

FRANCE 2030

LA FRANCE CHAMPIONNE DU MONDE DE L'ALIMENTATION



SOMMAIRE

—SYNTHÈSE 3

— NOTRE AMBITION

1. Le constat 7

2. Nos atouts 8

3. Nos défis 9

— NOTRE PROJET

1. Donner à l'alimentation son juste prix 11

2. Valoriser le modèle Français d'excellence 12

3. Concilier compétitivité et développement durable grâce à l'innovation

4. Mener la reconquête des marchés

5. Développer de nouveaux marchés pour les industries agroalimentaires en investissant

6. Développer l'attractivité des métiers de

[illegible]

SYNTHÈSE

La première industrie de France porte un grand projet pour 2030 :

Faire de la France la championne du monde de l'alimentation durable et favorable à la santé et de l'innovation, reconquérir notre leadership à l'export, contribuer à la souveraineté alimentaire et créer de la valeur et des emplois.

En s'appuyant sur ses forces, le secteur alimentaire est prêt à relever les défis de la création de valeur, de la compétitivité, de la conquête des marchés à l'international, des nouvelles attentes des consommateurs et de la pénurie de compétences.

Pour y parvenir, nous devons :

- Redonner à **l'alimentation son juste prix**, prérequis indispensable après huit années consécutives de déflation.
- Valoriser le **modèle français d'excellence**, fondé sur le plaisir, la saveur et la culture alimentaire :
 - Par la promotion de la culture et du modèle alimentaire français,
 - Par la création des aliments de demain, pour une alimentation durable, favorable à la santé,
 - Par une information « augmentée » sur les produits : fiable, exhaustive et intégrative, de la fourche à la fourchette.

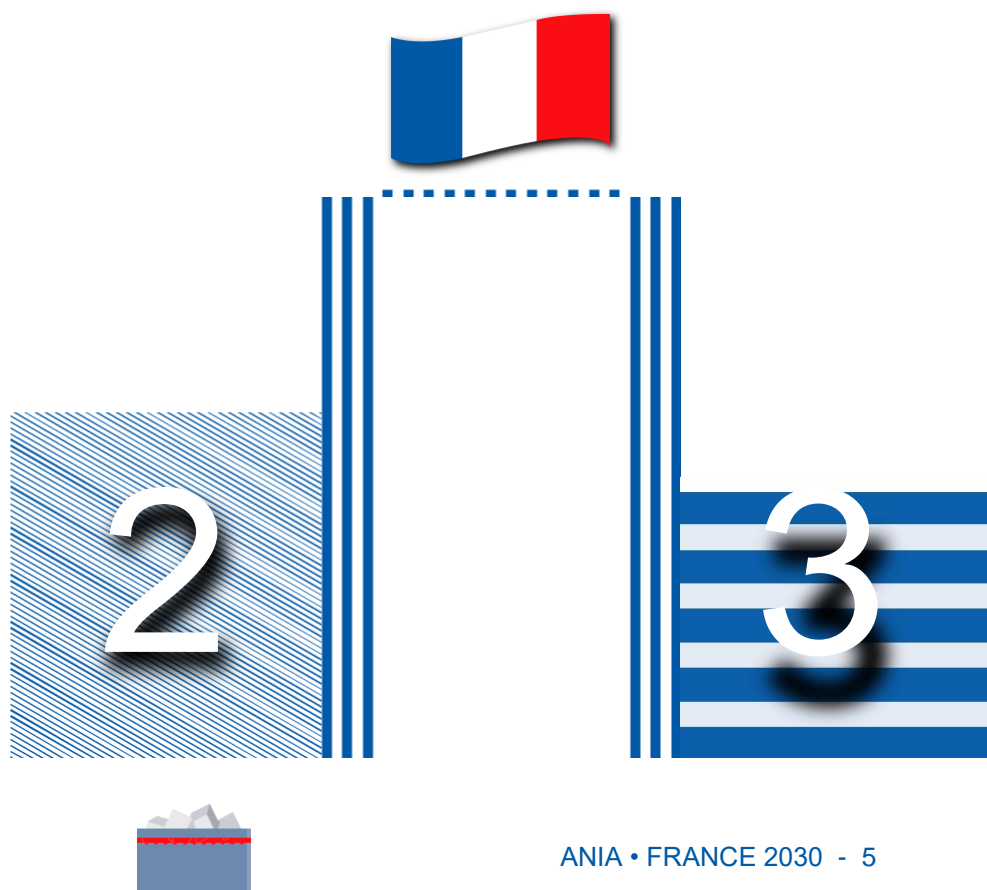


- Concilier **compétitivité et développement durable grâce à l'innovation** par :
 - L'accompagnement de la troisième « révolution agricole »,
 - La création de l'usine alimentaire du futur pour accompagner les transitions,
 - La décarbonation de la filière en réduisant la réduction des émissions directes de 35% d'ici 2030,
 - Une économie circulaire en soutenant la gestion durable des emballages.
- **Reconquérir les marchés internationaux** en soutenant un plan d'actions ambitieux pour doubler le nombre d'entreprises exportatrices et regagner des parts de marché.
- **Développer de nouveaux débouchés** en investissant sur le marché de l'énergie, de la pharmacie et de la cosmétique (biomasse, protéines bio-actives...).
- Et enfin, **développer l'attractivité des métiers et investir dans les compétences de demain.**



NOTRE AMBITION

1. Le constat 7
2. Nos atouts 8
3. Nos défis 9



NOTRE AMBITION

Un grand projet pour 2030, **faire de la France la championne en matière d'alimentation grâce à l'innovation**, et ainsi, reconquérir le leadership en matière de part de marché à l'export, contribuer au développement de la balance commerciale du pays, conforter notre place de premier secteur industriel, contribuer à l'objectif de souveraineté nationale, créer de la valeur et des emplois et contribuer à la réindustrialisation de la France.



- **Premier secteur industriel du pays**, l'industrie alimentaire est une « **pépité** » de l'entreprise France. Elle sait faire preuve de résilience pendant les crises : la crise de 2008 mais aussi celle du COVID, démontrant ainsi sa solidité.
 - L'industrie alimentaire est malmenée depuis 2015, en raison d'une **destruction de valeur systématique et systémique qui dégrade sa compétitivité**. Aucun autre secteur, en France et en Europe, ne connaît une telle situation.
 - Ce décrochage de compétitivité se traduit sur les marchés internationaux. Bousculé à l'exportation, **le secteur a perdu un tiers de sa part de marché en 7 ans** : de numéro 2 dans les années 2000, la France agroalimentaire, incluant les vins et spiritueux, est aujourd'hui 4^{ème}, après les Etats-Unis, l'Allemagne, les Pays-Bas. Elle est talonnée par la Chine, la Belgique et l'Italie. Par ailleurs, **seules 2 entreprises agroalimentaires sur 10 exportent**, alors qu'elles sont 8 sur 10 en Allemagne.
- Ce n'est qu'en reconstituant nos marges que nous pourrons investir à l'export.**

Premier secteur industriel du pays, l'industrie alimentaire est une « **pépité** » de l'entreprise France. Elle sait faire preuve de résilience.



2

NOS ATOUTS

— Un terroir agricole riche, diversifié et climatiquement privilégié.

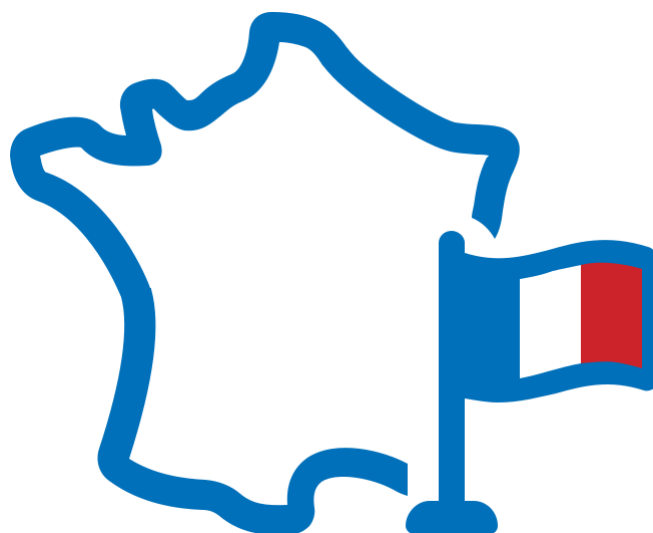
Les entreprises françaises transforment 70 % de la production agricole française et produisent 80% des produits alimentaires consommés en France.

— Une grande industrie alimentaire, **première industrie de France**, fédérant des champions mondiaux et un important tissu de PME répartis sur tout le territoire (98 % des adhérents de l'ANIA).

440 000 emplois directs et près de 2 millions d'emplois induits soit près de 8% de la population active.

— L'excellente image dans le monde de **l'origine France** en matière d'alimentation, grâce à la très haute qualité et sécurité de nos produits, qui s'appuient sur la richesse de nos terroirs.

— Un consommateur français particulièrement intéressé par son alimentation, très **exigeant et demandeur d'une « information augmentée »** quant aux caractéristiques : durabilité, origine, nutritionnelle...



3

NOS ■ DÉFIS

— Raisonner en termes de filière,

à l'instar de nos concurrents européens : recréer une chaîne de valeur vertueuse en stoppant le cycle déflationniste mortifère, afin de redonner aux agriculteurs et aux entreprises de l'alimentaire des capacités de développement et d'investissement et de permettre aux PME de grandir et de favoriser l'émergence d'ETI fortes.

— Regagner en compétitivité

par rapport à nos concurrents européens : sur les 10 dernières années, la perte de valeur ajoutée de l'industrie alimentaire a représenté 14%, alors qu'elle augmentait en moyenne de 13,5% dans la zone euro !

^ — Redonner à

permettre un partage

l'alimentation

son juste prix et

de valeur tout au long de la chaîne.

— Regagner des parts de marché à l'international.

L'image de l'excellence française à l'international ne se traduit pas de manière performante. Sans les vins et spiritueux, la balance commerciale est déficitaire ! L'Italie a su créer des modèles mondiaux : la pizza, les pâtes, l'eau minérale, Eataly.... Sur une échelle mondiale, le classement

San Pellegrino des meilleures tables supplante désormais le Michelin.

— Mener une transition écologique incontournable

en particulier face au dérèglement climatique et aux émissions carbone de notre industrie, directes et indirectes.

— Passer d'une économie linéaire à une économie circulaire

tout en créant de la valeur et en gagnant en compétitivité.

— Résoudre la pénurie de compétences

à tous les niveaux, la pénibilité de certains métiers et l'attractivité de notre secteur. Accompagner la transformation et l'amélioration des conditions de travail et développer l'attractivité l'accessibilité de notre secteur et de ses métiers ouverts à tous.

— Répondre aux nouvelles attentes des citoyens

du monde en termes de santé, d'équilibre alimentaire, de responsabilité sociétale, de lien aux territoires et d'information.



NOTRE PROJET

1. Donner à l'alimentation son juste prix 11
2. Valoriser le modèle Français d'excellence 12
3. Concilier compétitivité et développement durable grâce à l'innovation 17
4. Mener la reconquête des marchés internationaux 22
5. Développer de nouveaux marchés pour les industries agroalimentaires en investissant dans les marchés connexes 24
6. Développer l'attractivité des métiers de notre secteur 25

DONNER ■ À L'ALIMENTATION

SON JUSTE PRIX

Il s'agit là d'un prérequis indispensable, après 8 années consécutives de déflation. La filière ne peut investir, se moderniser, innover et recruter dans un contexte de dégradation de ses marges, amplifié par la guerre des prix.

1.1 Dès 2022, mettre fin à la déflation sur les produits alimentaires par une application stricte d'EGALIM 1 et 2 avec des contrôles et des sanctions. Si EGALIM ne remplit pas son objectif, une loi d'orientation pour l'agroalimentaire sera nécessaire dès 2022.

1.2 En régulant au niveau Européen les rapports industrie-commerce dans l'esprit d'EGALIM.

Prendre la tête d'une grande initiative européenne pour rééquilibrer les rapports de force (Cf super centrales européennes de distribution) et étendre au niveau européen l'esprit EGALim à la française afin tout à la fois d'éviter les distorsions de concurrence sur un marché ouvert et de mieux répartir la valeur.

PROJETS

Lobbying européen alliant fédérations alimentaires européennes, syndicats



D'EXCELLENCE

La France doit promouvoir sa culture et son modèle alimentaire en synergie avec les pouvoirs publics et les initiatives privées.

2.1 Le plaisir, la saveur et la culture alimentaire : gastronomie

française au patrimoine mondial de l'humanité ; la France est le seul pays au monde à avoir nommé un ambassadeur de la gastronomie. Il faut transformer cette « belle image » en réalité commerciale.

PROJETS

Promotion de la culture et du modèle alimentaire français par synergie entre les pouvoirs publics et les initiatives

privées.

- Réaliser un benchmark des systèmes de promotion de l'image de l'Italie à travers le monde et des leviers d'aide associés.
- Coordonner les moyens humains et financiers de l'Etat et des régions autour des opérateurs privés avec un objectif : la promotion de l'alimentation à la française autour de « Taste France ». Lancement au salon de l'agriculture 2022.

modèle de Eataly et rassembler

- Créer un « Taste France » sur le

les flagstores existants (« So France » à Singapour, « Maisons du Sud-Ouest » en Chine) sur ce concept.

- Renforcer les actions de « **Taste France** » auprès des consommateurs étrangers en renforçant les liens avec le tourisme : labelliser l'opération « goût de France » derrière Taste France et mettre la gastronomie française à l'honneur au moment des JO 2024 (opérations de dégustation et communication).

NOS BESOINS

Budget minimum : 600k





2.2 Inventer l'alimentation de demain, une alimentation durable favorable à la santé, fondée sur le vivant en particulier les protéines et les ferments pour permettre une alimentation plus naturelle et plus savoureuse.

- Créer un campus autour de la FoodTech, pour capitaliser sur l'agilité et l'innovation des start-ups, au bénéfice du dynamisme de toute la filière.
- Allier recherches publiques et privées sur des axes de R&I pointus et pré-compétitifs (Grand Défi Ferments du futur).



PROJETS

- **Un Campus Food Tech** pour faire émerger les solutions de demain et dynamiser l'ensemble des entreprises : consolidation du réseau d'incubateurs et d'accélérateurs de la Foodtech, rapprochement des entreprises matures et des start-ups et promotion des compétences françaises au niveau international (création d'un salon de la FoodTech française).

- **Le grand Défi ferments du futur** afin de mutualiser sur les savoir-faire des entreprises, dont plusieurs leaders mondiaux, et les compétences de pointe des instituts de recherche pour développer de nouveaux produits adressant notamment le marché de l'alimentation santé (estimé à 1000 milliards d'euros en 2030) et permettant par ailleurs de rendre consommables les nouvelles sources de protéines végétales, d'optimiser la composition nutritionnelle des produits alimentaires. 240 millions seront investis en 10 ans, dont 48,5 millions d'€ provenant du PIA 4 dans le cadre de la stratégie d'accélération Alimentation durable et favorable.

- **Le grand Défi Protéines** du futur pour répondre aux enjeux sociétaux, environnementaux et économiques liés au développement et au renforcement de la filière des protéines. Il s'agit d'organiser et de promouvoir la filière protéines en France pour répondre à la forte croissance démographique et à la transition nutritionnelle tout en renforçant la dépendance aux importations de protéines dont souffre l'Europe. Avec son expertise sur les filières agricoles, alimentaires et protéiques, la France dispose des compétences nécessaires pour saisir l'opportunité de se positionner comme un des leaders mondiaux dans l'approvisionnement en protéines à l'horizon 2030. Par ailleurs, la foodtech en France se caractérise par de nombreux projets autour de la valorisation des nouvelles sources de protéines.

LES DÉFIS À RELEVÉ SONT :

1. Le développement de la production des matières premières.
2. La maîtrise des procédés de fractionnement, extraction et transformation pour améliorer les formulations.



2.3 Pour une information

— produits augmentée, fiable et exhaustive grâce au digital : prendre le leadership sur la data et la traçabilité en accélérant Numalim.

- Pour regagner la confiance du consommateur et réconcilier les Français avec leur agriculture et leur alimentation.
- Pour accompagner toutes les entreprises vers la transition numérique et leur permettre d'accéder à des outils de pilotage liés à l'intelligence artificielle, la blockchain et de piloter leur transition environnementale.
- Pour aider les produits français à l'exportation, en leur donnant un avantage en termes d'information augmentée.

— Pour influencer le data space européen sur les sujets agri-agro

(standards sur l'impact carbone, informations sur l'origine, les modes de productions...) en lien avec Gaïa-X.

— Pour allier la puissance de la première industrie du pays avec la force de la tech Française

(Dassault Système, Orange Business Services, Dawex, start-up...).

- Pour un système digital de traçabilité : passer de données statiques à une information dynamique, de la fourche à la fourchette, incluant les critères environnementaux et l'origine, en stoppant la multiplication anarchique des labels et pour transmettre la valeur ajoutée aux différents maillons de chaîne jusqu'au consommateur.



PROJETS

- Embarquer un maximum d'entreprises alimentaires dans Numalim en particulier les PME.
- Accélérer l'interconnection des plateformes AgdataHub/API Agro et NumAlim.
- Fiabiliser les informations sur les produits par un plan d'accélération.
- Étendre les données aux descriptifs développement durable, impact carbone, recyclabilité, origine, types d'agriculture...

OBJECTIFS

- **Passer de 3000 à 7000 entreprises agroalimentaires embarquées dans Numalim d'ici fin 2023**, dont 2 000 entreprises maîtrisant la traçabilité, blockchain ou autre, depuis l'amont agricole.
- **Une information consommateur** augmentée et fiabilisée, de 35 attributs à plus de 60 sur la moitié des codes.
- **Fiabiliser les 200 000 codes grâce à la technologie consotrust.**

NOS BESOINS

- Aide spécifique pour les PME et TPE, acculturation et accompagnement par NumAlim et AgdataHub à l'adoption de données dynamiques : **2 millions d'euros entre 2022 et 2024** soit 1 million d'actions d'acculturation et 1 million pour 100 cas d'usage couvrant les différentes filières.
- **3 millions d'euros, entre fin 2021 et fin 2022**, pour la mise à l'échelle de la fiabilisation, de l'accompagnement des entreprises et la mise à disposition des données de développement durable.



3

CONCILIER ■ COMPÉTITIVITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE GRÂCE À L'INNOVATION

3.1 Dans une logique de

filière, avec l'amont, accompagner la troisième révolution agricole : Robotique, Numérique, Génétique et permettre la réindustrialisation, en rapatriant des lignes de production quel que soit le secteur et le niveau technologique.

PROJETS

- Partenariats et soutien public-privé, en s'appuyant notamment sur les centres techniques de l'agriculture et de l'agroalimentaire pour accompagner ces transformations.
- Création d'un CORAL (groupe de réflexion stratégique sur les besoins en recherche et innovation structurants) pour le secteur agroalimentaire permettant de mutualiser les moyens dans une logique de partenariat public privé : entreprises, pouvoirs publics, centres de recherche, pôles de compétitivité, centres techniques, établissement d'enseignement et financeurs. L'objectif est de faciliter l'émergence des produits alimentaires de demain pour le bénéfice des PME et les start-up.



3.2 Soutenir la création de l'usine alimentaire 4.0 du futur pour accompagner les révolutions numériques, robotiques, emballages, génétique...

accompagner la troisième révolution agricole : Robotique, Numérique, Génétique et permettre la réindustrialisation, en rapatriant des lignes de production quel que soit le secteur et le niveau technologique.

Une usine connectée avec l'intelligence artificielle et le big data avec :

- Emission zéro carbone et production d'énergie positive.
- Robotisée pour la compétitivité : supprimer les tâches pénibles, améliorer les conditions de travail des salariés (qualité de vie au travail et attractivité) et pallier le déficit de main d'œuvre.
- Innovante et flexible pour produire à la fois de la diversité reflétant la variété de l'offre et des produits standardisés de masse.



PROJETS

« Usine alimentaire de demain- »

- Ce modèle d'usine alimentaire moderne, verte, numérique et agile comprendra un démonstrateur pour inspirer les patrons de PME/TPE, qui n'ont pas les mêmes accès à la recherche et l'innovation. Un campus permettra aussi aux salariés et demandeurs d'emploi pour se former aux nouveaux process/ nouvelles compétences (et ainsi augmenter leur employabilité).

Ce projet permettra d'accélérer l'intégration, au sein des usines, des nouvelles technologies pouvant répondre aux enjeux de :

- Flexibilité et agilité,
- Sécurité et qualité,
- Développement durable,
- Opérateur de demain et formation,
- Connectivité et Valorisation des données.

Cette plateforme ouverte est nécessaire au secteur agroalimentaire, composé à 98% de PME, qui n'ont pas les ressources pour conduire des développements technologiques risqués. Elle constitue également une vitrine pour les équipementiers français.

NOS OBJECTIFS

- Former jusqu'à 2500 collaborateurs de l'industrie agroalimentaire et accompagner une centaine d'entreprises par an.



3.3 La décarbonation dans

la filière, en soutenant la réduction des émissions.

Représentant 13% des émissions de gaz à effet de serre françaises, la filière alimentaire s'engage à une réduction de ses émissions directes de 35% d'ici 2030 :

- Réduction des émissions de gaz réfrigérant (30% des émissions de gaz à effet de serre de la filière).
- Amélioration de l'efficacité énergétique des procédés.
- Décarbonation des combustibles, notamment par l'électrification et la production de biogaz...
- Mise à disposition auprès du public d'informations fiables sur l'impact carbone, plus spécifiques que les données génériques dans l'Ecoscore actuel, pour stimuler et valoriser l'amélioration.

PROJETS

- P a r t e n a r i a t s e t soutiens publics/privé pour développer des technologies de rupture et les outils de mesure et d'information.

NOS BESOINS

- 3-4 milliards d'euros d'ici 2030.



3.4 Passer à une économie plus circulaire,

en soutenant la gestion durable des emballages. Favoriser l'éco-conception, le tri, la collecte des emballages.

- Créer de nouvelles filières de recyclage et accélérer les filières de recyclage existantes, pour les conduire à un niveau d'excellence.
- Favoriser une écologie industrielle et territoriale, qui permet l'optimisation des échanges de flux ou une mutualisation des besoins entre entreprises en générant une valeur locale.

PROJETS

- Partenariats et soutiens publics / privés pour développer des technologies de rupture accessibles aux PME/Chaire Copack pour :
 - La conception d'une nouvelle génération d'emballages et de supports de manutention éco-sourcés, réutilisables et recyclables,
 - La création de démonstrateurs pour la création d'un système de logistique permettant notamment la réutilisation de contenants.

3.5 Soutenir un modèle innovant, holistique pour l'industrie locale et artisanale,

en permettant à des acteurs de petite taille, locaux, ETI, artisans de produire dans des conditions strictes de sécurité alimentaire, de respect de l'environnement et de compétitivité raisonnable.

PROJETS

- Sélection et aide personnalisée, parrainage grandes entreprises.



INTERNATIONAUX

La part de marché de l'industrie alimentaire française, hors vins et spiritueux, est passée de 8% en 2000 à 4,8% en 2019, ce qui représente un déficit de 4,6 milliards d'euros.

La reconquête est indispensable et rentable : 0,1 point de part de marché rapporterait 4 milliards d'euros à la balance commerciale française !

Repasser devant la Chine et reprendre la quatrième place représenterait une augmentation des exportations agroalimentaires françaises de 5,4 milliards d'euros.

Les forces agroalimentaires à l'export se concentrent sur les spiritueux, les produits laitiers et les produits à base de céréales.

Soutenir les croissances à l'international des leaders mondiaux français est indispensable (ouverture de marché, diplomatie économique, lever les freins à l'investissement).

- Repasser devant la Chine et reprendre la quatrième place représenterait une augmentation des exportations agroalimentaires françaises de 5,4 milliards d'euros.
- Les forces agroalimentaires à l'export se concentrent sur les spiritueux, les produits laitiers et les produits à base de céréales.
- Soutenir les croissances à l'international des leaders mondiaux français est indispensable (ouverture de marché, diplomatie économique, lever les freins à l'investissement).

PROJETS

- Soutenir la présence des entreprises sur les salons (sur le mode italien qui prend en charge les coûts) : réaliser une cartographie des aides régionales et nationales.
- Soutenir les entreprises à l'international, notamment via la diplomatie économique pour un renforcement des négociations avec les pays tiers permettant l'ouverture de nouveaux marchés à potentiel.

OBJECTIFS

- Doubler le nombre d'entreprises exportatrices : de 2 000 entreprises agroalimentaires exportatrices à 4 000 d'ici 2030, en encourageant le recrutement de responsables export (via le crédit d'impôt export).
- Regagner un dixième de part de marché (+ 4 milliards d'€ pour la balance commerciale française).

NOS BESOINS

- **Soutenir la promotion du made in France (via « Taste France ») et inciter les PME à exporter en augmentant le crédit d'impôt export** : passer l'enveloppe de 40 à 200 millions d'€ et porter le plafond de 40 000€ à 200 000€ pour permettre la prise en charge d'un responsable export ainsi que les frais d'étude pour les PME.
- **Doubler le nombre de VIE dans l'industrie alimentaire.**



DÉVELOPPER ■ DE NOUVEAUX MARCHÉS POUR LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES EN INVESTISSANT LES MARCHÉS CONNEXES

5.1 Energétiques : utilisation des co-produits (biomasses, excédents matières grasses)

PROJETS

- Biocarburant généré par la partie grasse, coproduits des protéines.
- Méthanisation des déchets agricoles et agroalimentaires.

5.2 Nouveaux marchés : pharmacie, cosmétique, phytosanitaire, nutraceutique, super- aliments...

PROJETS

- Protéines bioactives, fermentation, levure, co-produits de nos industries.



MÉTIERS DE NOTRE SECTEUR

Le secteur agroalimentaire souffre d'un fort déficit d'attractivité : 30 000 emplois restent non pourvus chaque année contre 10 000 en 2013 et une entreprise sur deux déclare rencontrer des difficultés pour recruter.

Par ailleurs, dans un contexte d'évolutions rapides des technologies, process industriels et aspirations des consommateurs et citoyens, il est primordial d'anticiper les besoins à court et à long termes en emplois et compétences pour rester compétitif.

PROJETS

- Donner de la visibilité aux métiers de l'agroalimentaire et favoriser l'accès aux opportunités professionnelles ouvertes à tous. Valoriser également les savoir-faire uniques de notre filière, qui contribuent à l'image d'excellence reconnue dans le monde entier, via la transmission.



OBJECTIFS

- Favoriser l'insertion professionnelle dans les entreprises de l'agroalimentaire et développer l'apprentissage dans l'agroalimentaire : passer de 30 000 alternants en 2020 à 60 000 d'ici 5 ans. L'emploi des jeunes dont l'apprentissage est un levier prioritaire pour répondre aux besoins actuels et futurs en termes d'emploi et de compétences.

- **Développer dans les territoires- des expérimentations pour favoriser -l'insertion des personnes éloignées de l'emploi :**

- **Ex : Projet Archipel (pilote par l'IFRIA Ile-de-France) :** projet expérimental conçu grâce au PIC 100% inclusion afin de favoriser l'insertion professionnelle de 720 personnes éloignées de l'emploi via l'apprentissage. Ce projet permet de former des personnes peu qualifiées en lien avec les prescripteurs de l'emploi et réseaux spécialisés tels que l'Ecole de la 2^{ème} chance sur les métiers en tension du secteur (production). Objectif : 70% d'emplois pérennes.

- **EX : Plan 1 jeune, 1 solution :** inciter les entreprises à recruter des alternants en proposant un service dédié pour les accompagner dans leurs projets de recrutement. S'appuyer sur le réseau des IFRIA pour répondre aux besoins en compétences des entreprises en proposant des formations initiales et continue en alternance aux métiers des IAA. Objectif : 10 000 intentions d'embauche de jeunes par an, tous contrats confondus.

- **EX : Opération Découvrez ce que vous mangez :** ouvrir les portes des industries alimentaires au grand public, aux jeunes et à leurs parents et aux demandeurs d'emploi pour faire connaître les produits et les métiers en lien avec la campagne de communication du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.



CONCLUSION

Le momentum est important pour la première industrie de France.

Le secteur agroalimentaire est à la croisée des chemins : un sursaut collectif, partagé par tous les acteurs de la filière, est indispensable. Sans cela, nous ne parviendrons pas à **briser** le cercle vicieux de la **destruction de valeur**, du décrochage de notre compétitivité et de nos pertes de parts de marché à l'international.

La vision que nous portons se traduit en plans d'action « focus » sur nos grandes priorités, sans saupoudrage, avec des effets de leviers puissants.

Ce plan s'inscrit sur le **moyen terme**, pour faire de la **France** la **championne du monde** de l'innovation agroalimentaire mais il est bâti sur une nécessité de court terme : seule la reconstitution de nos marges nous permettra de nourrir cette ambition.





L'ASSOCIATION NATIONALE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES (ANIA) REPRÉSENTE LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES FRANÇAISES, GRANDS LEADERS MONDIAUX, ET 98% DE TPE ET PME. L'ANIA MET SON EXPERTISE AU SERVICE DES ENTREPRISES AFIN DE LES ACCOMPAGNER VERS UNE ALIMENTATION TOUJOURS PLUS SAINE, SÛRE, DURABLE ET ACCESSIBLE À TOUS.

L'ANIA rassemble 30 syndicats métiers et 17 associations régionales (ARIA) représentatives des 15 479 entreprises alimentaires, qui maillent l'ensemble du territoire français, en métropole et en outre-mer. La diversité des syndicats métiers rassemblés par l'ANIA garantit la représentativité des entreprises alimentaires françaises, des grands leaders mondiaux à la TPE. Représentant l'ANIA sur le terrain, les ARIA accompagnent au quotidien l'industrie alimentaire sur leurs territoires.

Contact : Ccommunication@ania.net

[.ania.net](http://ania.net)