Région
Provence-Alpes-Côte d'Azur
Conseil économique et social régional

ASSEMBLEE PLENIERE
DU 22 JUIN 2007

DIAGNOSTIC DE L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR ET PROPOSITIONS DE REVITALISATION

AVIS

ADOPTE PAR 89 VOIX POUR
13 ABSTENTIONS (CGT + M. VAISSIERE)

Rapporteur : Marc POUZET

L'industrie agro-alimentaire est le deuxième secteur industriel en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elle constitue le deuxième bassin d'emplois industriels et une force économique pour la région, de par sa croissance, sa masse critique et de par la richesse de son tissu industriel, essentiellement composé de TPE et PME.
Cette industrie est très diversifiée et possède de véritables atouts : un régime alimentaire méditerranéen facteur de différenciation, des spécificités régionales et de terroir, un potentiel de recherche avec une structure collective professionnelle forte, un potentiel d'exportation, un grand bassin de consommation, et une situation géographique propice (grand bassin de production, ressources naturelles et climat) dotée d'outils et moyens logistiques dédiés.

Cependant, les points forts de l'industrie agro-alimentaire Provence-Alpes-Côte d'Azur, sont parfois mal ou sous exploités et des situations de crise apparaissent. C'est la raison pour laquelle Monsieur le Préfet de Région a souhaité que le Conseil Économique et Social puisse établir un diagnostic précis de l'industrie agro-alimentaire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et émette un avis sur les voies et moyens susceptibles de revitaliser le secteur.

Dans son diagnostic, le CESR a tenté d'identifier les grands enjeux inhérents à la filière et sur lesquels des pistes d'avenir peuvent être exploitées. Il souhaite que les forces du secteur soient développées et valorisées, et pour ce faire formule des préconisations.

a) L'environnement économique

Pour s'épanouir, toute filière professionnelle doit avoir autour d'elle un bassin culturel lui permettant de stimuler son développement. Or, l'industrie agro-alimentaire de la région souffre d'un manque de liens avec les filières connexes : packaging, marketing, communication, logistique, centre de recherche, etc.
Le CESR préconise de créer les synergies pour que ces filières, créatrices de valeur ajoutée, se rapprochent du tissu agro-alimentaire.

b) L'environnement public et fiscal

Le rôle de la collectivité est essentiel si l'on souhaite impulser une nouvelle dynamique dans la filière. Il est important de partager la dynamique, de s'occuper de ce qui fonctionne au lieu de vouloir soutenir des pans d'activité à faire émerger ou en difficulté.
La filière agro-alimentaire a la particularité et la chance de disposer d'une masse critique.

Le CESR propose la mise en place d'un plan quinquennal financé par l'Etat et les collectivités publiques permettant de nourrir une ambition collective de développement : celle de maintenir la filière comme l'un des premiers secteurs d'activité économique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, créateur d'emplois et de richesses.

- Une administration disponible au service de ses ressortissants

Le CESR souhaite que l'administration, qui joue un rôle essentiel pour le contrôle de la sécurité alimentaire, soit un accompagnement à la modernité comme dans de nombreux pays européens et soutienne le secteur économique.

- L'Europe, une intervention équilibrée sur les régions du Sud

Le CESR propose d'utiliser les services publics et élus régionaux siégeant à Bruxelles pour monter des programmes collectifs dans le cadre de la politique régionale européenne, pour qu'ils obtiennent le rééquilibrage des moyens financiers mis à la disposition de la filière agro-alimentaire dans notre région méditerranéenne, aujourd'hui déficitaire.

- Harmonisation des coûts et charges en Europe

Le CESR fait le constat d'un dysfonctionnement préjudiciable pour l'Europe : la non harmonisation des coûts et des charges. De fait, les concurrents ne sont pas que des pays tiers aux lois sociales inexistantes et conditions de travail honteuses, mais bel et bien nos voisins européens.

- Services publics identiques, équilibre fiscal entre régions et territoires

De grands industriels implantés dans plusieurs régions, ont mis en avant les écarts existants entre les territoires sur, la fiscalité locale et la qualité des services publics (propreté des zones, qualité des transports collectifs, …). Ces sous-équipements contribuent de fait, à l'appauvrissement du territoire régional, par rapport aux autres régions qui investissent davantage en faveur de la filière agro-alimentaire (Alsace, Pays-de-la-Loire…).
Le CESR souhaite que les collectivités, en retard dans ce domaine, mènent une véritable politique en faveur de l'équipement et des services publics.

- Reconnaissance

L'entreprise, lieu créateur de richesses, de lien social et de moyens financiers pour les collectivités, bénéficie de peu d'intérêts et de considération de la part des responsables politiques et économiques. Les dirigeants ne sont pas consultés sur les évolutions de l'environnement industriel car les contacts avec les élus sont quasiment inexistants.
Les responsables politiques privilégient les entreprises nouvelles arrivantes plutôt que des entreprises gérant plus de 300 emplois depuis plus de 40 ans sur un même territoire…

- Moyens mis à disposition pour nourrir les ambitions et contribuer au développement de la filière

Force est de constater que les moyens financiers mis en place par les collectivités sur la filière ne sont pas coordonnés, quels que soient la structure ou l'organe consulaire.
Le CESR souhaite qu'autour des professionnels, l'ensemble des acteurs se mobilisent pour construire ensemble un véritable "Plan Marshall" de l'agro-alimentaire de PACA. Chacun amenant sa spécificité propre à la vocation de sa structure.

c) Culture collective de l'agro-alimentaire

Bien des territoires envient la région Provence-Alpes-Côte d'Azur de pouvoir se différencier grâce à sa spécificité connue et reconnue à travers le monde :

la "PROVENCE". L'ensemble des intervenants de l'industrie agro-alimentaire doivent être convaincu de l'intérêt de la valorisation d'une telle marque (le Conseil régional mène à ce titre une expérience) et doivent en faire un véritable label exportable hors de la région.
Par ailleurs, l'attrait touristique de la région, constitue un potentiel de consommation : Le CESR propose d'utiliser ce flux migratoire pour lui faire découvrir la qualité des produits regroupés sous la marque Provence. L'image collective doit ainsi témoigner d'un savoir-faire régional valorisant le professionnalisme de la filière et le savoir-faire des femmes et des hommes. L'image doit se baser sur l'originalité et la spécificité de cette culture et donc non duplicable ailleurs qu'en PACA.

Enfin, compte tenu du bassin de population que représente la région, le CESR juge utile que les TPE et PME régionales réinvestissent le marché local. Le consommé local a du sens puisqu'il stimule l'emploi et l'économie du territoire.

d) Recherche et innovation

La recherche est un élément structurant pour l'avenir de la filière. C'est par elle que les industries agro-alimentaires créent de la valeur ajoutée, seule garantie de pérennisation de la filière.

Le CESR préconise de développer différentes actions en faveur de la recherche :
- Doter, des moyens annoncés par l'Etat à minima, le pôle de compétitivité,
- Mettre en place (peut être autour du CRITT) une vraie plate-forme d'interface regroupant l'ensemble des acteurs oeuvrant dans la recherche,
- Développer un vrai programme "collectif" de recherche sur la santé et le goût faisant ressortir des allégations santé du régime méditerranéen enrichis par la qualité "Provence".

Quant à l'innovation, le CESR réaffirme la nécessité qu'elle soit intégrée dans une culture collective forte. L'industrie agro-alimentaire doit être lisible dans les différents programmes et plans stratégiques de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Les outils de la filière

Les industriels de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ont, depuis de nombreuses années, structuré leur filière avec des outils adaptés. La FRIAA (Fédération Régionale des Industries Agro-Alimentaires), le CRITT Agro-alimentaire (Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie), l'IFRIA (Institut Régional de Formation des Industries Agro-alimentaires), le Pôle de compétitivité Pôle Fruits et Légumes sont des outils performants. Le CESR réclame, dans le cadre de l'objectif de développement de la filière agro-alimentaire, un soutien plus fort de la part des pouvoirs publics. Ces outils sont en effet fondamentaux pour épauler les PME et surtout pour les accompagner dans leur développement.

e) L'entreprise

Les hommes et les femmes

- Les besoins en formation sont réels. Pour y répondre, le CESR propose de s'appuyer sur l'outil de la filière, l'IFRIA. Cet institut, doté de moyens supplémentaires, pourrait diversifier un programme, à moyen terme, orienté vers la qualification des formations. Les salariés pourraient améliorer leurs revenus grâce à l'acquisition de connaissances validées.

- Le CESR préconise de mettre en place, avec les syndicats salariés et les outils de la filière, un observatoire qui permettrait d'améliorer le suivi des grandes filières et valoriserait la logique d'anticipation. Ainsi une dynamique collective à la logique de négociation serait porteuse pour l'image de la région et serait attractive pour les investisseurs (évitant des décisions arbitraires prises loin du bassin d'emploi et créant des conflits préjudiciables à l'image globale de la filière).

- Le CESR préconise de développer le dialogue et la négociation sociale pour répondre aux besoins particuliers de la filière agro-alimentaire en matière d'emploi, de formation, de saisonnalité, de durée et d'organisation du travail.

- Le CESR recommande de mutualiser les compétences : les PME ont du mal à passer du stade de "petite" à "moyenne" compte tenu de leurs difficultés financières à recruter des cadres apportant l'architecture métier nécessaire (commercial, financier, innovation…). Le CESR trouverait intéressant d'essayer de dupliquer la logique de la procédure SIFRE (pour les cadres qualités) aux autres fonctions de l'entreprise.

Les outils

L'absence de normes sociales européennes en matière de durée, de condition et d'aménagement du travail, crée des écarts considérables qui à terme remettra en question la pérennisation des outils industriels sur le territoire régional.
Le CESR suggère que les services déconcentrés de l'Etat en Provence-Alpes-Côte d'Azur encouragent la filière à se réunir pour se donner les moyens sur ces questions stratégiques.

Les financements - Transmissions, reprises et créations

- Beaucoup de petites entreprises ont du mal à financer leur développement devant "l'excessive" logique de cotation des acteurs bancaires. Le CESR propose de mettre en place un "cautionnement" assuré par les collectivités (Région ou les départements) permettant en contre partie d'avoir des taux très performants. Les projets de développement de l'investissement seraient ainsi stimulés et favoriseraient fortement l'économie de la filière.
- Rapprochement- transmission : beaucoup de TPE/PME ne sont pas en mesure de se transmettre et voient leurs dirigeants vieillir… Pour éviter leur fermeture ou leur rachat par des grands groupes, le CESR souhaite qu'elles se regroupent et se mutualisent.

- Création : les TPE agro-alimentaires qui se créent sont très souvent isolées et souffrent du manque d'accompagnement. Le CESR propose de mettre en place un outil d'accompagnement spécifique à la filière agro-alimentaire, comme par exemple les Plates-Formes d'Initiative Locale ou *Paca-Entreprendre*, qui ont été mis en place pour l'ensemble de l'activité économique.

Les relations entre les grandes et moyennes surfaces et les industries agro-alimentaires

Il est important que les grandes et moyennes surfaces prennent conscience de l'intérêt collectif de garder un tissu économique dense pour pérenniser la diversité d'approvisionnement et l'emploi sur tout le territoire.
La région Bretagne a su mettre en place un "comportement de la grande et moyenne surface" face aux productions locales. Le CESR recommande de travailler dans ce sens, avec force et détermination, pour valoriser la vente de produits régionaux en faveur de l'emploi régional et du pouvoir d'achat des clients de la grande et moyenne surface.
Par contre, il serait dommage que la grande distribution utilise la logique Provence uniquement à des fins promotionnelles.

CONCLUSION

Les pouvoirs publics à l'initiative de cette étude, doivent prendre conscience du fait que l'engament public n'est pas à la hauteur de l'enjeu et du potentiel de développement de l'emploi que représentent les industries agro-alimentaires en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Compte tenu de son poids économique la filière nécessite la mise en place d'un plan collectif de redéploiement associant les outils de la filière professionnelle, les représentants des salariés et les pouvoirs publics.
A partir de ces propositions, le CESR suggère que les services déconcentrés de l'Etat en région, en concertation avec les collectivités publiques et territoriales, mettent en place une réflexion thématique débouchant dans quelques mois sur des actions concrètes permettant la mise en place d'un plan à moyen terme, soutenu par tous, au service du développement économique et social de la filière agro-alimentaire.

EXPLICATIONS DE VOTE

1er collège
André PINATEL

2ème collège
Michel BELLANDI
Georges PELLEGRINI

3ème et 4ème collège
Emile LONDI

Intervention d'André PINATEL
au nom du 1er collège

Le collège 1 a pris connaissance de l'avis sur le rapport agro-alimentaire.

Face à une demande de reconnaissance de l'industrie agro-alimentaire comme deuxième secteur industriel de PACA, porteur de développement économique et d'emploi, le CESR suggère que les services déconcentrés de l'Etat en région, en concertation avec les collectivités publiques et territoriales mettent en place une réflexion thématique débouchant sur un plan quinquennal.

- Rééquilibrer les moyens financiers nationaux et européens
- Renforcer les équipements collectifs et les services publics
- Réinvestir le marché local, bassin de consommation et d'attractivité touristique
- Développer la recherche en valorisant la santé et le goût du régime méditerranéen qualité "Provence"
- Soutenir les structures professionnelles en place
- Développer le dialogue, la négociation sociale et la formation des salariés porteurs d'attractivité pour les investisseurs
- Mettre en place des aides au cautionnement bancaire pour les investissements
- Aider un rapprochement, regroupement, transmission des TPE/PME
- Recommander la mise en place d'un "comportement des grandes et moyennes surfaces" face aux productions régionales considérant la qualité du rapport de M. Marc POUZET quant à l'état des lieux exhaustif de la filière l'importance tant au niveau de l'emploi que de l'impact territorial de cette industrie.

Le collège 1 votera l'avis.

Intervention de BELLANDI
au nom de l'UNSA (2ème collège)

L'UNSA souligne la grande qualité du diagnostic réalisé par le CESR et la grande pertinence des constats dressés. Il s'agit bien d'un secteur essentiel de l'activité économique de notre région et des emplois sur le territoire. L'UNSA partage donc l'avis de l'urgence d'une revitalisation des industries agro-alimentaires en région PACA, qui peut passer en partie par une implication plus grande des Pouvoirs Publics.

Cela se traduirait par de nouvelles aides aux entreprises. Or, l'UNSA rappelle que la situation de notre pays est particulièrement préoccupante en la matière. En 2005, le montant des aides publiques versées aux entreprises a frisé les 65 milliards €, soit 4 % de notre PIB, soit plus que le déficit public et l'équivalent de 1000 € par habitant. Pas moins de 6000 dispositifs différents régissent les aides de l'Etat, des collectivités et de l'UE. Ces chiffres viennent d'être rendus publics par la mission diligentée par les Inspections générales des Finances, des affaires sociales et de l'administration. Laquelle mission, au-delà des chiffres, pointe les multiples redondances, l'inadaptation e nombreuses aides aux besoins de bénéficiaires, des dizaines de dispositifs se trouvant même en concurrence pour le même objectif. Les IG dénoncent clairement l'absence quasi complète de régulation, l'absence d'évaluation sur les effets sur l'emploi et l'efficacité même de cette profusion d'aides.

Aussi, si de nouvelles aides doivent être apportées aux entreprises de l'agro-alimentaire de notre région, il conviendra de veiller à leurs réels effets revitalisants sur le secteur.

Cette remarque faite, l'UNSA votera l'avis.

Intervention de Georges PELLEGRINI
au nom du Groupe CGT (2ème collège)

La position du groupe CGT sur ce sujet prend en compte à la fois le contenu même de l'avis qui nous est soumis et les conditions dans lesquelles le CESR a été saisi.

De ce point de vue, je tiens à rappeler que si nous considérons comme positif le fait que le CESR ait accueilli favorablement la "suggestion" de Monsieur le Préfet FREMONT dans son intervention lors de l'Assemblée Plénière du 7 juin 2006, les motivations qui semblaient transpirer alors dans ses propos nous ont posé quelques interrogations.

Sans faire de procès d'intention, il nous semble en effet que s'appuyant sur les difficultés rencontrées dans certains secteurs de l'IAA à l'époque (Monsieur le Préfet citait notamment les licenciements suite aux fermetures des entreprises Lustucru Arles et Nestlé Marseille), une invitation à considérer l'IAA comme une activité du passé "*liée à la période coloniale*" et à tourner la page nous était lancée.

Or, à l'arrivée, l'avis du CESR est sans ambigüité : l'IAA en PACA constitue le deuxième secteur industriel, le deuxième bassin d'emploi et est riche de son dynamisme et de sa diversité.

Il constitue donc un secteur d'avenir pour l'économie régionale, si certaines conditions sont réalisées.

A ce propos, nous ne pouvons que nous féliciter que le projet d'avis pointe comme conditions au développement de ce secteur la présence de services publics de qualité en matière d'équipements, de transports collectifs, etc…

Nous aurions souhaité que cette réflexion conduise à préciser que le maintien et le développement des missions du service public du PAM constitue un atout pour garantir les débouchées de la filière de l'IAA.

De même, si nous considérons comme positif le fait de pointer le « consommé local » des productions de l'IAA provençale comme facteur stimulant de l'emploi et de l'économie du territoire, nous aurions souhaité que l'avis souligne la responsabilité de la grande distribution qui, en privilégiant les importations massives à bas coûts, non seulement ne joue pas ce jeu là, mais de plus contribue à développer les transports routiers, par ailleurs sur la sellette dans un autre projet d'avis qui nous est soumis aujourd'hui, à propos des coûts externes de transports.

Autre sujet de réserves pour notre groupe, même s'il est atténué par la référence à la nécessité de normes sociales européennes pour ne pas mettre en concurrence les salariés des pays de l'Union Européenne entre eux : le leitmotiv sur le prétendu coût du travail que les pouvoirs publics devraient compenser par des aides financières diverses et massives.

Nous considérons que ce discours récurrent n'est pas conforme à la réalité de l'évolution de la fiscalité et des contributions sociales à la charge des entreprises. Dernière confirmation en date : le bilan des exonérations sociales pour l'année 2006 constaté officiellement au CA de l'ACOSS du 21/05/2007. Ce dernier atteste que les exonérations des entreprises privées ont atteint le niveau record de 20 % du montant total des cotisations perçues par les URSSAF ; que ces mêmes exonérations ont augmenté de 13 ,5 % en 2006 après avoir progressé de 4,7 % en 2005. Aujourd'hui, les cotisations patronales bénéficient d'exonérations jusqu'à 1,6 fois le smic, ce qui concerne 58 % des salariés et 42 % de la masse salariale en général et la grande majorité des salariés de l'IAA.

Par ailleurs, rien n'est dit dans l'avis sur la responsabilité de la stratégie financière des grands groupes de l'IAA dans les difficultés de cette activité ; ni sur leur responsabilité sociale vis-à-vis des territoires qui ne doivent pas être réduits à leur seule capacité d'attractivité.

Ceci dans une région qui en quelques mois, a connu la fermeture de Lustucru Arles, de Nestlé Marseille, les menaces sur Fralib Aubagne, St Louis Sucre et Panzani à Marseille, les Olives Tramier à Vitrolles, Le Cabanon à Camaret dans le Vaucluse, etc…, tout cela au nom de la recherche d'une plus grande rentabilité financière contre l'emploi et la production industrielle.

Non seulement ces groupes jouent la carte de la délocalisation, mais de plus quand un industriel comme Net Cacao souhaite reprendre les activités abandonnées par la multinationale Nestlé, il subit le diktat du groupe dominant quant aux limites des activités qui seront pérennisées.

Enfin, concernant le dialogue social, il ne s'agit pas seulement d'adapter les salariés de l'IAA aux seules exigences de l'organisation du travail de ce secteur. Il doit aussi avoir pour objectif de répondre à leurs besoins en matière d'emplois, de formations, de salaires, de qualifications, de déroulement de carrières.

Dans ce cadre, il nous semble que doit être prise en compte en amont la situation des salariés de l'agriculture qui doivent pouvoir bénéficier de conditions de vie et de travail décentes et dignes de notre époque, quels que soient leurs origines et leurs contrats de travail.

En conclusion, eu égard à la qualité du travail accompli par le groupe et à la richesse des documents produits, en conformité avec les réserves que nous venons de formuler sur plusieurs questions sensibles, le groupe CGT s'abstiendra.

Merci de votre attention

Intervention de Monsieur Emile LONDI
au nom du 3ème et 4ème catégorie

Le diagnostic, sans concession, de l'industrie agro-alimentaire en Provence-Alpes-Côte d'Azur a le mérite d'exposer au grand jour les enjeux stratégiques qu'elle représente pour notre région avec un relevé particulièrement riche des freins au développement et des nombreux atouts qu'elle possède.

Si l'industrie agro-alimentaire apporte une activité économique puissante et en développement et porteuse de croissance on doit constater que sur les 6147 établissements actifs au 1er janvier 2006, 3087 soit 50,2 %, ont de 1 à 9 salariés et que 2581, soit 42 % n'ont pas de salariés mais emploient près de 40 % des salariés du secteur.

Le tissu industriel agro-alimentaire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est largement dominé par des TPE et PME de type familial. Elles sont confrontées à différents problèmes telles que : faible capacité d'investissement, diminution des marges commerciales due à la déflation des prix de vente et augmentation des coûts de revient, adaptation permanente aux nouvelles réglementations, pression exercée par la grande distribution,… Par ailleurs le renouvellement des départs à la retraite et le transfert de savoir ainsi que les difficultés de recrutement contribuent encore plus fortement à pénaliser leur pérennité.

Il existe dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur 207 coopératives relevant des secteurs agricoles qui dégagent un chiffre d'affaire de plus de 615 M€ et plus de 210 établissements coopératifs en agro-alimentaire œuvrant dans l'industrie des boissons, des viandes, du lait et alimentaires diverses. Cette forme d'organisation répond efficacement à la structuration des diverses filières et permet de transmettre ou reprendre rapidement des PME/TPE en difficultés voire des entreprises de plus grandes taille. La forme coopérative permet aussi naturellement de développer le dialogue et la négociation sociale par l'expression démocratique de sa gouvernance et de fixer des objectifs financiers plus accessibles en l'absence de toute rémunération du capital . De plus, les entreprises coopératives ne sont pas délocalisables.

Les 3ème et 4ème collèges recommandent aux instances décisionnelles de prendre en compte cette forme d'organisation coopérative chaque fois que cela est judicieux et de favoriser l'émergence de filières rassemblant les divers métiers et de mutualiser ainsi les compétences.

Les 3ème et 4ème collèges émettront un avis favorable.

Audition N°5 : Yves BAYON DE NOYER, Président du Pôle européen d'Innovation "Fruits et Légumes" du 27 avril 2007

La transformation des fruits et légumes représente un tiers de la transformation, 9 000 emplois industriels et environ 300 établissements. L'activité est calée sur la production fruitière et légumière (6 000 emplois dans la profession agricole).

Les atouts :

- La labellisation du pôle par l'Etat est le signe de l'intérêt qu'il représente.
- La masse critique dans la production agricole, la transformation, la formation et environ 920 chercheurs dans la filière fruits et légumes.
- Une lisibilité positive nationale et internationale
- La volonté des acteurs de se réunir, malgré "l'individualisme latin". Pour preuve, la création du pôle (qui regroupe des industries, des universités, la grande distribution, etc.).

En 2006 (1ère année) :

- 23 projets portés
- 16 projets labellisés (pour qu'un projet soit labellisé il doit réunir 2 entreprises et 1 institut de recherche)
- 20 M€ investis dans la recherche.

En 2007 :

- Déjà 17 projets portés
- 6 labellisés
- 16 M€ investis dans la recherche.

Les difficultés :

L'Etat et les collectivités locales ont encouragé la création du pôle mais les financements ne sont pas à la hauteur des enjeux (400 000 € de fonctionnement par an pour le pôle).

Préconisations :

- Il faut donner les moyens aux structures qui fonctionnent. L'innovation est la clef pour l'avenir car la bataille des prix est inévitable.
- Il ne faut pas s'arrêter aux difficultés qui se sont présentées (fermetures de sites…). Il faut au contraire anticiper les besoins de formation dans la recherche (la 1ère école d'ingénieurs agroalimentaires va s'installer dans la région). La formation permanente est à développer.

Audition N°6 : Yves FAURE, Président du CRITT AGRO du 27 avril 2007

Globalement le tissu agroalimentaire en Paca est représenté par environ 80 % de PME et TPE.

Tous les ans on recense environ 1 % de croissance en matière de créations d'entreprises. Les créations d'emploi augmentent les 30 000 emplois ont été dépassé.

Les PME et TPE sont confrontées au problème d'une trop faible rentabilité. Les contraintes qui pèsent sur la transformation agroalimentaire sont de plus en plus lourdes (sécurité alimentaire, traçabilité, etc.) et ont une incidence sur la rentabilité et sur la disponibilité des chefs d'entreprises.

Concernant les autres secteurs économiques, les taux de valeur ajouté et de marge brute sont beaucoup trop forts. Ce manque de rentabilité freine l'investissement (insuffisance de valeur ajoutée et de création de VA). Les entreprises manquent de fonds propres, mais pour cela il faut qu'elles améliorent la productivité et la VA.

Les entreprises capables de faire de l'innovation sont peu nombreuses.

Le CRITT réalise un travail de proximité pour aider les entreprises par de la formation et des actions.

Le Budget du CRITT s'articule de la façon suivante :
- un financement de l'Etat qui s'élève à 150 000 €
- un financement du Conseil régional qui s'élève à 160 000 €

Ces financements correspondent pas à la hauteur des besoins et au secteur économique.

Il est pourtant nécessaire de financer des actions de terrain.

Aides peuvent attendre les PME/TPE des distributeurs régionaux :

- Distributions locales et régionales
- Les distributeurs régionaux doivent accepter que les entreprises les plus performantes passent au niveau national.

Audition N°7 : Jean-René ICART Responsable du Pôle Achats/ Ventes Sud Est du groupe Intermarché du 27 avril 2007

Monsieur ICART coordonne les différentes régions françaises.

Les chefs d'entreprise sont dans les points de vente d'Intermarché.
Certaines régions ont pris conscience de l'importance des produits régionaux et les développe en France (par exemple la Bretagne). En PACA ce n'est pas le cas, alors que lorsque des produits régionaux se vendent dans d'autres régions françaises, c'est déjà le début de l'exportation.

Intermarché a une démarche particulière avec trois niveau de structures :

- **Marché local**. Le marché local est autonome pour acheter des produits régionaux. Les problèmes viennent de la loi (en matière d'hygiène, de sécurité, etc.) qui est trop contraignante. Les indépendants n'ont pas de juristes pour les aider à répondre aux normes réglementaires et ainsi vendre à la distribution des produits conformes à la législation.
- **Régionale.** Les adhérents amènent les clients. Le groupe exprime sa volonté d'aider les entreprises régionales en distribuant leurs produits et ainsi de permettre aux PME de s'agrandir. L'innovation permet de jouer sur les prix.
- **Nationale.** Une fois par an les structures régionales sélectionnent les meilleurs produits régionaux et les distribuent au niveau national. En 2006, 21 PME sont passées au niveau national. A l'inverse, d'autres redescendent au niveau régional. Enfin la volonté finale est d'amener ces produits à l'exportation.

Il y a deux ans, le groupe a signé une charte qui comporte 15 points dont celui d'aider les PME à développer les produits régionaux et à agrandir leur société.

Le juge est le client.

Les marges des distributeurs ont été mauvaises en 2006. il n'est pas possible de continuer à tirer les prix vers le bas.

Audition N°8 : Marie-Georges GUILLIEN-ANDRE, Directrice du Pôle Ressources Economiques à la CCIMP et Philippe ZANIN, Directeur du Pôle Innovation et Industrie à la CCIMP du 27 avril 2007

Dans les Bouches-du-Rhône, la filière, avec 349 établissements et 12 709 emplois, représente 1/3 des établissements de PACA et 42 % des emplois de l'agro-alimentaire.
La taille moyenne des entreprises des Bouches-du-Rhône est supérieure à celle de PACA. En effet, l'effectif moyen est de 36,4 salariés dans le département alors que l'effectif moyen est de 30 salariés sur le plan régional.
57 % des établissements des Bouches-du-Rhône ont plus de 20 salariés, contre 32 % en PACA. On note en particulier que 63 établissements ont plus de 50 salariés et 7 plus de 250 salariés.

Le département des Bouches-du-Rhône a des atouts tels que :

> l'abondance et la qualité des productions agricoles, avec des positions de premier plan pour le département des Bouches-du-Rhône dans les tomates, pêches et nectarines, salades, riz, courgettes, poires, olives à huile et un secteur viticole de qualité. Avec 5 millions de tonnes de production de tomates, salades, pêches, nectarines, poires d'été et pommes, Paca est la 1ère région agricole française de production de fruits et légumes.

> un marché important, avec une ouverture possible sur l'arc méditerranéen latin (+ de 70 millions de consommateurs),

> des facilités logistiques d'approvisionnement et d'exportation hors région (port, aéroport, fleuve, MIN, infrastructures terrestres de communication…),

> un potentiel de valorisation des messages santé autour de l'alimentation méditerranéenne,

> une chaîne de valeur, avec des points forts dans le transport, la manutention, la logistique et l'emballage et certains équipementiers,

> des centres de recherches de réputation internationale : Centre de Recherche en Nutrition Humaine (CNRH Méditerranée) qui regroupe les grands organismes de recherche publiques(INRA, CNRS) et une quarantaine de laboratoires ; Institut Fédératif de Recherche (IFR) qui regroupe une dizaine d'unités INSERM travaillant sur le thème de la nutrition chez l'homme malade.

> des formations de premier plan dans des domaines de compétence nécessaires en IAA : sur les produits de consommation alimentaire, la biochimie de la nutrition, l'économie du secteur agroalimentaire mais aussi sur des compétences associées: instrumentation, mesure, mécanique…

>des acteurs de la filière dynamiques : FRIAA (Fédération Régionale des Industries Agro-alimentaires), CRITT Agro-alimentaire (Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie), IFRIA (Institut de Formation

Régional des Industries Agro-alimentaires), PEIFL (Pôle Européen Fruits et légumes), regroupés au sein du REA (Réseau d'Entreprises Agro-alimentaires).

Les stratégies d'acteurs dans la filière agro-alimentaire en France et en Provence

Les caractéristiques de localisation et de développement des IAA reposent sur 5 grands critères :
> la présence d'un marché de consommation,
> la proximité des ressources : fournisseurs d'intrants agricoles, présence d'une main d'œuvre qualifiée..,
> la qualité de l'environnement industriel, technique, scientifique et pédagogique,
> le contexte règlementaire et fiscal,
> le climat social.

La situation de l'industrie agro-alimentaire est toutefois très contrastée selon les filières de production (fruits et légumes, produits du grain, boissons..) et selon le type d'entreprises.

On distingue deux grands types d'acteurs dans l'industrie agro-alimentaire en Provence :

> Les grandes entreprises disposant d'implantations européennes, voire mondiales, situées sur des filières matures, souvent à faible valeur ajoutée, dont certaines découlent encore de la transformation de matières premières agricoles importées. Ces entreprises, qui constituent l'origine de la perte d'emplois en Paca, sont confrontées à différents enjeux :
- l'émergence de nouveaux bassins de consommation en Europe de l'Est, Asie, Amérique du Sud,
- la pression réglementaire évolutive (sécurité alimentaire, traçabilité…),
- la mise en concurrence des sites de transformation sur le plan de la performance économique, et notamment de la productivité dans les industries de main-d'oeuvre,
- l'arrivée de nouveaux pays producteurs de matières premières (viande, légumes...) , et de plus en plus de produits transformés, à coûts inférieurs.

Elles opèrent donc des mouvements de restructuration au plan européen pour accroître leur compétitivité ou acquérir des positions mondiales sur quelques produits. Cela se traduit par des concentrations sur un plus petit nombre de sites, avec comme contrepartie des fermetures des unités de production les moins compétitives entraînant un volume de licenciements locaux ou par des rachats d'unités de production sur leurs activités "coeur de métier".
Ce mouvement de restructuration/délocalisation/fusion-acquisition est inéluctable. Il concerne toutes les régions françaises, pénalise actuellement la région Paca mais s'équilibre au plan national.

Il est particulièrement marqué depuis deux ans dans les Bouches-du-Rhône, frappé par une vague de départs des majors, même si on s'approche de la fin de ce processus. Il est forcément traumatisant et significatif pour les décideurs et salariés locaux, mais ce mouvement répond à des problématiques groupes au fur et à mesure de leurs choix stratégiques. Il

n'est pas en soi significatif d'un problème régional, même si certaines unités locales connaissent des problèmes de sous productivité pour des raisons de climat social ou de faible compétitivité sur les coûts même par rapport à d'autres pays d'Europe de l'Ouest .

C'est ainsi que certains grands groupes ont fermé totalement ou partiellement des unités de production, réinvestissant par ailleurs ou n'y laissant que les produits les moins rentables, en arrêtant d'investir sur l'outil de production…..

Toutefois, on ne peut pas évoquer une fatalité, comme le montre l'exemple de certaines unités industrielles régionales à l'abri de problèmes sociaux (comme Liebig le Pontet), qui présentent une excellente productivité et un fort développement, alors qu'elles n'ont aucun avantage différenciateur lié à leur localisation en Provence (matières premières d'origine hors-région et principaux lieux de consommation en Europe du Nord).

On constate donc que des activités industrielles agro-alimentaires à faible ou moyenne valeur ajoutée continuent à être rentables et se développer en France et en Europe (exemple : Danone avec 10 % de résultat net sur essentiellement de l'eau et des biscuits).

Au plan européen, la France reste ainsi un pays attractif pour l'investissement en agro-alimentaire. En effet, selon l'AFII (Association Française des Investissements Internationaux), les principaux investisseurs européens ayant créé de l'emploi en France sur la période 2002/2005 sont de grands groupes IAA : Nestlé, Coca Cola, Mars Inc., Danone, Unilever, Heineken, Pepsico…

Les principaux pays d'accueil en Europe, en nombre d'implantations IAA, sur cette même période ont été : la France (86 projets), l'Espagne (59), le Royaume Uni (47), la Pologne (36), l'Allemagne (34). En nombre d'emplois attirés, la France est au 4ème rang des pays européens.

Les projets d'implantation d'IAA en France ont permis la création de près de 2 446 emplois (soit 10,6 % de l'emploi créé en Europe), principalement concentrés sur les produits transformés et les boissons.

> Les TPE / PME. On distingue :
- des PME porteuses de petites marques nationales,
- des PME produisant principalement pour des marques distributeurs (souvent identiques aux précédentes),
- des PME du terroir (produits provençaux),
- des PME haute technologie (aliments lyophilisés, …..),
- des PME de transformation de produits frais agricoles d'origine en grande partie locale (3ème et 4ème gamme).

Ce tissu de PME est globalement en croissance tant en chiffre d'affaires qu' en emplois en PACA. Elles témoignent du dynamisme de la filière agro-alimentaire mais connaissent une crise de croissance.
Les deux premières catégories de PME se voient en grande partie très menacées, par une "spirale de chute de rentabilité" provoquée par

l'évolution du système de distribution. Le ticket d'entrée dans la grande distribution est difficile. La grande distribution devenant de plus en plus présente, l'accès et le maintien du référencement coûte de plus en plus cher et les grands distributeurs développent leurs contrats de production sous leurs marques à prix d'achat en baisse permanente, pour faire face à leurs propres contraintes et objectifs de rentabilité. Ceci pousse à la baisse la valeur ajoutée moyenne de la production de ces PME, ainsi que leur rentabilité.
De ce fait, elles ne peuvent plus investir ni en marketing, ni en R&D, ce qui aggrave leur dépendance vis-à-vis des marques distributrices et donc leur situation…. souvent jusqu'à fermeture ou rachat par un groupe.

Les trois autres catégories de PME locales, qui sont positionnées sur des marchés de niches, souvent à plus forte valeur ajoutée n'ont pas, pour beaucoup d'entre elles, la taille critique leur permettant d'accéder aux marchés export notamment ainsi qu'aux linéaires de la grande distribution.

Pour les PME de terroir et de transformation de produits agricoles, le problème de développement provient également des difficultés rencontrées pour trouver des matières premières locales en quantité et en qualité, à des prix compétitifs.

D'une façon générale, on constate que ce tissu de PME, porteur de dynamique pour l'IAA locale, a une trop faible rentabilité. Cette faible rentabilité rend difficile leur différentiation (marketing, recherche et développement..) et les conduit à proposer des produits à des prix plus bas, ce qui pénalise encore plus leur rentabilité et ainsi de suite.

Pour se développer, elles doivent améliorer leur productivité. La voie de succès pour ces entreprises est l'innovation partagée, l'accès au haut de gamme, la qualité avec promotion de label.
Pour cela, il faut les aider à se regrouper, sous des marques communes, ce qui culturellement est très difficile dans une région marquée par "l'individualisme latin", pour leur permettre d'accéder aux marchés régionaux, nationaux ou internationaux. Il faut également leur faciliter l'accès aux capitaux, pour soutenir leur croissance par l'investissement.

Les pôles de compétitivité en agro-industrie

Du point de vue des investisseurs étrangers, la cartographie des "pôles de compétitivité français" constitue l'une des principales lectures du potentiel des régions françaises dans l'agro-alimentaire. En France, parmi les pôles de compétitivité labellisés en agro-industrie, 13 d'entre eux concernent la filière agro-alimentaire.

La région Provence Alpes-Côte d'Azur est concernée par deux pôles de compétitivité interrégionaux: PEIFL, très ciblé sur la transformation de fruits et légumes et PASS, pour la partie arômes et colorants naturels.
Mais les Bouches-du-Rhône, malgré leur implication dans ces 2 pôles de compétitivité interrégionaux, n'ont pas une image de département "IAA". Les entreprises locales sont d'ailleurs à ce jour peu présentes dans ces pôles.

Les raisons de l'émergence des projets récents d'installations IAA dans les Bouches-du-Rhône

Sur la période 1993-2005, la France a attiré 126 projets d'investissements internationaux en IAA, créant au total plus de 11 000 emplois.
La région Nord-Pas-de-Calais, du fait de son positionnement géographique (proximité de l'Europe du Nord, forte présence de ressources agricoles …) a été de loin la région la plus attractive en France, attirant 99 projets pour un nombre d'emplois créés de 3938.
La région Picardie est également bien placée, avec un nombre d'implantations bien moins important (24 projets), mais de plus grande taille (2251 emplois créés), soit 5,4 % des projets et 10, 1 % des emplois créés.
Sur cette même période, la région PACA a attiré 20 projets d'investisseurs internationaux représentant 1 054 emplois soit 4,7 % de la création nationale d'emplois liées à l'implantation d'entreprises étrangères, se plaçant au 9eme rang des régions françaises, ce qui n'est pas une bonne performance par rapport au poids relatif de la filière en France.

Préconisations pour l'avenir de l'industrie agro-alimentaire en Provence

Ces préconisations concernent l'industrie agro-alimentaire dans son ensemble. Certains segments peuvent appeler des dispositions particulières.

a. Créer un observatoire des mutations économiques pour anticiper les crises, identifier les opportunités de développement, préparer la reprise/transmission d'entreprises

La surveillance d'entreprises déjà implantées, présentant un risque compte tenu de :
- leur appartenance à un groupe international
- de leur poids social
- ou de leur dépendance à des réglementations particulières doit permettre de travailler avec les dirigeants de ces entreprises très en amont pour anticiper la crise, notamment sur le plan social.
Des entreprises telles que Haribo Ricqlès Zan SA à Marseille, Les Grands Moulins Storione à Marseille Heinekein à Marseille, La Varoise de concentré à Signes, McCormick France SAS à Avignon, Les Salins de Giraud, pourraient être intéressées par ce dispositif. Il doit permettre également d'anticiper les opportunités de développement, en observant les stratégies d'implantations des grands groupes multinationaux, porteurs de projets d'investissements ou en repérant des niches d'investissement, qui tiennent compte les grandes évolutions démographiques et des changements d'habitudes de consommation.

Enfin, beaucoup de PME locales vont devoir faire face à un problème de transmission à court terme, compte tenu de l'âge de leurs dirigeants, auquel il faut se préparer. Le changement de génération des patrons de TPE/PME doit être anticipé, afin de ne pas perdre l'existant.
Cette initiative pourrait s'inscrire dans le dispositif de prévention de risques socio-économiques "Grands Comptes" que la CCIMP, avec ses partenaires, est

en train d'organiser sur le territoire, avec un traitement spécifique pour l'agro-alimentaire.
La cohésion des acteurs sur la paix sociale et la grande proximité avec les dirigeants (notamment les grandes entreprises) constituent des atouts dans la mise en oeuvre de tels dispositifs.

b. Densifier les pôles de compétitivité PEIFL et PASS, en incitant les PME locales de "terroir", de transformation de produits agricoles ou de haute technologie à s'associer à leurs actions. Développer la synergie avec les autres pôles. Renforcer l'action de la profession sur d'autres filières que les fruits et légumes.

L'enjeu est de taille puisque le renforcement des relations agri-agro est au coeur de la création des ces pôles régionaux.
Ceux-ci sont positionnés sur des secteurs à fort potentiel de développement produits agricoles intermédiaires, ingrédients techniques (arômes et saveurs), produits traiteurs, produits "naturels" (fruits, salades).
Toutefois, au regard des pôles européens, la taille des pôles de compétitivité français reste très faible (40 entreprises environ), alors qu'un pôle tel que le Scottish Food & drink au Royaume-Uni comporte 1 000 entreprises, représentants tous les acteurs de la chaîne de valeur, y compris les acteurs de la distribution. Il paraît donc nécessaire de favoriser l'arrivée de nouvelles entreprises de transformation dans ces deux pôles, notamment des entreprises des Bouches-du-Rhône, mais aussi de travailler sur l'intégration de tous les acteurs de la chaîne de valeur : fournisseurs de matières premières, prestataires de services associés, transformateurs, équipementiers et notamment les distributeurs, qui sont des partenaires actifs des pôles de compétitivités européens. L'affirmation de leur stratégie internationale doit également être précisée.
Sur le plan financier, ces deux pôles méritent d'être renforcés, notamment par une augmentation des moyens financiers qui leur sont accordés, compte tenu du caractère stratégique du secteur agroalimentaire en PACA. Les synergies avec les autres pôles de compétitivité doivent être développées.

Certaines compétences en cours de développement dans les autres pôles de compétitivité ou PRIDES, pourraient avoir un impact positif immédiat sur la filière IAA :
- pour le pôle de compétitivité "Solutions Communicantes sécurisées" et le candidat PRIDES et pôle de compétitivité "Logmix", la performance logistique (traçabilité, étiquettes intelligentes, et autres applications des technologies RFID…)
- pour le pôle "Mer", les matières premières d'origine maritime (algues, autres produits pour la nutrition -santé ..)
- pour le Prides "Bioméditerranée", positionné actuellement sur les biotechnologies "rouges" (cellule) et "blanches" (pharmacie) qui doit se développer sur les biotechnologies "vertes" (agricoles) et "bleues" (marines)
- pour le Prides "Création, Industries mode", le développement de la filière design-packaging
- pour le Prides "Novachim", les films plastiques, la chimie des polymères…

Enfin, il apparaît important, à l'instar de ce que la profession a fait sur les Fruits et Légumes, de renforcer les actions sur les autres filières constitutives

de l'IAA en PACA, (par exemple, le travail des grains, particulièrement représenté sur les Bouches-du-Rhône).
La labellisation au plan régional des PRIDES peut constituer une opportunité de développer des programmes d'actions par filières, autre que celle des fruits et légumes. Pour cela, le secteur agro-alimentaire, compte tenu de son caractère stratégique au plan régional, devrait bénéficier de moyens financiers plus importants de la part des collectivités territoriales, notamment en comparaison à ce qui est alloué dans des régions voisines.

c. Miser sur les marchés de développement porteurs de projets d'investissement exogènes : les produits alimentaires intermédiaires et les ingrédients techniques, la transformation des produits de la mer, le "bio".

Selon l 'AFII (Agence Française des Investissement Internationaux), trois secteurs sont susceptibles d'attirer des projets d'investissements en IAA en France:

> Produits alimentaires intermédiaires et ingrédients techniques
Les 2 pôles de compétitivité de PACA devraient permettre de tirer parti du potentiel de développement de ce segment à forte valeur ajoutée, d'autant qu'il n'y a pas d'autre région française, autre que la nôtre, fortement spécialisée sur ces segments. Ces secteurs sont tirés par le développement notamment de la filière appertisation, qui propose des produits préparés prêts à l'emploi, des plats chauds préparés à l'extérieur pour "surfer" sur les nouvelles habitudes alimentaires, économes en temps.

> Transformation des produits de la mer
Cette activité de la filière offre un véritable gisement de nouveaux produits occupant un marché tendance "nature, santé, qualité..". Les entreprises locales sont encore peu nombreuses sur ce créneau en dépit du positionnement littoral du département des Bouches-du-Rhône.
L'existence d'un M.I.N sur le Port de Marseille représente un atout fort. Ce marché connaît aujourd'hui des stratégies de concentration réduisant le nombre d'entreprises indépendantes. Plusieurs entreprises locales bénéficient d'une forte renommée : Crustimex (Marseille), Conserverie Micelli (Vitrolles), Société Nouvelle Les Fils de Dominique Ferrigno (Port Saint-Louis du Rhône), Unimer (Marseille).
La principale concurrence française de ce type d'activité se situe sur la façade atlantique qui, du fait d'une activité de pêche importante, a su développer une filière aval. Les Pays Nordiques sont très actifs sur ce marché.

> Bio
La région PACA regroupe 7 % des exploitations bio françaises. Le bio est un nouveau créneau porteur d'importantes opportunités de marchés. La grande distribution doit proposer à sa clientèle une offre diversifiée. Certaines entreprises locales ont su saisir ce mouvement pour développer des lignes Bio : fournil de Bernis (Aubagne), Brasserie la Cornue (Eguilles).

d. Renforcer la chaîne de valeur en développant des services associés (logistique dédiée à l'alimentaire, packaging, emballage, équipementiers …)

Le développement de services logistiques performants, notamment en termes d'intermodalité et de flexibilité, est essentiel pour la filière IAA et doit prendre en compte les besoins de la grande distribution.

Pour la logistique dédiée au froid, les régions du Nord ou de l'Est de la France représentent une concurrence dans l'accueil de nouveaux projets d'investissements. Il y a des perspectives pour des projets liés au conditionnement et à l'emballage, compte tenu des nouvelles habitudes de consommation (snacking...) ou des évolutions sociologiques (composition des ménages). L'utilisation de matériaux intelligents (polymères) pour l'emballage offre également des perspectives de développement à ce secteur: matériaux réagissant à l'humidité, au taux d'éclairement, matériaux absorbeurs d'oxygène, qui remplacent les techniques de mises sous vide en sac étanche. On parle également de bio-matériaux (emballages au gluten de blé, biodégradables et de surcroît comestibles).Les techniques de cryogénisation et de lyophilisation offrent également des perspectives à ce secteur. Enfin, ce secteur est impacté par la créativité liée au design.

e. Exploiter plus efficacement la synergie agri-agro, et investir sur les biotechnologies "vertes" (agricoles) et "bleues"(marines)

Selon les professionnels de l'agro-alimentaire, la création de valeur est liée à la transformation du produit, qu'il s'agisse de produits locaux ou de produits importés.
En ce qui concerne les produits locaux, l'agriculture régionale a fait le choix d'être une agriculture de "bouche, avant d'être une agriculture destinée à la transformation. La synergie agri-agro passera principalement par des produits à valeur ajoutée.

Mais l'agriculture régionale, au même titre que les IAA, doit s'adapter à la mondialisation. Les productions locales sont compétitives mais connaissent une forte concurrence internationale avec des pays tels que l'Espagne, le Maroc, la Pologne pour la tomate ou encore des pays de l'hémisphère sud pour la pomme. Les producteurs de vins connaissent également une forte concurrence avec des vins d'origine étrangère qui se positionnent de plus en plus fortement sur le marché.

Sur les 30 dernières années, l'agriculture locale a connu d'importantes modifications de son organisation: décroissance du nombre d'exploitations agricoles au profit d'exploitants de taille plus importante, organisation progressive d'une part de la profession sous forme de société.
Ceux-ci doivent de plus en plus s'investir dans le champ du développement durable. De nouvelles expérimentations sont en cours, combinant écologie, rendement et durabilité. Celles-ci peuvent intéresser les filières locales, comme celle pratiquée en Thaïlande ou en Chine, qui combinent riziculture et élevage de crevettes et canards, avec des gains en matière d'utilisation de pesticides ou de lutte contre les moustiques.

Par ailleurs, le champ d'applications potentielles des recherches en biotechnologies à un horizon de vingt ans est extrêmement vaste (augmentation de rendements agricoles, résistance aux pesticides, biodégradabilité, nouvelles techniques de transformation de micro-organismes,..) et représente un enjeu de taille pour les acteurs "agri-agro" .
Le primat donné à la sécurité alimentaire, le développement d'une véritable politique de produits de qualité, la prise en compte des nouveaux comportements des consommateurs (commerce équitable, achat responsable avec la notion du consom'acteur), les innovations liées au produit, à la recherche sur les nouveaux emballages et aux nouveaux modes de conservation, l'intégration de l'environnement dans toute stratégie industrielle nécessitent un lien étroit entre les acteurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire.
De la même façon, les acteurs "agri-agro" doivent se préparer ensemble aux enjeux à plus long terme qui portent sur une période de 30 à 50 ans : quel avenir pour notre agriculture et notre agro-alimentaire sur un territoire soumis à une très forte poussée d'urbanisation; quel sera l'impact de l'augmentation du prix du pétrole, de la pénurie d'eau ou de l'augmentation de la température sur les cultures ?…

f. Miser sur l'image de marque "Provence" et améliorer la lisibilité sur les potentiels nutrition/santé

L'image de marque "Provence" est un atout différenciant. Elle est très forte à l'international, notamment auprès des investisseurs asiatiques. Elle est également très forte par rapport à la grande distribution, comme le montre le succès de la marque "Cuisine Provence", qui permet de fédérer des PME locales sous un même concept. L'origine Provence permet notamment de relocaliser la notion d'alimentation méditerranéenne, sur laquelle sont positionnées de nombreuses régions européennes.
Elle a du sens pour les recettes traditionnelles, même s' il s'agit souvent de marchés de niche , avec de faibles volumes.
Il faut soutenir une politique de marque collective. Certaines régions, comme Languedoc-Roussillon, sont beaucoup plus investies que notre région dans ce type d'actions.
Les Bouches-du-Rhône bénéficient de l'existence d'un grand nombre de laboratoires de recherche de renommée internationale sur la Nutrition Santé.
La nutrition est en effet une notion scientifique, avant d'être une notion marketing.

Les filières aliments fonctionnels (produits ayant des propriétés physiologiques positives et/ou des capacités à réduire le risque de maladie), principalement développées par des groupes alimentaires et nutraceutiques, animée principalement par les groupes pharmaceutiques, révèlent des potentiels de développement. Des entreprises couvrent d'ailleurs les deux domaines grâce à des alliances stratégiques.

La demande est stimulée par les besoins spécifiques de groupes de consommateurs (enfants en bas âge; sportifs, femmes enceintes; alimentation hospitalière,...). Elle est renforcée par les dispositions du Programme National Nutrition Santé au niveau français et la prévention de l'obésité.

Dès 1995, la CCI Marseille-Provence s'est d'ailleurs mobilisée sur cet enjeu en créant la Cellule Interface Alimentation Nutrition Santé (CIANS), afin de favoriser les échanges entre le milieu scientifique et l'industrie agro-alimentaire locale. Cette action a été relancée dans le cadre du Plan Nutrition Santé Régional en 2000 et la création d'une association Nutrition Méditerranéenne.
Toutefois, la Provence manque de visibilité sur l'axe nutrition/santé, sur lequel sont positionnés d'autres pôles de compétitivité français comme Vitagora à Dijon et QualiMediterranée à Montpellier. Un élément fédérateur à toutes les initiatives et à tous les acteurs venant d'horizon très divers reste à trouver.
Par ailleurs, il faut fédérer une grande région Sud-Est de Perpignan à Nice et Valence, pour atteindre une taille critique suffisante.

g. Accélérer le développement de la filière agro-alimentaire , en améliorant la performance du Port

La proximité du Port de Marseille devrait favoriser l'approvisionnement de matières premières transformables sur place mais également permettre un développement des exportations de produits locaux à forte valeur ajoutée.

Le trafic de produits agricoles (imports et exports) représente pour le Port de Marseille un volume de 4,1 millions de tonnes en 2006.
Les 1,4 millions de tonnes d'entrées sont constituées pour 448 000 tonnes de fruits et légumes, 234 100 tonnes d'autres produits agro-alimentaires (dont 157 000 tonnes de sucre brut), 565 000 tonnes de denrées alimentaires et le solde en matières premières animales et végétales.
Les 2,7 millions de tonnes de produits agricoles en sortie sont constituées de 114 500 tonnes de fruits et légumes, 914 300 tonnes d'autres produits agro-alimentaires (principalement des céréales, froment, épeautre, orge, maïs), 1 514 000 tonnes de denrées alimentaires (boissons, eaux minérales, vins, conserves…) et 169 000 tonnes de matières premières animales et végétales.
Les comparaisons entre Ports doivent s'établir par type de trafic. En effet, les ports de l'Atlantique sont principalement centrés sur le marché des céréales, en liaison avec leur hinterland. Sur ce seul segment, les trafics enregistrés sont pour Rouen 6 millions de tonnes, Nantes 3,1 millions de tonnes et La Rochelle 2,2 millions de tonnes, ce qui représente environ 80 à 90 % de leurs trafics totaux en produits agro-alimentaires.
Ces tonnages sont à comparer aux 900 000 tonnes de Marseille, qui vient d'approuver une opération d'investissement de 10 millions d'euros au bénéfice du terminal céréalier des Tellines sur la zone industrialo-portuaire de Fos pour tripler les trafics de céréales.
En revanche, sur le secteur des fruits et légumes, le site de Port Vendres est très actif. Si le tonnage total reste inférieur à celui de Marseille (230 000 tonnes par an), 80 % de celui-ci est constitué de fruits et légumes. Port-Vendres bénéficie notamment de la présence de Saint-Charles International, premier centre européen d'éclatement de fruits et légumes (1,35 millions de tonnes y transitent) et a réalisé d'importants travaux d'extension et de modernisation (entrepôts, chaîne du froid) pour capter les produits du Maghreb. Sur ce type de trafic, s'exerce bien entendu la concurrence des autres ports méditerranéens.

La politique du Port sur les trafics agro-alimentaires doit être précisée, notamment sur les trafics qui concernent les pôles de compétitivité actuels.
Le retour à la performance du PAM reste la condition indispensable à ce développement.

h. Développer la filière biocarburants en s'appuyant sur les ressources locales et les ressources importées par le Port de Marseille

Le bioraffinage constitue un enjeu d'avenir très important. En France, la production d'éthanol à partir de sucre de canne, de betteraves, d'amidon de blé ou depuis peu de champignons filamenteux est une nouvelle voie pour certaines régions, comme les régions Champagne-Ardennes/Picardie et Midi-Pyrénées (pôle en cours de constitution) qui se positionnent sur ce secteur.
En région, cette filière pourrait être soutenue par la valorisation de la canne de Provence ou du topinambour. Les projets d'unités d'éthanol se situent aussi en régions portuaires, près des utilisateurs raffineurs et à proximité des quais d'exportation.

i. Accompagner les IAA locales, en développant la mise en marché des PME (relations avec la grande distribution, internationalisation..), l'innovation (produit, packaging, logistique, process, …), la traçabilité, la valorisation des co-produits, la formation, la mise en réseau, l'accès aux capitaux propres – La mise en marché des PME (les relations avec la grande distribution, l'internationalisation..)

Les PME sont fortement contraintes par l'accès aux linéaires de la grande distribution (coûts de référencement, développement des marques distributeurs….). La grande distribution est un partenaire difficile et exigeant.
Des rapports de partenariat "économique" avec la grande distribution doivent être instaurées : celle-ci est en effet un acteur essentiel pour la distribution au plan régional des produits locaux. Les distributeurs régionaux doivent accepter d'amener les PME locales au plan national, puis international, en facilitant les tests de marché. Certaines régions comme La Bretagne ont des expériences intéressantes dans ce domaine avec certaines enseignes, qui développent du partenariat local.
Les entreprises qui sont leurs fournisseurs ont du faire les progrès nécessaires pour répondre à leurs demandes en matière d'assurance qualité, HACCP, traçabilité, contrôle filière.
Une diversification dans les circuits alternatifs de distribution doit également être développée distribution automatique, restauration de transport, stations-service, télé-achat et vente par internet…). Les services de livraison à domicile se développent également.
L'accompagnement à l'international des entreprises agro-alimentaires doit être soutenu, le marché français étant saturé. Les pays européens sont les principaux marchés potentiels à l'exportation des entreprises locales. En matière de grandes tendances à l'international, on constate que les pays émergents deviennent de gros producteurs de matières premières et les grands groupes agroalimentaires investissent leurs unités de transformation sur place.

L'aubaine démographique en Méditerranée (et plus encore au Moyen-Orient qu'au Maghreb, plus de 100 millions de bouches à nourrir) doit conduire à promouvoir l'investissement offshore des industries de transformation locales, qui peuvent se développer dans ces pays par transfert de technologie (développement de partenariats, implantation d'unités de transformation à proximité des ressources locales…) .

- **L'innovation (produit, packaging, logistique, process..)**

Compte tenu de leur taille et de leur fragilité financière, il reste difficile pour les PME d'investir dans la Recherche et Développement et le marketing, alors que l'innovation est une des voies pour pérenniser l'industrie agro-alimentaire dans les quinze à vingt ans à venir. Elle leur permettra en effet de proposer des produits différenciés, à prix plus élévés.
Les efforts dans ce domaine doivent être faits en liaison avec ceux déployés par les autres pôles de compétitivité ou Prides dans les domaines du "packaging" et design, de la logistique (traçabilité, étiquettes intelligentes..), et en facilitant l'accès des PME à ces apports.
Certaines PME locales sont engagées dans des démarches d'innovation sur l'emballage (Les Biscottes Roger à Aix-en-Provence, La Fermière qui commercialise des yaourts dans des pots en grès, et en PACA, La Truffière de Rabasse qui innove avec le spray à la truffe, Beghin Say avec des emballages souples pour sucre en poudre….) ou dans l'innovation produit (Le Moulin à Huile du calanquet à Saint- Rémy de Provence qui produit de la tapenade à croquer, Le Temps des Mets à La Seyne sur Mer avec un sirop pomme d'amour primé).
Le partenariat de la CCIMP avec les professionnels de l'agro-alimentaire autour du programme d'accompagnement à l'innovation I-Mind est à renforcer.

- **la traçabilité**

L'industrie agro-alimentaire, frappée par les crises récentes de la vache folle ou de la grippe aviaire, est confrontée également aux exigences de sécurité alimentaire.
Il y a une nécessité absolue à implanter dans les entreprises agro-alimentaires la notion de traçabilité amont et aval et à soutenir leurs efforts dans ce domaine qui est générateur de coûts. Les entreprises qui sont les fournisseurs de la grande distribution doivent répondre à des cahiers des charges stricts en matière d'assurance qualité, HACCP, traçabilité, contrôle filière. Il faut soutenir les efforts des PME dans ce domaine, générateur de coûts.
Certaines entreprises locales, comme les Calissons du Roy René, ont actuellement développé des systèmes de traçabilité RFID performants.
Les innovations liées à la sécurité concernent également les techniques d'analyse et de décontamination.

- **la valorisation des co-produits**

Les industries agro-alimentaires doivent respecter une règlementation environnementale de plus en plus contraignante en matière de rejets (matières organiques, déchets de production, rejets d'eaux ou de boues, déchets d'emballage…), à laquelle il convient de les accompagner par des actions collectives en matière environnementale (ISO 14001,..). La

valorisation des déchets de l'industrie agro-alimentaire comme engrais doit également être soutenue.

- **la formation**

Comme les autres activités industrielles, l'attrait des jeunes pour le secteur agro-alimentaire doit être soutenu par des campagnes de promotion. La désaffection des filières ingénieurs concerne également ce type d'activités. Pour y remédier, la profession vient de susciter la création de la première Ecole d'Ingénieurs qui va s'installer sur Avignon à la rentrée prochaine. Cette initiative doit être soutenue.

La formation pour les IAA en matière de packaging-design doit être développée et des liens avec les formations en chimie des polymères et mécanique/instrumentation sont à développer.

Les formations-actions auprès des dirigeants des entreprises agro-alimentaires, du type de celles développées par le Critt Agro-Alimentaire doivent être soutenues.

Des initiatives comme PLATO, développée au sein de la CCIMP où des cadres issus de grandes entreprises locales animent des groupes de travail composés de dirigeants de TPE/PME sur des thèmes choisis par ces derniers (management, stratégie, analyse financière, ressources humaines, export...) pourraient compléter le dispositif de formation.

- **la mise en réseau**

Les entreprises agro-alimentaires sont encore isolées. Les initiatives, telles que "Cuisine Provence", "belle salade de Provence" ou FME (France Méditerranée Export) doivent être encouragées pour faciliter leur accès aux marchés (grande distribution, export...) et la mutualisation des ressources (accès à l'innovation...). C'est une réponse aux difficultés liées à la petite taille des entreprises régionales.

- l'accès aux capitaux propres

L'accès aux capitaux propres est vital pour une industrie locale qui doit investir dans la différentiation. Les chefs d'entreprise doivent être formés à la gestion du haut de bilan. Les PME locales ne sont pas suffisamment dans la culture de la croissance externe. Les outils financiers existent et sont bien dimensionnés, mais peu utilisés. Un accompagnement à la culture de la croissance externe, en formant les dirigeants des entreprises semble un point d'amélioration.

Contribution de Provence Promotion
Economic Development Agency 10, place de la Joliette, Atrium 10.5
Les Docks B.P. 45 607 13567 Marseille Cedex 02 France
Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11
www.investinprovence.com email : provence-promotion@provence-promotion.fr

A) Atouts de la région Provence:
- attractivité "naturelle" de la région
- image forte de la Provence pour la qualité de vie
- abondance et qualité des productions régionales
- facilités logistiques d'approvisionnement et d'exportation hors région (port, infrastructures de
communication…)
- marché important sur l'arc méditerranéen (+ de 70 millions de consommateurs)
- potentiel de valorisation des messages santé autour de l'alimentation méditerranéenne
- des acteurs de la filière dynamiques (PEIFL, FRIAA, laboratoires, centres techniques…)

B) Raisons de l'émergence de projets d'installations récentes dans le 13 :

1) Utilisation non alimentaires de produits agricoles :
- compagnie du vent/biocar (production de biodiésel)
- terrain disponible
- connaissance du territoire et des réseaux décisionnels (compagnie du vent est attributaire d'un site éolien sur le PAM)
- proximité des marchés (raffinerie)
- approvisionnement aisé grâce aux infrastructures notamment portuaires et fluviales
- obtention d'un agrément suite à l'appel d'offre national
- projet INEOS Lavéra (unité de biocarburant)
- INEOS déjà présent en région suite au rachat du site Lavéra à BP
- complémentarité des biocarburants avec la production déjà in-situ
- approvisionnement aisé grâce aux infrastructures portuaires
- terrain disponible
- pour l'instant pas d'agrément suite à l'appel d'offre
- projet de production de biocarburant
- terrain disponible
- proximité raffineries donc clients potentiels
- approvisionnement et exportation facilités du fait des infrastructures portuaires

2) Utilisation alimentaire des produits agricoles :
- Krustanord à Vitrolles (transformation de produits de la mer)
- Facilité d'approvisionnement par le port
- Facilité de transit via les infrastructures routières et autoroutières
- Marché potentiel important sur l'arc méditerranéen
- Aides collectivités régionales
- Implantation antérieure d'un bureau commercial

- Araquelle à Lançon (transformation/commercialisation thés et tisanes biologiques)
- Infrastructures logistiques
- Présence de producteurs matières premières en région sud est
- Image de la Provence positive par rapport aux produits "haut de gamme"
- Qualité de vie sud de la France.
- qualité et importance du nombre d'universités pour les enfants des dirigeants
- aides du conseil général et régional pour les IAA
- opportunité immobilière
- Budonoki Provence à Orgon (production de confiture)
- Qualité des matières premières régionales en fruits et légumes
- Image de la Provence au Japon (production entièrement commercialisée au Japon)
- Facilités logistiques et transitaires pour l'export

3) Utilisation alimentaire et logistique
- Carnivor à St Martin de Crau (transformation de produits carnés)
- Enseigne régional (grand sud France)
- Opportunité foncière
- Facilité logistique
- Léon Vincent à Fos sur Mer (transitaire F&L en froid négatif)
- Disponibilité foncière
- Infrastructure logistique pour l'importation via le PAM ou routière pour la distribution
- Autres : Fourchet Frigos ; Mesguen…(expéditeurs F&L)
- Proximité des fournisseurs
- Proximités des MIN
- Proximité (8h maxi de camion) des grands centres de distribution tel que RUNGIS, St Charles, Vintimille…

C) Autre axe de développement potentiel :
- Nutrition santé : Après avoir été longtemps laissé au second plan, le rôle et la qualité d'une alimentation équilibrée reprennent tout leur sens dans notre mode de vie contemporain. Les crises sanitaires récentes (vache folle, grippe aviaire,…) ne font que renforcer la tendance du consommateur à cet égard.
Le concept de "nutrition/santé" prend ainsi toute son importance.
Dans cet esprit, l'équation qui consiste à conjuguer l'image forte de la Provence pour sa qualité de vie avec les préoccupations "santé/nutrition" trouve naturellement une solution dans l'alimentation méditerranéenne.
(Provence/qualité de vie) x (nutrition/santé) = alimentation méditerranéenne.
De nombreuses initiatives s'inscrivent déjà dans le mouvement de la valorisation de l'alimentation méditerranéenne et/ou d'un travail sur la thématique nutrition/santé (liste non exhaustive) :
- la FRIAA a développé récemment la marque "cuisine provence" tendant à valoriser des recettes d'inspiration méditerranéenne
- certaines organisations de producteurs communiquent sur l'atout méditerranéen (ex : les belles salades de Provence).
- Développement importants des AMAP (circuit court de commercialisation de F&L) qui aujourd'hui n'arrivent pas à satisfaire à la demande des particuliers

- le conservatoire Grand Sud des cuisines du terroir réunit des professionnels de la restauration soucieux de valoriser l'alimentation méditerranéenne
- récemment s'est déroulé à la CCIPA le premier salon de la nutrition méditerranéenne
- le PEIFL inscrit dans ses objectifs la prévention nutritionnelle des pathologies majeures actuelles (obésité, maladies cardiovasculaires, cancers) en favorisant la consommation de fruits et légumes, frais et transformés.
- le CTCPA en collaboration avec l'INRA, le CIRAD et l'INSERM Marseille ont déposé des projets à l'appel d'offre ANR ou du PEIFL.

Il existe un potentiel pour l'alimentation méditerranéenne dans le couple plus englobant "nutrition/santé" que l'on peut décliner sur différents thèmes :
- auprès de catégories de population ciblées : sportifs, seniors, etc.
- en valorisant la qualité des productions et recettes traditionnelles auprès du grand public (cf. marque cuisine provence)
- en développant des nutriments ou compléments alimentaires nouveaux

D) Difficultés à l'implantation ou au développement des entreprises :

Constat	Causes
Offre financière et immobilière limitée	Pénurie de terrains aménageables Mise en place des intercommunalités Retarde l'émergence de projet
Manque de prise en compte de l'importante réelle de la filière IAA dans les Bouches-du-Rhône	Dans le 13 particulièrement l'IAA est "diluée" dans l'ensemble de l'activité économique importante et diversifiée
Relative inorganisation des nombreux acteurs régionaux	Très forte disparité régionale Agriculture très diversifiée : Méditerranéenne au sud, de montagne au nord
Manque de visibilité de la Provence sur les potentiels nutrition/santé	Elément fédérateur à toutes les initiatives et tous les acteurs venant d'horizon très divers reste à trouver

E) Autre caractéristique du secteur des IAA :

Comme nous l'avons vu le secteur est composé de petites structures à caractère familial. Dans une proportion importante de ces entreprises, les dirigeants, à moyen terme, seront amenés à cesser leur activité du fait de leur âge. Une forte proportion d'entreprises sera donc à reprendre dans un laps de temps relativement court.

Audition N°9 : Jean-Philippe ANDRE, Président du Directoire HARIBO RICQLES ZAN du 3 mai 2007

L'entreprise HARIBO, est une entreprise **familiale** dirigée par deux frères. Créée en Allemagne, elle s'est implantée par la suite dans 18 pays d'Europe, et en France il y a quarante ans, à Marseille et à Uzès.
L'entreprise est l'un des leaders du marché européen confiserie. Le plus important est l'Allemagne, le second étant la France. Elle réalise environ 1,5 milliard de chiffre d'affaires par an.

HARIBO France :

- deux sites de production (environ 800 salariés dont 400 à Marseille, 20 nationalités différentes)
- un musée du bonbon (260 000 visites par an)

Dans l'avenir, HARIBO souhaite développer en France le chiffre d'affaires et la rentabilité pour les porter à la moyenne du Groupe. L'entreprise n'a pas de problèmes particuliers en matière d'outils de production ou de marché.

- Différence structure des coûts :

  Au sein du même Groupe, HARIBO France est confronté à des différences sensibles. Ainsi en matière de coût du personnel :

En France : -> 35 heures, 1 450 € (salaire le plus bas) * 13mois + intéressement/participation (13/14 %)+ primes de vacances

En Espagne : -> 40 heures, environ 30 % d'écarts de coûts par rapport à la France.

  Ainsi au sein d'un même Groupe, les conditions de compétitivité diffèrent selon les usines. Il faut donc rechercher la compétitivité optimale tout en tenant compte de ce contexte.

  (Actuellement, l'usine de Marseille négocie l'arrêt du travail de nuit car c'est une règle chez HARIBO. En effet, le groupe privilégie les investissements à l'utilisation des heures supplémentaires. L'usine ainsi va investir dans un nouveau matériel. Dans l'intervalle, l'équivalent des tonnes sera produit la nuit dans les usines espagnoles.)

- Appréhender la différence "culturelle":

  La famille allemande qui a investi en France il y a quarante ans a encore parfois du mal à comprendre les spécificités culturelles du travail en France. Ainsi, le syndicalisme est différent du syndicalisme allemand où la cogestion domine. Exemple : en France, on assiste encore en 2007 à un débat idéologique sur le rôle de l'intéressement et de la participation dans une politique de rémunération globale de l'entreprise.

- Le Siège à Marseille :

  D'autre part, il est primordial de donner l'envie aux investisseurs de rester à Marseille. En effet, si le Siège social est à Marseille, c'est grâce à une volonté humaine. Une communion d'intérêts doit se faire pour conserver le site d'Haribo à Marseille.

  Le Siège de l'Entreprise est à Marseille pour des raisons historiques (acquisition). Ceci n'est pas remis en cause. Cela dit, c'est suffisamment rare dans l'industrie alimentaire aujourd'hui pour que cela soit souligné. Il faut simplement qu'il soit évident pour tous que ce choix doit être considéré comme une opportunité pour toutes les parties prenantes.

D'autre part, Monsieur ANDRE a évoqué quelques grands points concernant :

- La Grande et Moyenne Surface : face à la GMS, il est plus facile d'être un grand Groupe qu'une PME, d'autant plus si votre marque est forte.

- Passage des petites entreprises vers des moyennes ? Pourquoi les faire passer en moyennes ? En Italie, il y a beaucoup de petites entreprises qui ont réussi à créer des niches (exemple du percolateur italien). Les niches permettent de créer une véritable plus-value, de la valeur ajoutée.

- Innovation : il est important de se donner le droit à l'erreur. Sur dix nouveaux produits lancés par Haribo, un seul en moyenne marchera. Les innovations, les idées peuvent aussi venir des petites structures, quitte à être intégrées ensuite dans structures plus grandes.

- Aspects financiers : l'entreprise n'a pas de problèmes de fonds propres ni de rentabilité. Mais l'enjeu est de donner le désir aux investisseurs de rester à Marseille. Haribo s'est installé à Marseille il y a quarante ans, mais elle n'a jamais eu ou demandé d'exonérations particulières. Cependant, elle est à la frontière d'une zone franche urbaine mais ne peut en bénéficier.

  Il n'y a pas d'initiatives particulières de fidélité (pas forcément monétaires) pour les entreprises présentes depuis des dizaines d'années.
  Le territoire (ville, région, …) aurait intérêt à développer et à "renforcer ses forces". Le maintien pour le développement de HARIBO à Marseille (+/- 400 personnes) est sans doute plus générateur de valeurs (impôts, emploi…) que plusieurs dizaines de petites initiatives nouvelles. Il faut sans doute faire les deux, mais vraiment les deux en même temps.

  Il est important que ces entreprises aient aussi de la reconnaissance de la part des élus locaux et des institutionnels. Les relations humaines jouent un rôle non négligeable dans le business d'aujourd'hui.

Audition N°10 : Sylvain PICHON, Direction de l'action commerciale et des relations internationales européennes, Responsable cellule intelligence commerciale du Port Autonome de Marseille du 24 mai 2007

Le Port Autonome de Marseille dispose d'un véritable atout concurrentiel : c'est la porte d'entrée du Sud de l'Europe.
C'est le premier port de France et de Méditerranée, troisième port pétrolier mondial, quatrième port Européen et capitale du Shipping en France.
Il regroupe 1 500 employés et génère en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, plus de 40 000 emplois directs et indirects (18 000 emplois industriels et 23 000 dans les autres secteurs). En 2006, le PAM a réalisé 184 M€ de chiffre d'affaires.

Principaux chiffres 2006 :

Trafic Total :	**100,1 Mt** soit **+ 3.6 %** de croissance
Marchandises Diverses :	16.4 Mt soit + 5.9 % de croissance
Conteneurs :	941 400 evp[40] soit+ 4 % de croissance
Hydrocarbures :	64.3Mt soit+ 2.7 % de croissance
Vracs Solides : minerais, charbons, ...)	16.2 Mt soit + 5.4 % de croissance (céréales,
Vracs Liquides :	3.2 Mt soit + **2.7 %** de croissance

Le fond de commerce du PAM est celui des hydrocarbures

Le PAM est en retard par rapport à ses concurrents. Par exemple en terme de conteneurs, le trafic en 2006 des ports de Barcelone et du Havre s'élevaient à plus de 2 millions evp, soit une croissance annuelle de l'ordre de 7 - 8%. Ces écarts sont dus à une image relativement médiocre du port autonome de Marseille (fiabilité, organisation portuaire ...). La position concurrentielle est difficile mais le PAM dispose le plus d'avantages concurrentiels naturels.
Le projet du port Fos 2XL permettra au PAM de dépasser les 2M evp et d'élargir l'hinterland.

La filière agro-alimentaire représente un volume important (4 %).

Les flux agricoles et agro-alimentaires par grandes catégories NST en 2006

En T	Tonnage	Poids	part des Entrées	part des Sorties
DENREES ALIMENTAIRES	2 079 070	50%	27%	73%
AUT.PROD.AGR.ALIMENT.	1 148 451	28%	20%	80%
FRUITS ET LEGUMES	562 552	14%	80%	20%
MAT.PR.ANIM.& VEGET.	333 869	8%	49%	51%
PAA	4 123 942	100%	34%	66%

[40] L'**équivalent vingt pieds** ou ÉVP est une unité de mesure de conteneur, lesquels font conventionnellement 20 pieds de longueur.

Les flux agricoles et agro-alimentaires, représentent plus de 4 Mt. Les exportations sont plus importantes que les importations, excepté pour les fruits et légumes.
Les "denrées alimentaires" (produits élaborés) représentent 50 % et sont majoritairement en sortie (73 %).

Denrées alimentaires :

	Flux 2006 Denrées alimentaires			
En T	Tonnage	Poids	part des Entrées	part des Sorties
AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	742 096	36%	33%	67%
BOISSONS NON ALCOOLISEES	568 663	27%	3%	97%
BOISSONS ALCOOLISEES	245 645	12%	22%	78%
CAFE,THE,EPICES	156 510	8%	71%	29%
FARINES,SEMOULES,MALT	147 109	7%	1%	99%
PRODUITS ALIMENTAIRES PERISSA	120 903	6%	47%	53%
HUILES ET GRAISSES	98 144	5%	78%	22%
DENREES ALIMENTAIRES	**2 079 070**	100%	**27%**	**73%**

Autres produits agro-alimentaires :

	Flux 2006 Aut.prod.agr.alimentaires			
En T	Tonnage	Poids	part des Entrées	part des Sorties
CEREALES	808 731	70%	5%	95%
SUCRE	166 249	14%	96%	4%
AUTRES NOURRITURES POUR ANIMAUX	120 069	10%	2%	98%
GRAINES OLEAGINEUSES	25 990	2%	88%	12%
TABACS	24 086	2%	40%	60%
ANIMAUX VIVANTS	2 722	0%	8%	92%
TOURTEAUX	604	0%	100%	0%
AUT.PROD.AGR.ALIMENT.	**1 148 451**	100%	**20%**	**80%**

Un terminal est mis à disposition pour les céréales.

Fruits et légumes :

	Flux 2006 Fruits et Légumes			
En T	Tonnage	Poids	part des Entrées	part des Sorties
AUTRES FRUITS FRAIS	308 218	55%	67%	33%
LEGUMES FRAIS ET CONGELES	94 461	17%	88%	12%
POMMES DE TERRE	80 600	14%	97%	3%
AGRUMES	79 273	14%	100%	0%
FRUITS ET LEGUMES	**562 552**	100%	**80%**	**20%**

Les importations de fruits frais représentent 67 % (Maghreb, Libye, Israël, Côte d'Ivoire...). Concernant les fruits et légumes, il est préférable de se centrer sur le marché méditerranéen. Les marchés sont en croissance.

Evolutions des flux agricoles et agro-alimentaires :

	Evolution 2005/2004	Evolution 2005/2006
DENREES ALIMENTAIRES	6 %	5 %
AUT.PROD.AGR.ALIMENT	6 %	-10 %
FRUITS ET LEGUMES	-8 %	-5 %
MAT.PR.ANIM.& VEGET.	-10 %	7 %
PRODUITS AGRICOLES	1,0 %	-0,5 %

Flux agricoles et agro-alimentaires 2006

Flux agricoles et agro-alimentaires 2006					
En T	Tonnage total	poids	% dans les bassins est	part des Entrées	part des Sorties
total vracs	**994 870**	**24%**	**25%**	**24%**	**76%**
liquides	72 922	2%	100%	90%	10%
solides	921 948	22%	19%	18%	82%
total marchandises diverses	**3 129 072**	**76%**	**48%**	**38%**	**62%**
conteneur	**2 369 010**	**57%**	31%	36%	**64%**
roulant	582 078	14%	100%	26%	74%
autres	177 984	4%	100%	100%	0%
Total PAA	**4 123 942**	**100%**	**42%**	**34%**	**66%**

La conteneurisation a un grand impact sur la filière agro-alimentaire (57 %). Le projet Fos 2XL a pour ambition d'encourager son développement et sa croissance en résolvant notamment les problèmes d'organisation. Les effets d'entraînement sur la filière sont importants.

Evolutions

	Evolution 2005/2004	Evolution 2006/2005
total vracs	**24%**	**-12%**
liquides	43%	-8%
solides	23%	-12%
total m.d.	**-8%**	**4%**
cont	-8%	5%
roulant	-3%	6%
autres	-19%	-15%
Total PA	**-1,0%**	**-0,5%**

rang 2006	Produits agricoles et agro-alimentaires	Tonnage 2006	poids	poids cumulé	part des Sorties	part des Entrées
1	CEREALES	808 731	20%		95%	5%
2	AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	742 096	18%	38%	67%	33%
3	BOISSONS NON ALCOOLISEES	568 663	14%	51%	97%	3%
4	AUTRES FRUITS FRAIS	308 218	7%	59%	33%	67%
5	BOISSONS ALCOOLISEES	245 645	6%	65%	78%	22%
6	MAT.PR.ANIM,VEGE.NON COMEST,DECHET	230 454	6%	70%	53%	47%
7	SUCRE	166 249	4%	74%	4%	96%
8	CAFE,THE,EPICES	156 510	4%	78%	29%	71%
9	FARINES,SEMOULES,MALT	147 109	4%	82%	99%	1%
10	PRODUITS ALIMENTAIRES PERISSABLES	120 903	3%	85%	53%	47%

Les céréales sont principalement destinées à l'exportation et représentent la plus grande part de flux des produits agricoles et agro-alimentaires. Les produits périssables représentent 85 % des flux agricoles et agro-alimentaires.

La France est le pays le plus important en terme de flux.

Les spécificités portuaires sont les vracs liquides et solides.
Certaines matières premières sont importées, transformées sur le port puis exportées.
De part l'efficience de la future organisation de l'activité conteneur à Fos (projet Fos 2XL et effets d'entrainement associés) les trafics risquent d'y être plus concentrés qu'à Marseille, mieux positionnée sur les marchés de niche. Le bassin de Fos a la chance d'avoir un espace industrialo portuaire important. C'est un port en eau profonde. Il a la capacité (infrastructures, logistique) de recevoir des produits agro-alimentaires et les usines de transformation associées permettant de fixer les trafics.