimentaires, marques locales, ...***
- ⇒ **Renforcer les moyens d'accompagnement du réseau régional Food' in Provence-Alpes-Côte d'Azur au service de la performance globale des entreprises agroalimentaires de la région**

RELOCALISATION (Ambition 9) :

Alimenter la transformation alimentaire par des filières courtes

Constats : Parmi les dernières tendances observées dans le secteur de l'agro-alimentaire, celle du besoin de proximité. Le phénomène est porté par les préoccupations environnementales grandissantes des Français et il y a désormais un véritable élan de la population vis-à-vis d'achat plus fréquent de produits à 100 ou 200 km maximum des magasins qui commercialisent ces produits. 76 % des français privilégient le Made in France pour soutenir l'économie française et les acteurs locaux, selon le baromètre publié par Harris début mai 2020.

Les filières courtes sont également passées du stade embryonnaire à l'état de projets d'avenir. On parle de filière courte lorsqu'il y a 'proximité' des lieux de production, de transformation, de vente et de consommation des produits alimentaires. La limitation des déplacements permet des économies d'énergie en même temps qu'une meilleure connaissance réciproque des acteurs. Elle renforce ainsi les liens dans la chaîne alimentaire. Le développement des filières courtes s'inscrit notamment dans une logique de rapprochement de la production et de la transformation, et dans une perspective de relocalisation des activités si elle s'avère pertinente économiquement.

La poursuite de cette tendance du consommer équilibré, local, français ... s'est traduit pendant la crise par un attrait pour les produits premium quand le positionnement prix se justifiait, par l'utilisation accrue du e-commerce (qui atteindra les 8% de PDM alimentaire sur l'année 2020), combiné à une visite des magasins de plus petits formats (supermarchés, magasins de proximité, circuits spécialisés, ...). Ce phénomène illustre le besoin structurel de naturalité, de transparence, ...de proximité d'une partie de la population et cela va perdurer. L'impact du confinement sur le comportement alimentaire futur des Français a été décrypté par l'IFOP : 56% des personnes prévoient de manger plus sain / équilibré, 35% vont acheter plus local, 32% vont veiller toujours plus à l'origine des produits, 20% évoquent consommer plus de produits biologiques.

Enfin, La fermeture des circuits RHF a généré de grosses pertes de Chiffres d'affaires (CA) pour les TPE & PME alimentaires régionales livrant la restauration commerciale et collective : 68% ont subi une baisse de CA de plus de 50% en RHF. Certaines pourraient être en grande difficulté dans les mois à venir. La commande publique est un des leviers de la pérennité de l'activité des entreprises RHF-dépendantes (part d'activité RHF > 50%), sous condition que les appels d'offre des marchés publics soient simplifiés, et profitables à l'approvisionnement en produits alimentaires fabriqués localement. En effet, en vertu de l'équité de traitement entre les différentes entreprises, qui oblige l'administration à "respect[er] les principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures ", le code actuel des marchés publics ne permet pas à l'administration de sélectionner des produits sur le critère de provenance.

Recommandations :

- ⇒ **Développer les filières courtes pour une transformation alimentaire régionale durable**
 - Produire localement des matières premières (MP) agricoles pertinentes (ex : *légumineuses, fruits secs, ...*) à destination d'une transformation industrielle
 - Regrouper et augmenter les productions agricoles locales répondant aux besoins en volume des industries agroalimentaires régionales, et développer les outils de première transformation
 - Faciliter l'importation en filières courtes des MP complémentaires (*noⁱ via le port de Marseille*)
 - Inciter davantage les enseignes de la distribution à permettre aux TPE d'accéder directement aux rayons de leurs supermarchés et magasins de proximité proches de leurs implantations
 - Soutenir les parties prenantes locales les plus fragiles de l'industrie agroalimentaire
- ⇒ **Enrichir l'offre régionale en produits alimentaires transformés sous Signe d'Origine et de Qualité (SIQO)**
 - Développer de nouveaux produits transformés sous Label Rouge, avec dénomination régionale
 - Aider les produits alimentaires transformés en région à utiliser des SIQO comme ingrédients
 - Inviter plusieurs ODG de SIQO à mutualiser leur gestion administrative, leur contrôle 'qualité', leur démarche promotionnelle, ... pour se développer commercialement
- ⇒ **Faire de la commande publique un levier essentiel de relance et de pérennité des entreprises agroalimentaires RHF-dépendantes, en favorisant l'approvisionnement en produits alimentaires de proximité par la restauration collective :**
 - intégrer systématiquement les filières courtes dans les appels d'offres publics et surpondérer ce critère dans la note attributive
 - déployer des outils numériques mutualisés de mise en relation et de commandes entre TPE/PME agroalimentaires et acteurs de la restauration (ex : www.agrilocal84.fr)
 - élever le seuil légal de dispense de procédure pour développer le « gré à gré »

TRANSITION ECOLOGIQUE (Ambition 10) :

Accompagner les transitions écologiques pour renforcer la résilience du secteur

Constats : La société est de plus en plus sensible aux enjeux environnementaux. Les arbitrages alimentaires en matière de transition écologique sont de plus en plus probants (ex : suppression d'aliments consommant trop d'eau pour être produits, amplifiant la déforestation...). En sortie du confinement, et toujours selon le baromètre « comportements des Français » de l'observatoire Cetelem, 53 % des français manifestent une envie de rester dans une phase de frugalité. Un choix motivé par des réflexions sur un mode de vie plus responsable. En 2020, la tendance sera donc à la sobriété. Cela se matérialisera avec le déploiement du zéro déchet, de la lutte contre le gaspillage alimentaire, mais aussi de la responsabilité individuelle. La crise a montré une meilleure résistance des entreprises impliquées dans une démarche RSE. Les marques ont intérêt à repenser rapidement la raison d'être de l'entreprise.

L'utilisation d'emballages 100% recyclables ou réutilisables sera privilégiée à l'avenir (A titre d'exemple : bacs de glace en carton recyclable à la place des bacs historiques en plastique ; sucettes bio fabriquées à partir d'herbes, de fleurs comestibles et de fruits, avec un bâton 100% biodégradable, ...). 13% des besoins d'investissement exprimés par les entreprises agroalimentaires régionales concernent déjà l'écoconception des emballages (recyclabilité de tous les emballages, incorporation de matière recyclée, ...). Mais si l'écoconception des produits alimentaires s'est longtemps attachée au seul conditionnement, de nouveaux produits font désormais l'objet d'études d'impact environnemental (analyse du cycle de vie), d'engagements forts, pour le commerce équitable ou contre la déforestation, par exemple.

La crise sanitaire a mis en avant une désaffection pour les produits qu'on peut toucher, au profit du pré-emballé. La production d'emballages alimentaires a augmenté de 20% pendant la période. Mais la mise en place du vrac dans les rayons des grandes surface continuera à faire son chemin, comme il l'a fait dans le cœur du consommateur, et la crise sanitaire ne l'arrêtera pas. Les emballages en plastique participent encore à la pollution de l'environnement, plus particulièrement des mers et océans. Or, le plastique n'est pas une bonne barrière contre le Covid-19.

Enfin, si les actuels prix bas de l'énergie vont freiner la transition énergétique dans l'immédiat, le rebond des prix sera favorable aux énergies renouvelables. Plusieurs dizaines de grandes sociétés dont Nestlé, demandent aux gouvernements et décideurs d'aligner leurs efforts de relance avec l'ambition d'atteindre la neutralité carbone bien avant 2050. La mise en avant de l'indice carbone sur les produits alimentaires, ou encore l'arrivée du "franco-score" et des labels écoresponsable en restauration (ex : www.greenfood-label.com, ...), illustrent la vigilance des consommateurs en matière de transition énergétique.

Recommandations :

- ⇒ **Renforcer les programmes d'accompagnement des industries agroalimentaires régionales pour les inciter à :**
 - Développer et utiliser des emballages recyclables, compostables ou réutilisables
 - Décliner des gammes en vrac, notamment pour les aliments de première nécessité (*pâtes, riz, céréales, semoule, fruits secs, thé, ...*)
 - Mesurer le PACK-SCORE de leurs produits, version packaging du NUTRI-SCORE qui permet de qualifier les impacts environnementaux des emballages des produits alimentaires
- ⇒ Déployer l'écologie agro-industrielle, pratiques destinées à réduire la pollution : *optimisation des consommations énergétiques et matérielles, réduction des déchets à la source, valorisation des déchets et des rejets pour servir de matières premières à d'autres processus de production, ...*
- ⇒ Renforcer les dynamiques locales d'économie circulaire, pour produire ce qui manque avec ce qui ne sert plus, et accompagner les reconversions industrielles
- ⇒ Encourager la valorisation des coproduits pour lutter contre le gaspillage alimentaire
- ⇒ Exploiter les parentés productives inter et intra-filières : *mêmes matières premières, mêmes procédés, mêmes savoir-faire, ...*
- ⇒ Valoriser les initiatives des entreprises allant plus loin dans l'écoconception des produits ou l'écoconstruction de leur site de transformation (ex : *affichage environnemental sur les produits, engagements environnementaux, ...*)

SYNTHESE : L'Aria Sud présente ses recommandations au regard des 10 ambitions du plan de relance économique de la Région Sud

SOUTIENS FINANCIERS (Ambition 1) : Mettre en place une politique spécifique de soutien financier à l'industrie agroalimentaire

- ⇒ Pour une relance des investissements des entreprises agroalimentaires à court terme, renforcer les mesures fiscales : Exonérer des charges sociales et fiscales les PME engagées sur les marchés sinistrés (RHF), supprimer les impôts de production (C3S, CFE, CVAE) de l'industrie agroalimentaire en 2020 et les réduire en 2021 et supprimer la taxe foncière des locaux des entreprises de l'alimentation
- ⇒ Pour une reprise de la croissance des PME alimentaires du territoire : Augmenter la valeur déductible des tickets restaurant, diminuer le taux de TVA à 2,1% des produits alimentaires de première nécessité, créer des outils financiers orientés vers le tissu alimentaire afin d'accompagner une politique régionale de l'alimentation, éviter la décote des notations des PME, transformer le PGE en crédit longue durée pour la filière alimentaire, et mettre en place un prêt à long terme à très faible taux
- ⇒ Pour une consolidation financière des PME alimentaires du territoire, renforcer les subventions : Mettre en place des fonds d'aides régionaux spécifiques à l'industrie agroalimentaire et de nouveaux fonds européens FEADER sur les investissements matériels et immatériels dans les industries agroalimentaires avec des critères élargis, adopter une politique alimentaire à l'échelle européenne

INNOVATION (Ambition 2) : Accélérer l'innovation alimentaire pour accroître l'autonomie nutritionnelle.

- ⇒ Encourager le développement d'aliments de haute qualité nutritionnelle et d'aliments fonctionnels, faire de la nutrition-santé une priorité pour les innovations des produits alimentaires transformés localement
- ⇒ Créer un programme d'accompagnement à l'innovation dans les industries agroalimentaires régionales
- ⇒ Accélérer l'écoconception des produits et encourager l'utilisation d'emballages recyclables ou réutilisables.
- ⇒ Lever les principaux freins au financement de l'innovation pour les industries agroalimentaires et rembourser l'ensemble des créances du Crédit Import Recherche (CIR) de manière anticipée

PROMOTION (Ambition 3) : Valoriser les TPE & PME agroalimentaires régionales auprès de leurs clients et des consommateurs

- ⇒ Renforcer la promotion des entreprises alimentaires sur leurs circuits de distribution : salons professionnels agroalimentaires spécialisés, rencontres avec des enseignes de magasins et des grossistes, promotion auprès des Cafés, Hôtels & Restaurants du territoire, approche locale de commerce équitable avec les enseignes de distribution, ...
- ⇒ Valoriser l'offre alimentaire régionale sur internet et les réseaux sociaux
- ⇒ Lancer une démarche de marketing territorial « *Transformé en région Sud* » pour construire une identité régionale aux produits alimentaires transformés en région à partir de filières courtes d'approvisionnement et inciter à la consommation locale

INTERNATIONAL (Ambition 4) : Dynamiser les entreprises de l'alimentation à l'international en jouant collectif

- ⇒ Soutenir la promotion collective des industries alimentaires exportatrices : pavillons régionaux sur les salons professionnels internationaux, rencontres avec les acheteurs internationaux sur les sites de production, sourcing de produits auprès d'enseignes
- ⇒ Mener des démarches collaboratives pour que l'agroalimentaire régional chasse en meute à l'export : Missions commerciales de représentation pour tester un marché, fonction export externalisée & partagée pour TPE, opérations de trade marketing ciblées,
- ⇒ Créer des outils mutualisés : Marketplace, plateforme d'échanges entre responsables export agroalimentaire, signalétique régionale agroalimentaire cohérente avec la signalétique nationale 'Taste France' et les marques Destinations touristiques de la région Sud
- ⇒ Créer une Team France Export Agro

CAPITAL HUMAIN (Ambition 5) : Engager le tissu agroalimentaire régional dans une économie plus inclusive

- ⇒ Développer l'emploi dans l'industrie alimentaire régionale et dans son écosystème local : politique incitative d'embauche, déploiement de POEC, visites de demandeurs d'emploi dans les industries agroalimentaires régionales, développement de GEIQ agroalimentaire sur le territoire, réorganisation des espaces de production, achats de fourniture auprès des structures d'insertion, maintien dans l'emploi et insertion des personnes en situation de handicap, ...
- ⇒ Soutenir la montée en compétences des salariés des TPE/PME régionales : fonds d'OCAPAT pour les entreprises de 51 à 250 salariés, soutien de la formation interne ciblée sur les métiers agroalimentaires en tension et les nouveaux enjeux de compétitivité du secteur, coloration 'agroalimentaire' de certains diplômes généralistes, ...
- ⇒ Valoriser les industries agroalimentaires qui embauchent des apprentis par de nombreuses mesures incitatives, faciliter la mobilité des apprentis de l'industrie agroalimentaire par une prime de transport, coordonner l'offre globale de formation régionale en agroalimentaire et prendre en charge le coût du travail de développement de l'apprentissage
- ⇒ Renforcer l'attractivité du secteur et de ses métiers, rapprocher l'école de l'entreprise agroalimentaire, valoriser et déployer les bonnes pratiques RSE, assurer une meilleure participation des salariés à la construction du futur de l'entreprise

ACCELERATION (Ambition 6) : Adapter les programmes d'accélération aux besoins alimentaires de première nécessité

- ⇒ Renforcer la performance industrielle et la flexibilité de l'industrie agroalimentaire régionale : Amplifier le programme d'accompagnement vers l'industrie 4.0, améliorer l'organisation dans les ateliers de production, faciliter les interactions des entreprises agroalimentaires avec leurs clients et fournisseurs, accompagner la transition numérique des entreprises, imaginer de nouveaux lieux de transformation mobiles ou mutualisés, développer la capacité des entreprises à faire des sauts productifs

- ⇒ Développer une offre locale compétitive de produits alimentaires de première nécessité, accessible au plus grand nombre et de bonne qualité sanitaire et nutritionnelle : Maintenir la sécurité sanitaire des produits, stimuler le développement d'aliments de haute qualité nutritionnelle et d'aliments fonctionnel, identifier les productions agricoles re-localisables nécessaires en région pour la fabrication de produits de première nécessité, sélectionner les produits de première nécessité et à l'apport nutritionnel essentiel et renforcer l'accompagnement des entreprises concernées, renforcer la structuration des interprofessions vers l'aval pour permettre une stratégie de compétitivité et favoriser le dialogue, faire de cet enjeu un objectif des Projets Alimentaires de Territoire

INVESTISSEMENTS (Ambition 7) : Moderniser l'industrie agroalimentaire, secteur essentiel

- ⇒ Stimuler des investissements de modernisation de lignes de production, de diminution des consommations énergétiques en production, et ceux liés à la mise en œuvre de la loi Economie Gaspillage & Economie Circulaire
- ⇒ Accélérer les investissements visant à garantir la traçabilité de la chaîne de valeur pour améliorer l'information des consommateurs sur les produits alimentaires et continuer à les rassurer
- ⇒ Relancer les investissements à court terme par un renforcement des subventions : Soutenir davantage les investissements matériels des industries agroalimentaires, et récompenser le recyclage ou la mise à disposition à un établissement de formation des anciennes lignes de transformation alimentaire, renouvelées dans le cadre d'un investissement faisant l'objet d'une demande de subvention
- ⇒ Relancer les investissements à court terme par un allègement des mesures fiscales des entreprises : Aménager les règles du report des déficits en abandonnant temporairement le plafonnement, poursuivre la politique de suramortissement des investissements
- ⇒ Prévoir un plan de financement sur l'investissement industriel en plus de celui sur l'innovation dans le cadre du volet « *alimentation durable pour la santé* » du pacte productif, pour aider à la localisation ou relocalisation de certaines fabrications

ATTRACTIVITE (Ambition 8) : Renforcer l'attractivité du territoire par le secteur agroalimentaire

- ⇒ Installez des outils de première transformation alimentaire, augmentant la résilience des industries agroalimentaires de la région
- ⇒ Faire des MIN de production situés au cœur des bassins de production, des lieux de massification et faire des MIN de distribution situés près des bassins de consommation, des lieux de répartition
- ⇒ Faire des entreprises de l'alimentation qui ouvrent leurs portes au public, des marqueurs régionaux d'attractivité multiculturelle : Valoriser l'offre agrotouristique régionale dans la politique de structuration des destinations Provence / Alpes / Côte d'Azur et inciter davantage d'entreprises agroalimentaires régionales à proposer une offre touristique
- ⇒ Structurer des plans de diversification alimentaire des territoires
- ⇒ Renforcer les moyens d'accompagnement des entreprises par le réseau régional Food' in Provence-Alpes-Côte d'Azur

RELOCALISATION (Ambition 9) : Alimenter la transformation alimentaire par des filières courtes

- ⇒ Développer les filières courtes pour une transformation alimentaire régionale durable : Produire localement des matières premières agricoles pertinentes à destination d'une transformation industrielle, regrouper et augmenter les productions agricoles locales répondant aux besoins des industries agroalimentaires régionales et développer les outils de première transformation, faciliter l'importation en filières courtes des matières premières complémentaires, inciter les enseignes de la distribution à permettre aux TPE d'accéder aux rayons de leurs magasins proches de leurs implantations, soutenir les parties prenantes locales les plus fragiles de l'industrie agroalimentaire
- ⇒ Enrichir l'offre régionale en produits alimentaires transformés sous Signe d'Origine et de Qualité (SIQO) : Développer de nouveaux produits transformés sous Label Rouge avec dénomination régionale, aider les produits alimentaires transformés en région à utiliser des SIQO comme ingrédients et inviter plusieurs ODG de SIQO à mutualiser pour se développer commercialement
- ⇒ Faire de la commande publique un levier essentiel de relance et de pérennité des entreprises agroalimentaires RHF-dépendantes, en favorisant l'approvisionnement en produits alimentaires de proximité par la restauration collective

TRANSITION ECOLOGIQUE (Ambition 10) : Accompagner les transitions écologiques pour renforcer la résilience du secteur

- ⇒ Renforcer les programmes d'accompagnement des industries agroalimentaires régionales pour les inciter à développer et utiliser des emballages recyclables, compostables ou réutilisables, décliner des gammes en vrac, mesurer le PACK-SCORE de leurs produits, ...
- ⇒ Déployer l'écologie agro-industrielle, pratiques destinées à réduire la pollution
- ⇒ Renforcer les dynamiques locales d'économie circulaire et accompagner les reconversions industrielles
- ⇒ Encourager la valorisation des coproduits
- ⇒ Exploiter les parentés productives inter et intra-filières : *mêmes matières premières, mêmes procédés, mêmes savoir-faire,...*
- ⇒ Valoriser les initiatives des entreprises allant plus loin dans l'écoconception des produits ou l'écoconstruction de leur site

A propos de l'Aria Sud : Membre de l'Ania (Association nationale des industries alimentaires), l'Association régionale des industries alimentaires (Aria) de la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur est au service de la compétitivité des entreprises, du développement de l'emploi et de la conquête de nouveaux marchés. Créée en 1989 par des industriels de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur sous le nom de Fédération régionale des industries agroalimentaires (Friaa), l'Aria Sud fédère plus de 250 entreprises sur ce territoire et favorise le développement du tissu alimentaire régional par un travail en réseau et une offre de services adaptés. En région Sud, l'agroalimentaire est un secteur industriel majeur, avec un chiffre d'affaires de 7,7 milliards d'euros, dont un quart à l'export, et 37 000 salariés. En savoir plus : www.ariasud.com

Contact : Jean-Michel SALON – jean-michel@ariasud.com - 04 90 31 55 19