



Conseil économique, social  
et environnemental régional

**RAPPORT PREPARE PAR MME NATHALIE THOMAS**

**AU NOM DE LA COMMISSION  
EMPLOI ET DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE**

**Quelles opportunités d'emploi  
et de développement économique  
au sein de la filière agroalimentaire francilienne ?**

Disponible gratuitement auprès du CESER

29, rue Barbet-de-Jouy – 75700 Paris – Tél : 01.53.85.66.25 – Télécopie : 01.53.85.65.89

Site Internet : [www.ceser-iledefrance.fr](http://www.ceser-iledefrance.fr)

# SOMMAIRE

## **Introduction**

1. De profonds bouleversements touchent l'offre et la demande agroalimentaire en France et dans le monde.....	4
2. La nécessaire réorganisation de la filière agroalimentaire française pour affronter de nouveaux enjeux .....	7
2.1 - Assurer la sécurité alimentaire dans le monde toujours plus complexe .....	7
2.2 - Maintenir la compétitivité économique d'une filière de poids malgré l'émergence de nouvelles concurrences .....	7
2.3 - Préserver et développer l'emploi dans des secteurs souffrant de manque d'attractivité..	17
3. La place atypique de l'Ile-de-France au sein d'une filière nationale .....	19
4. Des interactions multiples entre les secteurs de la filière, qui se complexifient.....	21
4.1 - Une filière structurée dont les divers secteurs se rapprochent.....	21
4.2 - Le marketing au service des produits régionaux.....	25
5. Des enjeux économiques variés selon les « sous filières », en Ile-de-France.....	26
5.1 - La sous-filière meunerie .....	26
5.2 - La sous-filière boissons .....	29
5.3 - La sous-filière viande.....	30
5.4 - La sous-filière lait.....	32
5.5 - Autres sous-filières (le maraîchage, la confiserie, le bio... ).....	33
6. Etat des lieux de l'emploi et perspectives économiques selon les « secteurs », en Ile-de-France.....	36
6.1 - L'agriculture.....	39
6.2 - Les industries de transformation.....	46
6.3 - Les sociétés de négoce .....	62
6.4 - Les artisans et le commerce de proximité (dont traiteurs).....	67
6.5 - La grande-distribution .....	72
6.6 - La restauration .....	74

7. Synthèse et éléments de réflexion transversaux.....	85
7.1 - Synthèse générale.....	85
7.2 - Réflexions sur les métiers.....	86
7.3 - Réflexions sur les formations continues.....	87
7.4 - Veille et communication sur les métiers.....	89
<b>Glossaire .....</b>	<b>92</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>95</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>98</b>
<b>Remerciements .....</b>	<b>116</b>



# Introduction

De nombreuses réflexions actuelles portent sur l'alimentation et ses enjeux, en termes de santé, et en termes économiques. Mais rares sont les approches traitant de la filière agroalimentaire dans son ensemble : de la graine à l'assiette, avec pour priorité l'emploi. En effet, selon les secteurs que recouvre la filière, les situations rencontrées par les entreprises sont très diverses, les métiers et les qualifications requises très différents. C'est pourtant ce regard panoramique que nous avons essayé de porter sur la filière agroalimentaire en Ile-de-France. Nous espérons que notre travail permettra d'appuyer la prise de conscience récente, quant à la nécessité de traiter les questions liées à l'emploi, la compétitivité des entreprises et l'attractivité des métiers dans l'ensemble de la filière. L'enjeu stratégique est de taille pour notre région et au-delà.

Puisque la filière francilienne s'inscrit dans un ensemble beaucoup plus large, dont elle subit inévitablement les évolutions, nous commencerons par présenter les grandes tendances de l'agriculture et de l'industrie agroalimentaire mondiale et nationale.

## *Définition de la filière agroalimentaire*

*On entend par « filière agroalimentaire », l'ensemble des activités économiques dédiées aux produits alimentaires, que ce soit pour leur production, leur transformation ou leur distribution. Elle se découpe en cinq grands secteurs :*

- . les activités agricoles et de pêche dédiées à l'alimentation ;*
- . l'industrie agroalimentaire et les activités qui lui sont connexes (fabrication de machines pour l'industrie agroalimentaire et entreposage frigorifique) ;*
- . le commerce de gros alimentaire qui comprend le commerce de gros à proprement parler, les intermédiaires du commerce de gros et les centrales d'achat alimentaires ;*
- . le commerce de détail alimentaire spécialisé (fruits et légumes, produits surgelés...) et alimentaire non spécialisé (grandes surfaces, ...) ;*
- . la restauration hors foyer qui regroupe la restauration traditionnelle, rapide, collective... et les cafés.*

# 1 - De profonds bouleversements touchent l'offre et la demande agroalimentaire en France et dans le monde

Plus que jamais, la question de l'offre et de la demande de produits agroalimentaires s'inscrit dans une dynamique mondiale. Sous les effets de la mondialisation et de la montée en puissance d'oligopoles<sup>1</sup> dont la logique est avant tout financière, l'agriculteur est de plus en plus dépossédé de ses terres, de ses semences, et des choix qu'il peut faire en termes de circuits et de prix de vente. Le consommateur, lui, arrive en bout de chaîne et ne connaît plus vraiment l'origine ni la composition des aliments qu'il mange, ni la manière dont ceux-ci sont arrivés jusqu'à lui. Les tensions sur les marchés iront croissant compte-tenu de l'augmentation du nombre de bouches à nourrir sur la planète pour une surface arable dédiée à l'alimentation en réduction.<sup>2</sup> Egalement, la question de la qualité des aliments, tant gustative que sanitaire, se pose. Plus qu'une question culturelle, il s'agit d'un enjeu de pouvoir d'achat et de viabilité économique de chaque chaînon de la filière agroalimentaire. Ce qui en fait nécessairement un domaine prioritaire pour les politiques, dans le souci de l'intérêt général des populations.

Les tendances suivantes viendront bouleverser les équilibres aujourd'hui en place :

- un déplacement géographique des principaux pôles d'offre et de demande : l'explosion de la demande asiatique, l'émergence de l'Amérique latine en tant que puissance agricole, le retour des pays de la mer noire comme exportateurs de céréales, l'émergence de l'Asie du Sud-est dans la production d'huiles ;
- une transition alimentaire dans les pays émergents, qui va accroître la demande, notamment en viande et donc augmenter considérablement les besoins en végétaux pour nourrir le bétail, or, on ne peut plus continuer à améliorer les rendements de manière spectaculaire.

Les enjeux financiers sous-jacents à l'agriculture et aux industries agroalimentaires, risquent d'accroître les déséquilibres en place, notamment entre le Nord et le Sud. Pourtant, il est primordial d'assurer une stabilité de revenus aux millions de paysans des pays pauvres et en voie de développement, aujourd'hui fragilisés par l'instabilité des prix, les aléas climatiques, et la pression exercée sur leurs terres et leurs exploitations. Le taux de bancarisation des agriculteurs africains ou indiens ne dépasse pas 5% (alors que dans les pays développés, tous les agriculteurs disposent de comptes, d'emprunts bancaires et d'assurances).

L'équation à résoudre consiste à rendre économiquement compatible d'un côté les grandes exploitations agricoles destinées surtout à répondre aux besoins des populations urbaines, et d'un autre les petites exploitations familiales destinées à faire vivre une part importante des populations pauvres de la planète. Il s'agira de rechercher, dans les pays développés, à accroître la production agricole, tout en réduisant les coûts (en raison de la diminution des subventions), sachant que les rendements sont aujourd'hui augmentés grâce à des intrants de plus en plus onéreux.

---

<sup>1</sup> Les 100 premières firmes, principalement américaines, européennes, mais aussi plus récemment brésiliennes, réalisent environ 1/3 du chiffre d'affaire mondial des IAA

<sup>2</sup> La FAO estime qu'il faudra augmenter de 70% la production agricole mondiale d'ici à 2050

*« Depuis bientôt trois ans, les problèmes agroalimentaires mondiaux nous ont permis de comprendre qu'il nous faut révolutionner notre manière de voir les processus de production et de distribution à l'échelle mondiale. Et cela non seulement parce que les marchés connaissent des transformations qui s'avèrent irréversibles, mais aussi parce qu'ils seront confrontés à un choc démographique intense<sup>3</sup> auquel il nous faudra répondre. Volatilité, politiques économiques, financiarisation, innovations technologiques, changement d'habitudes de consommation, guerre des changes, tout ce qui pose problème à l'économie mondiale est réuni pour remettre l'agriculture et l'alimentation au cœur de nos préoccupations ».*

*Cahiers du Cercle des Economistes « les nouveaux équilibres agroalimentaires mondiaux » 2011*

L'Observia<sup>4</sup> a réalisé une étude sur l'évolution de l'offre et de la demande à l'horizon 2020, qui souligne les principaux points suivants :

Un certain nombre de variables de contexte auront un effet sur le marché agroalimentaire en France : l'évolution du coût de l'énergie (carburant et électricité), les conséquences de l'effet de serre sur la production agricole et de la possible politique de l'Union Européenne en faveur de production d'agro-carburants, l'évolution de la réglementation sanitaire, pouvant par ailleurs servir ou non de barrière aux échanges, ou encore la balance commerciale française.

La demande sera d'abord liée à l'évolution démographique : en France on assistera à la fois à un vieillissement de la population et à un apport important de l'immigration, qui feront évoluer la structure du marché. A noter aussi que les habitudes alimentaires changeront, par exemple avec une consommation de viande par personne globalement en baisse. La montée des préoccupations sanitaires et environnementales conduira à s'interroger sur l'acceptation ou non des innovations scientifiques dans les biotechnologies, comme par exemple les OGM<sup>5</sup>. Les critères de choix des consommateurs auront tendance à se porter vers le plaisir, la nutrition, la santé, ou encore la praticité. La proximité du lieu de production du produit sera aussi un critère de choix plus important, ainsi que l'accès à une information fiable quant à son contenu, son mode d'élaboration et de distribution. Enfin, le prix restera un élément fort de la demande, selon l'évolution des revenus disponibles des ménages pour l'alimentation, dont on peut penser qu'ils n'augmenteront pas, voire se rétracteront. Dans la droite ligne d'autres pans de l'économie où la « personnalisation » du produit est une réalité, il n'est pas impossible d'imaginer qu'une partie des consommateurs franciliens se tourne vers des produits agroalimentaires « sur mesure » (produits spécialisés pour personnes ayant du diabète, du cholestérol...), livrés dans des comptoirs de proximité (commande, paiement et suivi par téléphone portable).

Pour ce qui est de l'offre, pour la partie agricole, l'enjeu est de trouver le meilleur compromis entre la quantité, la qualité du produit et l'utilisation d'intrants ou d'autres produits ayant un effet sur l'environnement. L'industrie, quant à elle, est appelée à se réformer en profondeur :

- s'organiser pour répondre aux pressions croissantes de la grande distribution et faire des économies d'échelle dans un monde encore plus concurrentiel ;
- relocaliser partiellement les sites de production face à la crise énergétique pour réduire les coûts de transport et utiliser de nouvelles techniques (dont les biotechnologies, mais pas seulement) pour réduire le coût de production et élargir les fonctionnalités ;

<sup>3</sup> Il est estimé une population mondiale de 9,3 milliards d'individus en 2050, alors que « dès aujourd'hui les équilibres sont difficiles à atteindre »

<sup>4</sup> Observatoire prospectif des métiers et des qualifications des industries alimentaires

<sup>5</sup> Organismes Génétiquement Modifiés

- développer des produits « sur mesure » distribués directement au consommateur, pour répondre à une nouvelle demande que la grande distribution ne peut atteindre, et aux restaurateurs ;
- continuer à développer une industrie d' « assemblage » de composants alimentaires venant de diverses origines pour créer un produit « prêt à cuisiner », avec recette fournie, et indications sur la traçabilité de chaque composant ;
- augmenter la « praticité » des produits face à un nombre croissant de repas pris hors foyer et dans un temps plus réduit : portionnage, conservation, emballage, intégration de la notion de services.

Nous assistons donc à la fois à un bouleversement des équilibres mondiaux, à une complexification des caractéristiques de la demande et à une grande diversité d'évolutions possibles de l'offre. La filière agroalimentaire française devra faire des choix stratégiques pointus pour se positionner favorablement face au marché national et Européen, mais aussi pour progresser à l'international<sup>6</sup>. Il y a urgence compte-tenu de la perte de compétitivité de la filière industrielle française, l'exemple le plus criant étant celui de la viande, qui souffre en particulier de la concurrence Allemande en termes de coût du travail.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Selon une étude menée au niveau Européen, il subsiste un décalage important entre les efforts d'innovation faits actuellement dans le domaine de l'alimentaire et les attentes réelles des consommateurs, ce qui doit interpeller les producteurs et les industriels, ainsi que les acteurs pouvant mieux organiser la filière. Voir article Les Echos du 7 septembre 2012 « agroalimentaire : une offre en décalage avec les attentes des consommateurs »

<sup>7</sup> « Les distorsions de concurrence entre la France et l'Allemagne que sont l'emploi de main-d'œuvre à bas coût dans les abattoirs, le régime de TVA forfaitaire ou encore les subventions des *Länder n'expliquent pas tout. L'Allemagne a entrepris une massification de sa production* La moitié des volumes en volaille est écoulee *via* le hard-discount, contre seulement 15 % en France. Cela a entraîné une réduction de la gamme de produits disponibles dans les linéaires et un maintien des prix. Les investissements dans les abattoirs sont donc plus simples. Standardisation des produits et prix bas ont aussi permis de gagner des parts de marché à l'exportation. » Source La Franceagricole.fr, article du 29 novembre 2011

## **2 - La nécessaire réorganisation de la filière agroalimentaire française pour affronter les nouveaux enjeux**

### **2.1 – Assurer la sécurité alimentaire dans un monde toujours plus complexe**

Nourrir la population est un enjeu de santé publique, tant en termes de quantité que de qualité, qui est soumis à des contraintes toujours plus grandes. Les produits alimentaires, avant d'être consommés, doivent passer par des circuits d'approvisionnement, de transformation des matières premières, et de distribution fiables. Or, si la France a su conserver un niveau d'autosuffisance important, il n'est pas évident qu'en cas de crise majeure, elle puisse assurer un approvisionnement correct des populations, en particulier en zone urbaine dense, comme au cœur de sa région capitale. Egalement, toujours plus conscients des effets de l'alimentation sur leur santé, les consommateurs sont de plus en plus vigilants quant à la composition des aliments qu'ils absorbent, ce qui pousse à une traçabilité stricte des aliments, ainsi qu'une gestion des flux de plus en plus pointue.

### **2.2 – Maintenir la compétitivité économique d'une filière de poids malgré l'émergence de nouvelles concurrence**

La France est un pays incontestablement bien placé sur l'ensemble de la filière agroalimentaire : elle reste la première puissance agricole européenne ; elle possède la troisième industrie agroalimentaire européenne et la quatrième mondiale. Si on regarde l'excédent commercial sur l'ensemble des produits agroalimentaires, bruts et transformés, celui-ci a atteint un niveau record de 11,5 milliards d'euros en 2012<sup>8</sup>.

En outre, la France compte parmi ses sociétés de distribution, des géants mondiaux. Enfin, son industrie du tourisme, alliée aux habitudes culinaires et au savoir vivre « à la française », en fait un des pays où la restauration hors foyer est la plus dynamique.

Toutefois, ces atouts traditionnels sont remis en cause par diverses évolutions de contexte, comme explicité ci-après.

---

<sup>8</sup> Il était globalement en baisse depuis 1997, et représentait en 2008, 8 milliards d'euros. C'est le deuxième excédent après celui de l'aéronautique. Les ventes agricoles et agroalimentaires ont continué de progresser en 2012 (+2,3 %), notamment grâce aux ventes de produits de terroir (cognac, champagne, vins, et fromage AOC), qui sont très dynamiques (+9,0 %, après +10,3%), en particulier vers les Etats-Unis, le Royaume-Uni et Singapour. En revanche, après une année 2011 exceptionnellement élevée, celles des produits agricoles bruts sont en retrait, du fait notamment des céréales (-10,9 % en 2012, après +34,6 % en 2011), dont les volumes exportés chutent vers l'Afrique du Nord, l'Italie et l'Allemagne. Quant aux exportations de produits transformés, leur croissance ralentit, en particulier pour les produits à base de viande et les produits laitiers

## 2.2.1 - La France reste la première puissance agricole européenne mais son agriculture perd du terrain

En 2008, avec une production agricole de 67 milliards d'euros<sup>9</sup>, la France réalisait 18% de l'ensemble de celle de l'Union européenne à 27 pays, ce qui en faisait la première puissance agricole européenne. Elle devançait l'Allemagne (13%) l'Italie et l'Espagne. Mais sa part tend à se réduire<sup>10</sup> tandis que celle de l'Allemagne est restée à peu près stable. Les nouveaux Etats membres, comme la Pologne et la Roumanie, ont contribué à cette redistribution des cartes au sein de l'Europe. *Voir annexe 1 : Détails des diverses productions agricoles françaises en Europe.*

Cette perte de terrain de la France est encore accentuée par le fait que l'Union Européenne voit également son poids dans les échanges mondiaux diminuer, même si en 2010, elle a réalisé plus de 40 % des exportations totales de produits alimentaires, devançant la région Asie/Océanie (20 %) et l'Amérique du Nord (15 %, Mexique inclus). *Voir annexe 2.*

Un des enjeux pour la France est donc de maintenir sa position sur les marchés européens, mais aussi hors de l'Europe, dans un contexte de mondialisation permettant une concurrence féroce sur tous les types de produits (comme le montrent par exemple les ventes de viande d'agneau néo-zélandais en France).

Il faut pour cela répondre au double défi du maintien de la production agricole en volume et en valeur.

Or, maintenir le volume devient plus difficile à notre époque où les terres agricoles se font de plus en plus rares et chères. Rares, puisque la superficie agricole utilisée (SAU) diminue régulièrement depuis un demi-siècle au profit des bois et forêts, ainsi que de l'urbanisation<sup>11</sup>. Chères, en raison d'une demande plus forte, sous l'effet combiné de l'augmentation de la population mondiale à nourrir et du développement des agro-énergies. Par ailleurs, la croissance des rendements s'essouffle (*voir annexe 3*). De nouveaux types de cultures comme les « fermes verticales », utilisant la technique des cultures hors sol (hydroponie), commencent à se développer depuis les années 1970 en Europe. La solution peut séduire surtout dans les grandes villes, mais il est trop tôt pour savoir quelle part de la production on pourra raisonnablement en attendre<sup>12</sup>. On peut également citer les cultures sous serre sur les toits, mais celles-ci restent très marginales.

En valeur, les difficultés sont tout aussi importantes. En effet, la France subit, comme tout pays, les aléas de la volatilité des prix sur les marchés mondiaux<sup>13</sup>.

---

<sup>9</sup> Source Eurostat <http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/BIMA-HS23-06-08.pdf>

<sup>10</sup> En 1998, elle s'élevait à 20%

<sup>11</sup> En 2009, les terres agricoles représentaient 29,3 millions d'hectares, soit une baisse de 1,8% depuis 2000, mais de près de 15% depuis 1950

<sup>12</sup> Voir annexe 4

<sup>13</sup> Au cours de la période 2004-2010, le niveau moyen des prix agricoles mondiaux a augmenté de 50 % par rapport au niveau enregistré pour la période 1986-2003; en comparaison, les prix de l'énergie ont augmenté de 220 % et les prix des engrais de 150 %, alors qu'était observé dans le même temps le plus haut degré de volatilité des trente dernières années. Source Commission Européenne « La politique agricole commune à l'horizon 2020 » [http://www.lafranceagricole.fr/var/gfa/storage/fichiers-pdf/Docs/2011-2/pac2014/summary\\_fr-1.pdf](http://www.lafranceagricole.fr/var/gfa/storage/fichiers-pdf/Docs/2011-2/pac2014/summary_fr-1.pdf)

Par ailleurs, les gains de productivité réalisés par les exploitations agricoles s'amenuisent, ce qui ne contribue pas à améliorer le revenu agricole par tête. Celui-ci est très dépendant du soutien que représente la Politique Agricole Commune (PAC), dont la France a été confirmée comme premier pays bénéficiaire pour les 10 prochaines années, mais qui risque de s'amoinrir à long terme.

*Le CESE, dans son rapport de mai 2011 sur « la future PAC après 2013 » signale que la PAC n'a jamais eu parmi ses 5 objectifs d'agir en faveur de l'emploi agricole. Depuis 1992, les aides sont basées sur les surfaces et non sur les hommes, ce qui a plutôt poussé à agrandir les exploitations<sup>14</sup>, et a conduit à des déséquilibres dans la chaîne économique en favorisant de fait les céréaliers par rapport à leurs clients, les éleveurs. C'est pourquoi le CESE milite pour que l'emploi fasse partie des priorités de la nouvelle PAC.*

Enfin, les pressions se font de plus en plus fortes pour transformer les modes de production prenant mieux en compte la préservation de l'environnement, ce qui ajoute des incertitudes sur l'avenir et notamment sur les coûts.

D'un point de vue Recherche/Innovation, la France, qui dispose de nombreux atouts (nombre de chercheurs, organismes de recherche etc...) est de moins en moins présente sur les biotechnologies, en particulier la transgénèse. En 1997, elle avait le leadership en Europe, avec 280 essais en plein champ, et n'en réalise quasiment plus aujourd'hui, en raison d'une réticence de l'opinion publique couplée à des opérations de vandalisme commises pas des groupes « anti-OGM ». Cette situation, d'un point de vue strictement économique paraît dommageable sur le moyen et le long terme, car la France se marginalise face au développement mondial des biotechnologies et commence à subir une fuite des cerveaux dans ces domaines scientifiques de pointe<sup>15</sup>. De même, nos entreprises prennent du retard dans le domaine du « brevetage du vivant »<sup>16</sup>, par rapport à leurs concurrentes américaines et autres. L'orientation des travaux de nos équipes de recherche doit donc faire l'objet d'une réflexion nationale, recherchant le juste équilibre entre les précautions de rigueur pour la santé publique et l'environnement, et l'impératif de développement économique.

En résumé, la France doit tout à la fois préserver sa production agricole et renforcer ses parts de marché à l'export. Il semblerait opportun d'explorer de nouveaux types de cultures pour répondre aux contraintes particulières des zones urbaines. La France ne doit pas faire l'impasse sur une réflexion nationale quant à son positionnement face à la recherche en biotechnologies.

---

<sup>14</sup> Selon le recensement agricole de 2010 (Agreste): depuis 2000, les exploitations se sont agrandies ; la taille moyenne des exploitations est passée de 42 ha en moyenne à 55 ha en moyenne. Le mouvement de baisse du nombre d'exploitations s'est poursuivi, même s'il s'est un peu ralenti : les exploitations agricoles ont diminué de 26 % entre 2000 et 2010, alors que leur nombre avait diminué de 35 % entre 1988 et 2000

<sup>15</sup> Source AgroParisTech : en 2011, 29 pays cultivaient des plantes génétiquement modifiées (PGM), la France étant absente de cette liste. 160 millions d'hectares de PGM ont été cultivés dans le monde, en progression de 8,1% par rapport à 2010. Le nombre des agriculteurs dans le monde ayant opté pour les PGM est en forte augmentation : 16,7 millions contre 15,4 millions en 2010

<sup>16</sup> Voir annexe 5

## 2.2.2 – L'industrie agroalimentaire française dispose d'atouts incontestables, mais qui sont menacés

La France est la troisième industrie agroalimentaire européenne et la quatrième mondiale après les Pays-Bas, l'Allemagne, les Etats-Unis. L'industrie agroalimentaire, premier secteur industriel français, a réalisé un chiffre d'affaire (hors négoce) de 143,6 milliards d'euros en 2010. 3080 entreprises ont plus de 20 salariés et plus de 5 millions d'€ de chiffre d'affaire<sup>17</sup>. La société Danone fait figure de « champion national », en occupant le 12ème rang mondial, avec 15,2 Mds € de chiffre d'affaire. Toutefois, cette valeur est à comparer avec les trois premières entreprises mondiales: les sociétés américaines Cargill et Pepsico (respectivement 83.1 et 29, 2 Mds € de chiffre d'affaire), et la société suisse Nestlé (68.9 Mds € de chiffre d'affaire), dont le poids est bien plus grand. Plus loin dans le classement, on trouve la seconde société française Lactalis, qui arrivait au 30ème rang mondial seulement<sup>18</sup>, avant ses dernières acquisitions. En 2012, le groupe laitier est devenu le 15<sup>ème</sup> groupe agroalimentaire mondial (et le 1<sup>er</sup> de son secteur).

Le marché mondial des industries agroalimentaires a bénéficié d'une croissance moyenne annuelle en valeur de 6,8 % sur la période 2004-2009, ce qui en fait un secteur générateur d'opportunités pour les entreprises françaises. Or, sur la même période, on constate que la France perd des parts de marché : les pays émergents comme le Brésil, la Chine ou même, en Europe, l'Allemagne ou la Pologne voient leur poids croître au détriment de la France.

Même si l'on observe toujours une relative attractivité de la France, des entreprises agroalimentaires françaises et de leurs marques pour les investisseurs étrangers, le secteur souffre d'une rentabilité faible. Le taux de marge des IAA en France était supérieur à celui de l'ensemble des branches de l'économie nationale de 1999 à 2004. Mais il lui est devenu inférieur ensuite<sup>19</sup>. Ce qui rend les investissements, notamment en innovation, compliqués et aussi plus risqués que dans d'autres secteurs. *Voir annexe 6.*

L'industrie agroalimentaire française dédie 1% de son chiffre d'affaires à la Recherche et Développement contre 3% pour l'ensemble des industries françaises<sup>20</sup>. En revanche, ce secteur industriel est dans le groupe leader de l'innovation (dans le sens de l'amélioration d'un produit existant ou de la mise sur le marché d'un produit nouveau) en y dédiant 7%<sup>21</sup> du chiffre d'affaire, après le secteur de l'électronique et de l'informatique. Ce pourcentage ne comprend pas uniquement l'innovation issue de la recherche, mais aussi l'innovation commerciale, et organisationnelle.

---

<sup>17</sup> Source : « Enjeux des Industries agroalimentaires, 2010 » : Ministère de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Pêche

<sup>18</sup> Source : Philippe ROUAULT, rapport « Analyse comparée de la compétitivité des IAA françaises et européennes », 2010

<sup>19</sup> Source : Philippe ROUAULT, rapport « Analyse comparée de la compétitivité des IAA françaises et européennes », 2010

<sup>20</sup> Panorama des IAA, 2010, MAAF

<sup>21</sup> Bilan du fonctionnement des pôles de compétitivité agricoles et alimentaires – avril 2011 - MAAPRAT

Pour « rester dans la course », les IAA françaises ont à faire face aux défis suivants :

- les marchés alimentaires, en Europe tout au moins, sont matures, avec en général peu de croissance, obligeant les entreprises à atteindre une taille critique pour pouvoir attribuer des moyens financiers et humains à l'innovation, et à la commercialisation export. Or, même si le tissu industriel national est inscrit dans une tendance lente à la concentration, il souffre toujours d'un trop grand nombre de petites PME dont l'organisation n'est pas dotée d'une équipe export<sup>22</sup> ;
- dans leurs produits les IAA doivent intégrer de nouvelles demandes du consommateur (apports nutritionnels, sécurité alimentaire, information sur la traçabilité...) et répondre à des préoccupations environnementales, tout en garantissant des prix bas ; en effet les ménages ne sont pas en capacité de dépenser plus pour leur alimentation, et bien souvent les dépenses alimentaires servent de variable d'ajustement en cas de crise ;
- les IAA sont confrontées à une concurrence internationale accrue, ce qui pose la question de la compétitivité des entreprises, des normes, des règles sociales et fiscales, existant dans chaque pays ;
- les rapports entre les producteurs industriels et la grande distribution sont déséquilibrés au profit des distributeurs, qui dominent compte-tenu du poids qu'ils représentent dans les débouchés commerciaux des IAA.

*Voir annexe 7 : extrait du Cahiers du Cercle des Economistes « les nouveaux équilibres agroalimentaires mondiaux » 2011 (copie p59 & 60) et en particulier le cas de la société Sofiprotéol.*

Il faut souligner que les IAA sont d'autant plus stratégiques qu'elles contribuent aux exportations du pays à hauteur de 7,1% ce qui permet de réduire en partie le déficit commercial français. D'autre part, le secteur des IAA est celui qui résiste le mieux à l'érosion de l'emploi industriel<sup>23</sup>, ce qui en renforce le rôle, dans un objectif de ré industrialisation de la France.

*Les Industries agroalimentaires (IAA) en France représentent le 1er secteur industriel français, devant la construction automobile, l'aéronautique ou l'industrie pharmaceutique. Avec 144 milliards d'€ de Chiffre d'Affaire en 2007 dont 18% à l'export, les IAA (hors tabac) emploient 405 309 personnes soit environ 16% des emplois de l'industrie française. Les IAA apportent 12,7 % de la valeur ajoutée de l'industrie française en 2007. Elles comptent 10 282 entreprises (2007), dont 97% de PME (moins de 250 salariés) et 73% de TPE (moins de 20 salariés). Elles participent à l'économie mondiale avec 26 milliards d'euros d'exportations (2007) et 9,3 milliards d'excédent commercial (2008).*

*Source Synthèse des assises de l'agroalimentaire en région (2009), Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche*

<sup>22</sup> La capacité à exporter des PME est moins liée à la taille de l'entreprise qu'à son organisation, notamment humaine, selon une étude de 6 mars 2007 de l'ANIA (Association Nationale des Industries Agroalimentaires) : « Les facteurs de succès et les freins à l'export »

<sup>23</sup> Source Dominique BUSSEREAU à l'occasion du colloque « Comment développer la filière agroalimentaire en Ile-de-France ? » en 2007

Il est donc primordial d'accompagner la restructuration des IAA pour qu'elles puissent renforcer leur capacité d'exportation et d'innovation, pour les aider à compenser les différentiels de coûts de production de la concurrence mondiale, à anticiper les évolutions de la demande et se prémunir des effets des augmentations des prix des matières premières.

### 2.2.3 – Le commerce et la distribution sont des secteurs dynamiques, soumis à des évolutions

S'agissant de **la grande distribution**, le chiffre d'affaires global en France atteint 233 milliard d'euros<sup>24</sup>. Sur les 100 enseignes françaises de l'alimentaire ce chiffre d'affaires est en hausse de 3,4%. L'enseigne tricolore Carrefour fait figure de mastodonte au niveau international, où il tient la 2<sup>ème</sup> position derrière Walmart, avec un chiffre d'affaire en 2008 de 87,3 milliards d'euros. Auchan, Leclerc, Intermarché et Casino occupent respectivement les 13<sup>ème</sup>, 18<sup>ème</sup>, 22<sup>ème</sup> et 24<sup>ème</sup> rangs mondiaux. A l'exception de Carrefour (majoritairement présent à l'étranger), toutes les enseignes françaises réalisent la majorité ou moitié de leur chiffre d'affaire sur le territoire national.

Le secteur de la grande distribution représente 11 250 magasins et emploie 550 600 personnes.

Format	Magasins	%	Effectifs	%
Hypermarchés	1 526	13,6%	302 900	55,0%
Supermarchés	5 501	48,9%	211 300	38,4%
Hard-discount	4 223	37,5%	36 400	6,6%
Total	11 250	100,0%	550 600	100,0%

Source Panorama de branche. Le commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire Observatoire prospectif du commerce, 2008. Consulté le 31 janvier 2009

Le secteur de la grande distribution évolue vers un service « Drive » : le commerce en ligne, avec préparation des commandes pour enlèvement par le client. Toutes les grandes enseignes ouvrent leur service « Drive », pouvant ainsi contourner la loi Raffarin limitant les nouvelles implantations de surfaces commerciales (puisqu'il s'agit d'une activité de logistique). Ce mode de distribution représente désormais 2,5% du marché de la grande distribution. La France compte 1576 «drives», chiffre qui a doublé en un an<sup>25</sup>. Il faut souligner que le modèle économique du « Drive » est aujourd'hui rentable, et qu'il l'est davantage que celui des « Cybermarchés » avec service de livraison à domicile. Selon le CREDOC<sup>26</sup>, « le chiffre d'affaires des quatre cybermarchés français historiques était estimé à 154 millions d'euros en 2004 (Benchmark Group), soit entre 40 et 46% du volume des achats en ligne de produits alimentaires, estimé par le SESSI, et à 250 millions d'euros en 2008 » (Voir annexe 8).

<sup>24</sup> Source TV agri 2007

<sup>25</sup> Voir annexe 8

<sup>26</sup> CREDOC Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie

En 2012, ce mode de distribution a connu un fort coup d'accélérateur avec désormais plus de 1500 points de retrait en France et plus de 2 millions de clients. Selon une étude de Mc Kinsey publiée dans le magazine E-commerce N°40 - 05/09/2012, le commerce en ligne va exploser. Il sera de plus en plus lié à l'utilisation des « Smartphones », pour effectuer des recherches d'information avant l'acte d'achat<sup>27</sup> (comparaison tarifaire, vérification de disponibilité, consultation des avis d'autres consommateurs sur les réseaux sociaux etc...). Ce qui pousse les enseignes à diversifier leurs actions marketing. Par exemple, Carrefour vient de tester un mur de commande virtuel en gare de Lyon, signe que le commerce « multi canal » est bien en marche<sup>28</sup>.

*Extrait article Le Monde 10.04.2012 « Le "drive" pénalise les achats d'impulsion »*

*« Là où le consommateur se laissait tenter, en grande surface, par une promotion ou cédaient au caprice du petit dernier, il n'achète avec le drive que l'essentiel. Conséquence, l'acheteur réduit ses achats de produits de grande consommation de 2,4 % en nombre d'articles, selon Kantar Wordpanel. [...] Pour Leclerc, "30 % du chiffre d'affaires réalisé par ses drive sont pris sur ses magasins physiques, le reste sur ses concurrents, principalement Carrefour, explique Gaëlle Le Floch, directrice du département stratégie chez Kantar Wordpanel. Pour Auchan, c'est 41 %". [...] Mais, pour l'heure, les groupes de distribution ne s'inquiètent pas du comportement des consommateurs. Leur seule préoccupation, c'est de ne pas rater le coche du maillage du territoire. D'autant qu'il est plus facile - du point de vue de la réglementation sur l'ouverture des commerces - d'ouvrir un drive qu'une grande surface. Et qu'une fois que le client a enregistré sa liste de courses auprès d'une enseigne, il y reste fidèle. »*

Si le « drive » représente des opportunités de prise de marché pour les sociétés de grande distribution, tout porte à croire que l'impact de cette évolution sera négative pour l'emploi : la diminution du nombre de postes en magasin traditionnel et ne sera sans doute pas compensée par la création de postes en administratif et logistique pour le drive. Il est toutefois difficile d'estimer la portée de cette évolution aujourd'hui.

Le développement du commerce en ligne n'est pas nécessairement incompatible avec celui du commerce de proximité, car les clients ont tendance à dissocier leurs achats, se procurant les produits secs ou volumineux et lourds comme les boissons sur internet, et conservant le plaisir d'acheter les produits frais dans des magasins de quartier, des magasins de bouche ou sur les marchés forains.

En parallèle de la grande distribution, on peut d'ailleurs noter qu'au niveau national le **commerce de proximité** est plutôt en croissance, en valeur absolue, même si le nombre de ses points de vente augmente moins vite que ceux du commerce dans son ensemble.

*Selon l'Insee, « au 1er janvier 2008, 600 000 commerces, sur un total de 830 000, peuvent être qualifiés de « commerces de proximité. Leur nombre a légèrement augmenté depuis 2002. Ces points de vente emploient la moitié des salariés du commerce en 2007 et se retrouvent en grand nombre dans les secteurs de l'alimentation spécialisée, de l'habillement et des magasins populaires. Entre 2002 et 2008, le nombre de commerces de proximité a augmenté moins vite que le nombre total de commerces : respectivement + 0,6 % et + 1,4 % en moyenne par an. La proportion de commerces de proximité a par conséquent baissé en six ans pour passer de 75 % en 2002 à 72 % en 2008, sous l'effet entre autres de la diminution du nombre de cafés-tabacs et les alimentations générales dans le rural ».*

<sup>27</sup> 42 % des consommateurs se renseignent en ligne sur le point de vente depuis leur terminal mobile

<sup>28</sup> Selon le magazine Challenge n°315 d'octobre 2012

De par le rôle économique et social que joue le commerce de proximité, il est essentiel de conduire une politique visant à soutenir ces points de vente, au cœur des bassins de vie. Il faut distinguer le commerce de franchise du commerce indépendant, qui n'a pas le même rôle dans le tissu social et urbain. C'est ce qu'a tenté de démontrer l'enseigne Metro, qui a décidé d'aider ses clients, c'est-à-dire des commerces indépendants, à résister. Ce grossiste alimentaire et en équipement pour professionnels (commerce, café, restaurant, hôtel, entreprise...), fournit par exemple des « coach » à de simples épiciers, bouchers, ou autres patrons de commerces indépendants, afin de les aider à optimiser leur offre et leur services et ainsi à mieux résister à la concurrence de grandes surfaces. Il aide également les commerçants entrepreneurs à se lancer.

*« Il convient de faire admettre aux politiques, comme aux citoyens, que notre société aurait tout à perdre si nous laissons mourir nos commerçants. L'aménagement du territoire, chamboulé par le dépeuplement des centres-villes et des villages, lequel se trouve fortement accéléré par la disparition de l'épicier, du boucher, du cordonnier et des bars, est en effet le plus sûr moyen d'augmenter l'insécurité et de favoriser la délinquance et la criminalité. Par leur connaissance du quartier et de ses habitants, nos PME ont un rôle de gardiens de la paix, au sens le plus noble du terme, à jouer et un certain civisme à inculquer [...] Prenons conscience que le vrai tissu social du pays, ce sont les petits commerçants indépendants, non les boutiques des centres commerciaux. [...]. J'ai toujours souhaité que Metro fasse partie de ces sociétés qui se donnent les moyens de s'engager aux côtés des commerçants entrepreneurs, sans franchise, sans contrat imposant un minimum d'achat, sans redevance, sans droit de préemption sur leur fonds de commerce ».*

*Source : "Itinéraire d'un patron rebelle" de Pascal Gayraud, Directeur Général de METRO cash & carry France*

Parallèlement à la grande distribution et aux commerces de proximité, allant de paire avec les nouvelles tendances de consommation, on voit se développer de **nouveaux modes de distribution**, comme les circuits dits « courts » (cf. chapitre 4.1.5 de ce rapport).

Il est évident que l'évolution des attentes des consommateurs, assortie des possibilités permises par les nouvelles technologies, offre de réelles opportunités commerciales à saisir par les enseignes, qui auront tout intérêt à anticiper ces changements.

L'enjeu du secteur est finalement de favoriser l'adaptation de la grande distribution aux évolutions en cours, tout en encourageant le commerce de proximité, les circuits courts et la vente en ligne, correspondant à une évolution des modes de vie et à une attente grandissante des consommateurs.

## 2.2.4 – La restauration constitue un point fort national, à développer

Le secteur de l'hôtellerie-restauration pèse 2,4 % du PIB français et rassemble près de 905 000 actifs<sup>29</sup>... Il a toujours été un des rares secteurs pourvoyeurs d'emploi depuis la fin des années 40, et représente encore un terrain propice pour l'emploi.

Sur l'année 2011 en France, dans ses quelques 196 000 établissements, près de 705 000 salariés ont été dénombrés sans compter les 300 000 postes saisonniers estivaux et les 100 000 hivernaux. Avec au palmarès des employeurs : la restauration traditionnelle et les hôtels, qui emploient respectivement près de 345 000 et 182 000 salariés.

Les postes sont répartis de manière inégale sur le territoire national : 30 % des effectifs salariés sont répartis en Ile-de-France, 10 % dans les régions Rhône-Alpes et Provence Alpes Côte d'Azur, et de 3 à 5 % dans les régions du Sud-ouest, Grand-ouest, Nord-Pas-de-Calais et Alsace.

Bien que ralenties, les opportunités d'emploi sont pérennes et afficheront une perspective de progression de 0,7 % entre 2002 et 2015, selon une étude de la Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques (DARES). Une légère tendance à la hausse est confirmée : 217 000 postes seraient à pourvoir à l'horizon 2015. En particulier, les emplois de la « production culinaire » passeront la barre des 250 000 salariés, tandis que près de 100 000 employés et agents de maîtrise seront embauchés dans les hôtels, selon la DARES toujours, d'ici à 2015.

Le chiffre d'affaires national annuel de la restauration est de l'ordre de 53 milliards d'euros. La valeur ajoutée dégagée – environ 25 milliards d'euros – représente plus du double de celle de l'industrie automobile. Le nombre de salariés permanents a augmenté de plus de 30% au cours de la dernière décennie!<sup>30</sup> Ce secteur, caractérisé par un grand nombre d'entreprises de faible taille, se distingue par une faible productivité : 15% des effectifs des services pour 7 % du chiffre d'affaire des services. C'est surtout la restauration de masse (« fastfood », moules-frites, sandwicheries, etc ....) qui est rentable. Plus on monte en gamme moins les exploitations sont intéressantes financièrement, même si les prix de vente sont élevés. Dans un restaurant de qualité, sur un chiffre d'affaires de 100, 50 à 55% sont consacrés à la masse salariale, 30 à 33% aux achats : si l'on fait le total on arrive à environ 85% de coûts incompressibles. Pour survivre, ces restaurants haut de gamme doivent avoir recours à des activités compensatrices (l'hôtellerie pour les hôtels restaurants, les activités de conseil pour les grands chefs, les sandwicheries pour les brasseries de quartier...).

Cette faible rentabilité a une conséquence sur les salaires, très inférieurs à ceux des services (30.000 € moyens annuels contre 50 000 €). Malgré ce bas niveau de salaires les frais de personnel pèsent pour beaucoup et ils représentent 78 % de la valeur ajoutée pour une moyenne de 62 % sur le secteur des services. Les taux de marge dans ces secteurs sont modestes, soit 18 % pour une moyenne de 30 % dans le secteur des services.

La puissance du secteur est liée au fait que la France est le n°1 mondial pour l'accueil des touristes étrangers (77 millions). Et, selon la Maison de la France, 42 % des touristes viennent en France pour la gastronomie : pain, viande, fromage, vins, recettes du terroir...

---

<sup>29</sup> Selon l'étude 2011 L'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications de l'Hôtellerie, de la Restauration et des activités de loisirs

<sup>30</sup> Source FAFIH, entre 1999 et 2009 (+43% pour la restauration traditionnelle et +7% pour la restauration collective) / Selon Pôle emploi : +23% pour le personnel de salle et +29% pour les cuisiniers

La restauration recouvre une grande diversité d'activités :

- la restauration traditionnelle représente 2/3 des effectifs ; elle est particulièrement orientée vers la restauration à table (57 %) et les cafeterias (35 %), beaucoup plus rentables ;
- les traiteurs et autres services de restauration ont un rôle marginal mais une forte rentabilité ; par contre la restauration collective secteur en croissance représente 71 % des recettes ;
- la restauration rapide a crû de 60% entre 2004 et 2010, passant de 19,7 à 31,2 milliards d'euros. Elle pèse 38% de la consommation hors domicile<sup>31</sup>. Selon une étude de l'Association Française des Lycées d'Hôtellerie et de Tourisme (AFLYHT)<sup>32</sup>, le nombre de repas hors domicile va continuer à exploser en France, où on prend un repas sur 7 à l'extérieur, alors qu'en Espagne 1 sur 6, en Grande Bretagne 1 sur 3, et aux USA 1 sur 2 » ;
- la restauration collective est aussi un secteur qui se développe et qui représente 300 000 emplois salariés, dont 75 000 cuisiniers ;
- les débits de boissons : cette activité est en difficulté, le nombre de débits de boissons diminue en Ile-de-France ; actuellement son chiffre d'affaire national est un peu supérieur à celui de la restauration (6,8 M€ contre 6,1 M€) l'activité exige deux fois moins de salariés (38.000 au lieu de 73.000) que la restauration. Si la vente de boissons représente plus de la moitié des recettes, il existe, pour ces établissements, d'autres sources de revenus croissants : discothèque 7 %, remises sur le tabac 7%, commission sur les jeux 5%, titres de transports etc... .

En résumé, au sein de ce secteur en pleine évolution, l'enjeu est d'accompagner la demande croissante pour des repas hors foyer dans un temps contraint, en développant une offre adaptée, créatrice de valeur et d'emploi. Au cœur de l'économie touristique française et en aval de la filière agroalimentaire, ce secteur gagnerait à être revalorisé, afin de créer un cercle vertueux pour son image : gagner en attractivité pour les jeunes et attirer les touristes français ou étrangers vers la destination France, pays revendiquant son identité gastronomique et d'accueil.

---

<sup>31</sup> Source Agra alimentation 10 mars 2011 / Etude Gira Conseil

<sup>32</sup> « La consommation alimentaire hors domicile – France 2011-2016 »

## 2.3 - Préserver et développer l'emploi dans des secteurs souffrant de manque d'attractivité

### 2.3.1 - Données générales sur l'emploi dans la filière française

A partir des données INSEE, on peut reconstituer le tableau suivant, donnant un panorama de la filière agroalimentaire entre-autre. La filière agroalimentaire française totaliserait en 2010 environ 1,9 millions d'emplois salariés, ce qui représenterait 8% de l'emploi salarié total de la France.

A noter que si on ajoutait les 420 000 emplois non salariés dans l'agriculture, on renforcerait encore le poids de la filière dans l'emploi total national d'environ 2% supplémentaires. De même, l'emploi non salarié dans le secteur de l'artisanat, viendrait encore gonfler le poids de la filière.

INSEE 2010(p) nb emplois salariés	France		
	2000	2010	Evolution
<b>Agriculture, Sylviculture, pêche</b>	<b>270 655</b>	<b>221 229</b>	<b>-18%</b>
<b>Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac</b>	<b>581 732</b>	<b>554 003</b>	<b>-5%</b>
<b>Commerce, réparation automobile</b>	<b>2 782 244</b>	<b>3 014 162</b>	<b>8%</b>
<i>dont commerce de gros tous secteurs</i>		<b>969 000</b>	
<i>dont commerce de gros alimentaire</i>		18 450	
<i>dont commerce de détail tous secteurs</i>		<b>1 668 000</b>	
<i>dont commerce alimentaire de détail</i>		771 254	
<i>dont réparation automobile</i>		<b>377 000</b>	
<b>Hébergement Restauration</b>	<b>766 409</b>	<b>914 337</b>	<b>19%</b>
<i>dont estimation pour la restauration</i>		329 161	
<b>TOTAL FILIERE AGROALIMENTAIRE</b>		<b>1 894 097</b>	
<b>TOTAL TOUS SECTEURS</b>	<b>22 841 734</b>	<b>23 859 475</b>	<b>4%</b>

Depuis 10 ans, l'évolution de l'emploi salarié dans chaque secteur est très variée : elle augmente fortement dans le secteur de l'hébergement-restauration (+19%), alors qu'elle chute beaucoup dans le domaine agricole (-18%). Ceci montre que la filière est soumise à de fortes évolutions du marché de l'emploi.

### 2.3.2 La question de l'attractivité et des conditions de travail

La difficulté commune à chaque secteur est la faible attractivité des métiers pour la population, en raison d'un déficit d'image mais aussi de conditions de travail difficiles (volume horaire, horaires décalés, température des ateliers de production, exigence de service etc...).

*Selon l'INRS (Institut National de Recherche et de Sécurité), après le secteur du Bâtiment et Travaux Publics et celui du bois, les industries agroalimentaires sont l'un des secteurs d'activités occasionnant le plus d'accidents du travail et de maladies professionnelles. Les activités les plus à risque se trouvent dans la filière viande (notamment l'abattage, la découpe de bœuf), le commerce de gros de viande ou de poisson, ou à la fabrication industrielle du pain. Les spécificités du secteur agroalimentaire sont :*

*- Les manutentions manuelles répétitives, les ports de charges et les postures de travail contraignantes restent très fréquents malgré l'automatisation, ce qui peut participer à l'apparition de troubles musculo-squelettiques et entraîner des accidents du travail. Les TMS peuvent également être favorisés par le travail au froid et le stress. 25 % des TMS reconnus comme maladies professionnelles concerne le secteur ;*

*- Les déchets gras liquides et des sols humides ou mal entretenus peuvent provoquer des chutes de plain-pied (première cause d'accident ;*

*- Le travail au froid peut créer des inconforts et favoriser des accidents du travail (perte de dextérité...).*

*L'évaluation des risques doit permettre d'identifier les risques propres à l'entreprise depuis la réception des matières premières jusqu'à la livraison des produits finis en passant par le nettoyage et la maintenance. Les mesures de prévention adaptées sont intégrées, si possible, dès la conception des lieux et situations de travail. La priorité est donnée aux équipements de protection collective.*

A noter que pour améliorer les conditions de travail, il faut souvent mécaniser les opérations, ou investir en équipements variés. Or, dans des entreprises du secteur, qui pour la plupart sont de petite taille, et dont la rentabilité est faible, les marges de manœuvre pour investir sont faibles. C'est pourquoi il faudrait pouvoir mettre en place des aides visant à favoriser les investissements dédiés à l'amélioration des conditions de travail.

Egalement, il faut inciter les entreprises à développer le dialogue social avec les salariés, afin de garantir un climat de travail sain et constructif.

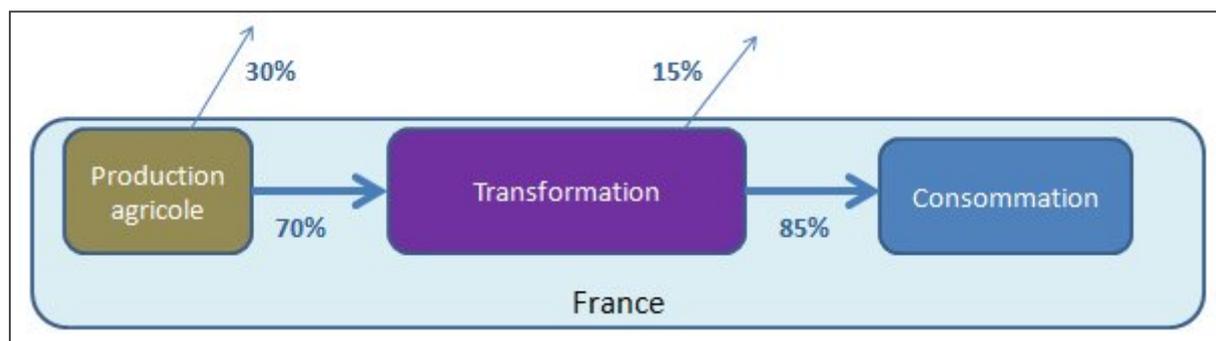
En parallèle, il semble essentiel de mener des démarches de communication au niveau national pour faire évoluer l'image du secteur, motiver des jeunes à s'investir dans les métiers en tension.

Tout ceci permettrait de lever les freins au développement des activités agricoles, industrielles, commerciales, et de restauration. L'enjeu économique et social est de taille.

### 3 – La place atypique de l’Ile-de-France au sein d’une filière nationale

La filière agroalimentaire est très intégrée au niveau national, moins au niveau régional.

En premier lieu il faut souligner que les IAA françaises transforment 70% de la ressource produite en France. Ces mêmes IAA fabriquent 85% des produits que les consommateurs achètent<sup>33</sup>. Ce qui signifie que les consommateurs français se nourrissent essentiellement de produits nationaux.



Ce qui est vrai à l’échelle nationale l’est beaucoup moins au niveau des régions de France, et encore moins en Ile-de-France. En effet, la région capitale est la plus peuplée (elle rassemble 19% de la population nationale, sans compter les visiteurs...), mais ne représente qu’1% des exploitations et des surfaces nationales, et ne produit en valeur que 1,7% de la production agricole nationale.<sup>34</sup>

En particulier, si l’on regarde la production de blé tendre, qui est la principale production agricole en Ile-de-France, celle-ci ne produit que 6% de la production de blé tendre en France et figure au 9ème rang seulement des régions de France.

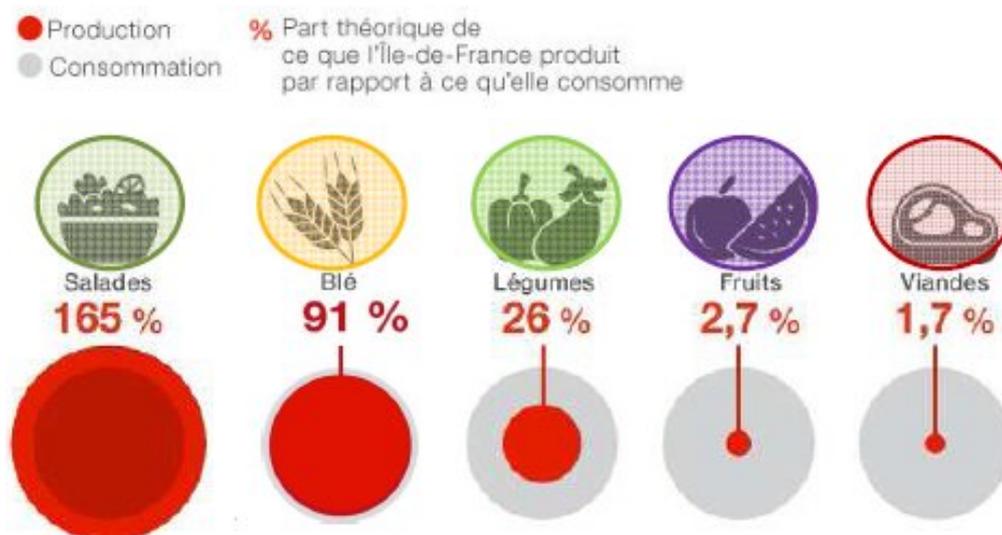
Produits	Part Ile-de-France en France	Rang de la Région en France
Persil	48%	1er
Cresson	44%	1er
Féveroles (et fèves)	30%	2ème
Pois	13%	3ème
Oignons blancs	10%	2ème
Laitue	10%	4ème
Orge	9%	4ème
Blé tendre	6%	9ème

Source Mémento de la statistique agricole régional 2009 de l’Agreste / DRAAF

Plus généralement, quelque soit le type de culture, la Région Ile-de-France ne peut prétendre à l’autosuffisance, sauf dans de rares cas comme celui salades.

<sup>33</sup> Synthèse des assises de l’agroalimentaire en région, MAAF

<sup>34</sup> Source AGRESTE 2009 Production régionale hors subventions 1 025,9 millions € et l’équivalent national 59 703,8 millions €



Source IAU

On constate par exemple une dépendance forte de l'Île-de-France pour les produits carnés. S'agissant du bœuf, seulement 0,25% de la consommation régionale est produite en Île-de-France<sup>35</sup>.

#### *L'Île-de-France importe plus qu'elle n'exporte*

« L'Île-de-France, avec ses réseaux de communication et infrastructures de transport, se trouve au cœur d'échanges agroalimentaires. Compte tenu de l'ampleur de la demande, la part des importations tient une place prépondérante, et les échanges sont déficitaires pour les produits agricoles (- 1 309 M€) comme pour ceux des industries agroalimentaires (- 3797 M€). Même pour la farine, dont le volume produit en Île-de-France est grosso modo équivalent à la consommation, les échanges sont déficitaires : en fonction de l'offre et de la demande, une bonne part de la production est en effet exportée, mais des volumes encore plus importants sont importés ».

Source Note Rapide IAU n°535 Février 2011 / Données : ministère du Budget, 2008, DGDDI

En conclusion, la filière agroalimentaire francilienne n'est pas une chaîne solidaire de maillons qui seraient tous franciliens. Il ne s'agit pas d'un système autosuffisant à l'échelle régionale. Elle consiste davantage en une concentration, sur son territoire, de flux dépassant largement son cadre géographique, et d'activités de production, transformation et distribution qui y sont liées. Elle s'inscrit dans un ensemble qui a sa cohérence au niveau national. Les échanges internationaux prennent une part de plus en plus importante dans les divers secteurs de l'agroalimentaire en Île-de-France, de la graine à l'assiette.

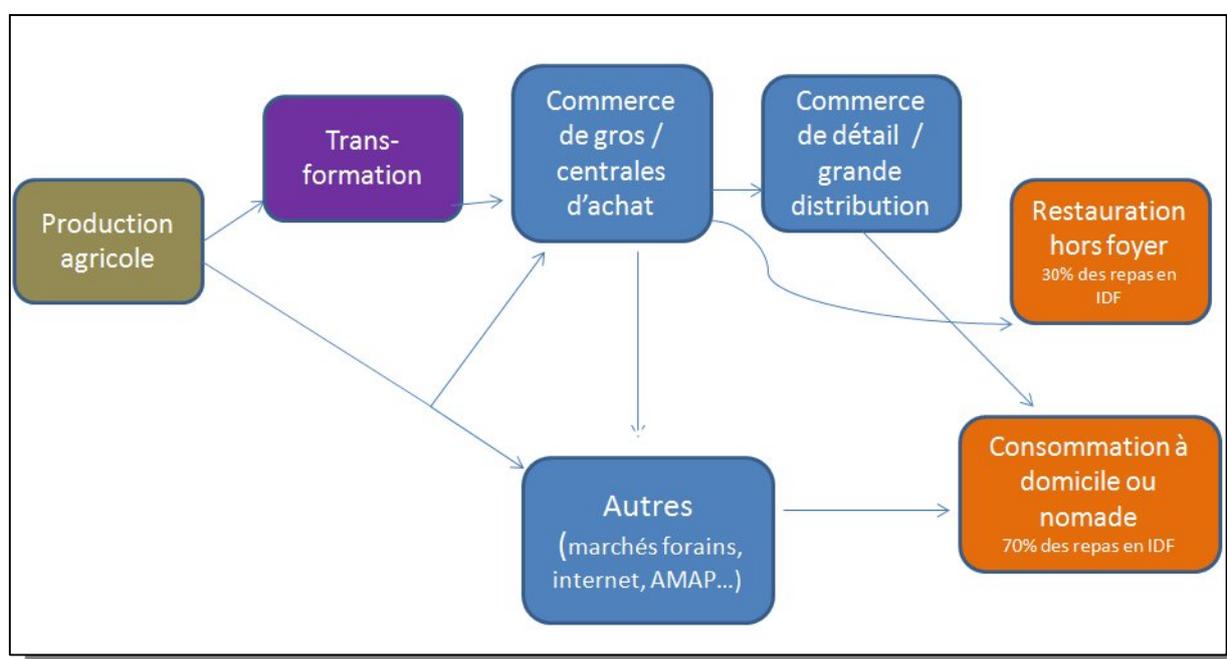
<sup>35</sup> Source CESER Île-de-France, Rapport Toullalan

## 4 - Des interactions multiples entre les secteurs de la filière, qui se complexifient

### 4.1 - Une filière structurée dont les divers secteurs se rapprochent

Si les différents secteurs de la filière agroalimentaire en France sont plutôt compétitifs, c'est entre autres parce qu'ils se renforcent mutuellement au sein d'un même ensemble. L'affaiblissement trop important d'un des maillons fragiliserait l'ensemble de la filière, en la rendant trop dépendante de ressources externes au territoire.

*Structure de la filière en France et Ile-de-France :*



On constate que les évolutions actuelles poussent au rapprochement les divers maillons ci-dessus.

#### 4.1.1 - Des liens entre agriculture et transformation qui se resserrent

Tout d'abord il faut souligner que l'agriculture en France est un secteur majoritairement coopératif, ce système intégrant de multiples activités.

« Trois quarts des 400.000 exploitations agricoles (à temps plein) sont adhérentes à au moins une coopérative. Leur présence est particulièrement forte dans le secteur des viandes (Terrena, Cooperl) et du lait (Sodiaal), ainsi que dans celui des céréales et du vin. [...] ».

Par ailleurs, « une des caractéristiques des industries agroalimentaires est le fort pourcentage d'entreprises rattachées à la coopération agricole. Les sociétés de statut coopératif ne représentent que 7 % des emplois des IAA et 9 % du chiffre d'affaires coopératif. Cependant, par l'intermédiaire de plus de 1.500 filiales et de participations majoritaires dans des entreprises de droit commun, le secteur de la coopération contrôle 40 % de l'agro-alimentaire français, avec un chiffre d'affaires global de 80 Md€ en 2008, et emploie plus de 150.000 salariés permanents ».

Source : Philippe ROUAULT, Délégué Interministériel aux Industries Agroalimentaires et à l'Agro-industrie Octobre 2010

D'autre part, sans forcément adhérer à ce système coopératif, de plus en plus de producteurs agricoles se lancent dans une activité de première transformation, souvent artisanale, de leurs produits, afin de capter de la valeur ajoutée. Par exemple, en région Ile-de-France, la Bière du Vexin a été développée par un agriculteur de Théméricourt, dans le Val d'Oise. Egalement, la Ferme du Logis à Jumeauville (78), fabrique des sorbets, confitures et pâtes de fruits, en plus de la vente de ses fruits et légumes. Toutefois, il faut souligner les limites de cette « transformation fermière », qui impose au producteur les mêmes règles qu'aux industriels (hygiène, conditionnement...), qui demande souvent des équipements coûteux pour des volumes produits relativement faibles, et qui exige du producteur une diversité de compétences.

#### **4.1.2 - Une frontière entre transformation artisanale et industrielle parfois difficile à cerner**

On constate également que de nombreuses activités artisanales, au départ enregistrées à la chambre des métiers, ont petit à petit grossi. Elles ont dépassé le seuil de 15 salariés et automatisé en partie leur processus de fabrication, tout en restant enregistrées à la chambre des métiers. Il s'agit en particulier d'entreprises exigeant des professionnels des métiers de bouche (pâtisseries, chocolatiers) mais dont la taille et l'activité, et en conséquence les problématiques, sont celles des industriels<sup>36</sup>.

#### **4.1.3 - Des grossistes qui intègrent de plus en plus d'activités aval**

Afin de répondre au double besoin d'optimisation des stocks et de garantie de fraîcheur des produits, mais aussi pour s'adapter aux contraintes organisationnelles des restaurateurs, les produits doivent être livrés de plus en plus « prêts à l'emploi » (viandes déjà découpées, calibrées, jus de fruits frais déjà pressés etc...). D'où l'apparition, par exemple, d'ateliers de préparation au MIN de Rungis et des services de livraison. Ces nouvelles prestations se doivent d'être positionnées au plus près du client. Compte-tenu de la taille du marché francilien, ceci représente une importante marge d'évolution pour les grossistes.

---

<sup>36</sup> Exemples de sociétés franciliennes : dans le chocolat « Des Lis Chocolat » ou encore « Chapon Chocolatier » et dans la pâtisserie « Macarons Gourmands »

#### **4.1.4 - Des gros producteurs et des industries qui cherchent à toucher directement le consommateur**

La filière agroalimentaire a été bouleversée dans les années 60 par l'arrivée de la grande distribution. La nouvelle révolution aujourd'hui est celle du contact direct avec le consommateur. L'exemple de Nespresso est édifiant : cette société de transformation du café distribue directement ses produits et de nombreux accessoires, dans des boutiques spécialisées ayant pignon sur rue, comme si c'étaient des produits de luxe. L'intermédiaire du distributeur est court-circuité.

Dans le même esprit, certaines PME/PMI franciliennes s'interrogent sur l'opportunité de vendre leurs produits dans un réseau de magasins franchisés.

En conclusion, la dynamique de rapprochement des secteurs qui constituent les maillons de l'agro-chaine est intéressante, car elle contribue à renforcer la filière, à faire émerger de nouveaux produits et services. L'Ile-de-France, région dans laquelle l'ensemble des secteurs est présent, doit profiter de cette évolution pour consolider ses diverses activités mais aussi pour renforcer le tissu d'entreprises régionales. Pour cela, il est nécessaire de développer une stratégie régionale de coopération inter-entreprise, et de positionnement fort sur les créneaux d'avenir.

*« A l'intérieur de la filière agroalimentaire nationale<sup>37</sup>, l'Ile-de-France occupe une place privilégiée : 40 000 entreprises qui emploient 400 000 salariés, soit plus de 10% de l'emploi régional, et près de 19% de l'effectif national de la filière. Le développement de la filière agroalimentaire constitue un enjeu majeur pour l'Ile-de-France, tant en matière d'attractivité que de contribution à l'emploi et à la croissance. La région dispose d'atouts considérables, parce qu'elle accueille l'ensemble des maillons-clé de la filière aujourd'hui : activités de haute technologie, laboratoires à la pointe de la recherche, grands groupes internationaux, PME innovantes, etc. Les acteurs économiques de la filière, qu'il s'agisse des entreprises de l'industrie, du commerce de gros alimentaire, ou de la restauration hors foyer, ont tout à gagner de cette offre de services concentrée et de haut niveau ».*

*Source Discours de Dominique BUSSEREAU, en 2007*

#### **4.1.5 - Une demande croissante de consommation locale, qui renforce les « circuits courts de proximité »**

Soucieux de mieux connaître l'origine et la composition de leur assiette, les consommateurs recherchent un lien avec les producteurs. Dans un souci écologique, ils sont aussi sensibles à réduire la distance parcourue par les aliments qu'ils consomment. Même si la demande des « locavores » augmente, on observe une moindre importance des circuits courts en Ile-de-France, selon l'IAU, ces dernières années.

---

<sup>37</sup> Hors agriculture

A noter qu'en Ile-de-France les consommateurs ont une conception assez souple de la distance que peut parcourir un « produit local<sup>38</sup> », alors qu'en province les « locavores » recherchent, dans un circuit court, une proximité géographique limitée à quelques kilomètres. Ceci explique peut-être en partie pourquoi les circuits courts ne progressent plus en Ile-de-France. Il faut dire qu'ils représentent déjà une part significative des circuits existants (15% des exploitations la pratiquent).

#### *Vente en circuits courts*

*« En Île-de-France, la vente en circuit court de produits alimentaires est pratiquée en 2010 par près de 800 exploitations, soit 15 % des exploitations agricoles franciliennes, ayant pour près des deux tiers d'entre elles une activité principale dans les secteurs grandes cultures et polyculture/poly élevage. La vente en circuit court existe surtout en grande couronne parisienne, et permet à près d'une exploitation sur deux utilisant ce mode de commercialisation de réaliser ainsi plus de 75 % de son chiffre d'affaires. La vente à la ferme constitue le mode d'approche du consommateur le plus courant. Une exploitation sur sept transforme des produits agricoles non laitiers. Deux producteurs sur trois de fruits et légumes utilisent ce mode de commercialisation qui contribue fortement au chiffre d'affaires des exploitations spécialisées, indépendamment de leur dimension économique. A l'exception du miel, les éleveurs spécialisés ont moins souvent recours à la vente en circuit court ».*

*Source AGRESTE N°117 Février 2012*

Il serait intéressant d'estimer la part de la consommation francilienne en circuits courts, même si celle-ci est aujourd'hui encore relativement marginale.

Revenons sur la terminologie. Plutôt que de « circuit court »<sup>39</sup>, terme le plus répandu, parlons de « circuit court de proximité », pour répondre à l'objectif de rapprochement entre les producteurs et les consommateurs, d'un point de vue géographique autant que du point de vue de la réduction des intermédiaires.

On peut citer par exemple :

- les marchés forains : d'après la note rapide l'IAU n°605, de septembre 2012, ils seraient en lent déclin en ce qui concerne les fruits et légumes, mais stables pour les produits de la mer ;
- le « carreau de producteurs » d'Ile-de-France, créé en 2004 sur le marché de Rungis, traditionnellement réservé aux grossistes: aujourd'hui, 13% des exploitations de maraîchage et d'arboriculture présentes en Île-de-France utilisent le carreau du MIN ;
- les producteurs qui vendent directement « en ligne » au consommateur. Par exemple « bigbangcereales.fr », société nouvellement créée à Sèvres, propose des céréales bio sur mesure, commandées par internet et livrées à domicile ;

<sup>38</sup> L'IAU, 78% des Parisiens estiment qu'un produit local vient d'Ile-de-France ; 66% des franciliens estiment que le local c'est l'Ile-de-France et les départements limitrophes ; dans le Gâtinais, on estime le local à moins de 50km

<sup>39</sup> Signifie qu'un seul intermédiaire existe entre le producteur et le consommateur, sans considération de distance géographique entre les deux. Un pain, devant passer par deux étapes transformations (la meunerie puis la boulangerie) ne pourrait donc être distribué par ce mode

- la vente à la ferme : certaines fermes agricoles complètent leur activité par une activité de commercialisation sur le lieu de l'exploitation, de produits agroalimentaires achetés à d'autres producteurs et artisans, locaux ou non. Citons par exemple, le réseau des « Cueillettes chapeau de paille », qui sont au nombre de 10 en Ile-de-France (et de 18 dans le reste du pays). Ces expériences s'avèrent positives pour le producteur, qui s'assure ainsi un complément de revenu, en captant la clientèle des cueillettes. A noter que les expériences de producteurs agricoles qui ont cherché à commercialiser des produits au cœur de Paris se sont avérées très difficiles à tenir en raison des coûts des emplacements et de l'acheminement ;
- l'approvisionnement local des cantines, comme par exemple par la toute nouvelle légumerie « CUMA bio Val de Seine ».

#### *La coopération au cœur des circuits courts de proximité*

*Paradoxalement, un des moyens de développer les circuits courts de proximité n'est pas de travailler de manière isolée, mais de coopérer. En effet, un agriculteur n'a souvent pas les compétences ni le temps de prendre en main seul une activité de commercialisation de ses produits. En s'organisant en CUMA (Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole), les producteurs peuvent proposer une offre plus conséquente (plus large et variée) mais aussi des volumes plus importants. De même, ils peuvent investir dans des outils de transformation qu'ils partagent, afin de réduire leurs coûts. Plusieurs exemples d'association d'acteurs très variés existent et montrent que l'on peut résister et percer de nouveaux marchés en alliant au sein d'un même projet des agriculteurs, des cuisiniers, des collectivités territoriales, des comités d'entreprise ou des lycées.*

*Exemples : le 14 mars 2012 a été inaugurée aux Mureaux (Yvelines), la première légumerie bio en CUMA la « CUMA bio Val de Seine », mise en place avec le concours de l'Agence de l'Eau Seine Normandie, la DRIAAC et la société Isomir (Industrialisation Solidaire en Milieu Rural). L'objectif est d'approvisionner localement la restauration collective en légumes de qualité. Voir annexe 9*

Par ailleurs, on ne peut oublier les AMAP (Associations de Maintien d'une Agriculture Paysanne), qui figurent parmi les modes circuits courts, même si elles ne sont pas forcément de proximité immédiate. On compte aujourd'hui environ 290 AMAP distribuant dans la région, ce qui à raison de 50 paniers en moyenne, fournit environ 14 500 foyers. Paradoxalement, les départements les plus agricoles ne sont pas ceux qui comptent le plus d'AMAP, car les producteurs peuvent être hors Ile-de-France. Les secteurs de distribution des AMAP se répartissent comme suit : 8 en Val d'Oise, 29 dans le Val de Marne, 39 en Seine-Saint-Denis, 35 dans les Hauts-de-Seine, 31 en Essonne, 38 dans les Yvelines, 50 en Seine-et-Marne, et 60 à Paris. Quand on sait que la première AMAP en Ile-de-France a démarré en octobre 2003 à Pantin (93), on voit à quel point le système s'est développé rapidement.

## **4.2 - Le marketing au service des produits régionaux**

La création d'une marque régionale peut aider la commercialisation de produits locaux. Dans cet esprit, le CERVIA a créé, en février 2011, la marque « Saveurs Paris Ile-de-France », qui est destinée à rendre visible pour le consommateur l'offre de produits régionaux de qualité. Il s'agissait d'abord d'une démarche de rattrapage par rapport à des régions comme la Bretagne qui ont créé leur marque il y a une vingtaine d'années.

Mais l'objectif était aussi de défendre les producteurs régionaux en les poussant à faire des produits de qualité, grâce à la Charte Talents<sup>40</sup>. Aujourd'hui, le CERVIA leur offre de nouveaux débouchés commerciaux, dans des enseignes de grande distribution ou dans les commerces de proximité<sup>41</sup>, qui mettent en avant les produits locaux. Compte-tenu de l'offre limitée en volume et de l'absence actuelle de circuit de distribution spécifique, cette marque reste pour l'instant distribuée de manière « saupoudrée » sur le territoire, ce qui l'empêche de toucher largement le consommateur francilien, mais c'est un début. Cette initiative intéressante mérite d'être poussée en avant, car elle va dans le sens de l'ancrage territorial des producteurs, et répond à une tendance du marché. Si à l'avenir, on veut conquérir le vaste marché des visiteurs, il faudra sans doute créer une autre marque, plus internationale, et l'asseoir sur un bassin de production plus large.

Quoi qu'il en soit, à l'époque actuelle, l'objectif de renforcer la visibilité des produits régionaux pour le consommateur, doit s'appuyer sur une grande variété de modes de distribution (en raison de la volatilité du comportement d'achat): en ligne, chez le producteur, et dans des magasins spécialisés facilement repérables.

## **5 - Des enjeux économiques variés selon les « sous-filières », en Ile-de-France**

Avertissement : les données chiffrées utilisées dans cette partie sont à considérer avec précaution. Si elles sont représentatives dans les grandes masses, un travail serait à mener pour affiner l'affectation par catégories sectorielles et par type d'activité, ainsi que pour mieux distinguer les sites de production des sièges sociaux. Ce travail est en cours, grâce à une coopération entre différentes entités comme l'INSEE, l'ARIA, la DRIAAF et le CARIF-OREF, dont les résultats devraient être disponibles mi 2013.

### **5.1- La sous-filière meunerie : la plus importante**

La meunerie consiste à transformer le blé en farine, mais nous considérons ici la sous-filière plus largement : allant du champ de blé à la baguette de pain. C'est la sous-filière meunerie qui est la plus intégrée régionalement, car on trouve en Ile-de-France des acteurs forts sur toutes les étapes de la chaîne. C'est aussi celle qui pèse le plus en termes d'emploi, avec un effectif d'environ 28 000 salariés (activités de meunerie, de transformation industrielle, de commerce et d'artisanat, hors agriculture).

Tout d'abord, l'Ile-de-France se caractérise par une forte spécialisation de son agriculture, dédiée pour plus de 60% de sa surface aux grandes cultures céréalières. A titre indicatif, seulement 32% de la Surface Agricole Utile française est dédié aux céréales (chiffres 2010).

Pour remplacer les anciens moulins à vent (comme celui de Sannois) ou les moulins à eau (comme ceux de la vallée du Sausseron dans le Vexin) qui battaient à plein il y a encore un siècle, la meunerie s'est progressivement industrialisée et est devenue puissante.

---

<sup>40</sup> En un an et demi, le CERVIA a fédéré 135 adhérents et 435 producteurs

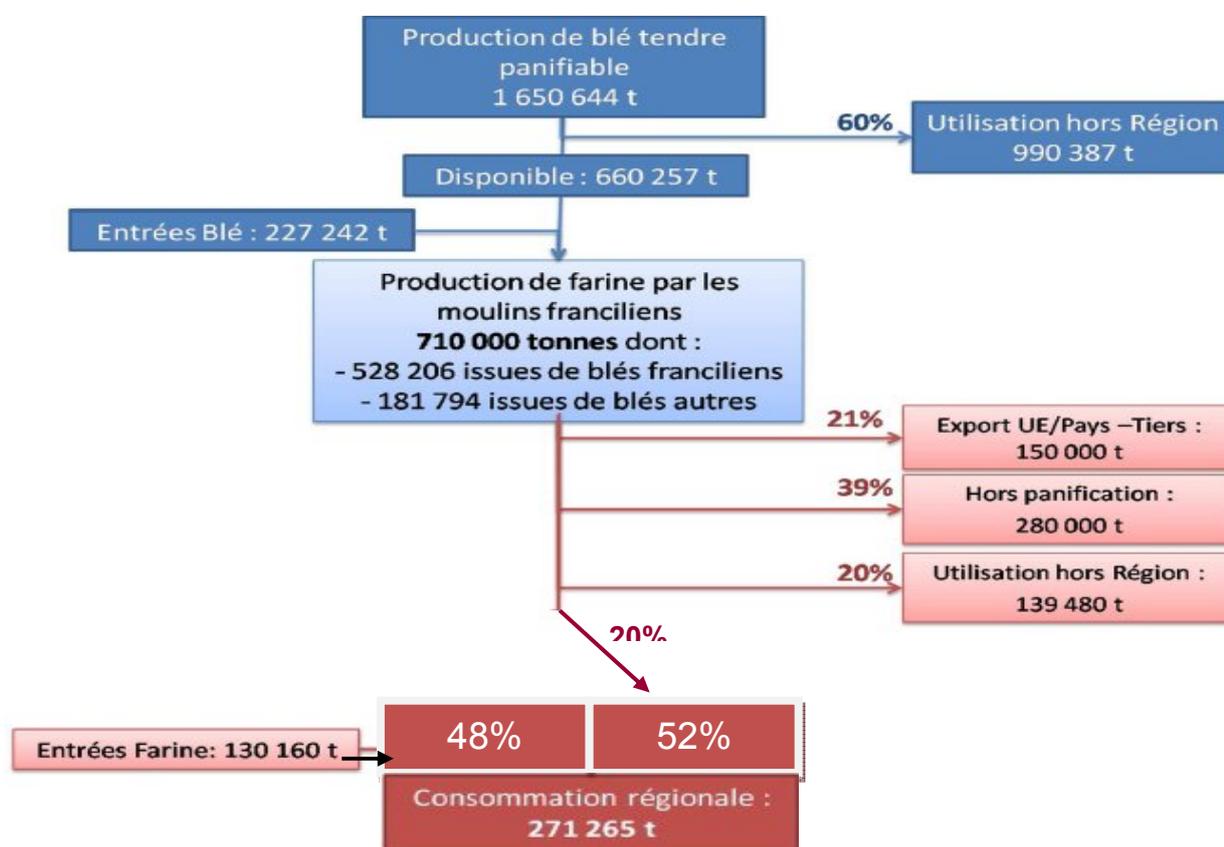
<sup>41</sup> Exemple : Rayon « Le meilleur d'ici » dans les CASINO à Paris, ou la baguette « Saveurs Paris IDF » dans les boulangeries...

Dans la région, on compte 20 entreprises de meunerie en Ile-de-France qui emploient 977 salariés<sup>42</sup>. Les sociétés de plus de 20 salariés totalisent 436 personnes<sup>43</sup> sur 5 sites industriels : Grands Moulins de Paris (303 salariés), Moulin Soufflet (109 salariés), AMO Moulins d'Ile-de-France (24 salariés). Moulin Soufflet commercialise la 4<sup>ème</sup> marque de pains en France : « Baguépi », auprès de 1500 artisans. Le premier réseau national étant celui de la société SAS Banette, qui compte 3000 artisans.

A côté de ces « moulins » modernes, 64 sociétés de « fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche » emploient 2712 salariés : les plus importantes étant la Société Marie<sup>44</sup> (228), Brioche Pasquier Châtelet (207) et France Pain (160)<sup>45</sup>. Sur 64 sociétés, 24 ont plus de 20 salariés et emploient en tout 1985 salariés.

La meunerie francilienne occupe une position de leader en France, avec 16% de la production nationale. La farine produite en Ile-de-France est destinée majoritairement au marché national, le reste partant à l'export.

Le schéma suivant, réalisé à partir de données du cabinet AND International<sup>46</sup>, montre l'ensemble des flux de la sous-filière en Ile-de-France.



<sup>42</sup> Source DRIAAF Île-de-France (données provisoires Unedic 2010) : Equivalents Temps Plein

<sup>43</sup> Source DRIAAF Île-de-France (données INSEE, Esane 2009) : Equivalents Temps Plein

<sup>44</sup> Ici, il s'agit en fait de son site de logistique et non d'une usine de production

<sup>45</sup> A noter que les sièges sociaux de ces 3 sociétés représentent en Ile-de-France 506 salariés Equivalents Temps Plein

<sup>46</sup> Sources : Agreste, France AgriMer, PRAD

On constate que 20% de la farine produite par les moulins de la région (à partir de blé francilien ou non) est consommée en Ile-de-France, tandis que la consommation francilienne de farine n'est produite qu'à hauteur de 52% sur le territoire régional<sup>47</sup>.

On voit bien ici que les échanges de blé et de farine sont importants entre l'Ile-de-France, les autres régions françaises et l'international.

Le consommateur francilien, comparativement au consommateur moyen en France est davantage tourné vers les pains traditionnels à la mie dense comme les pains complets ou pains de campagne. Il est aussi plus sensible aux marques de pain déposées. La région compte 3 533 boulangeries-pâtisseries artisanales (employant 21 065 salariés), 238 terminaux de cuisson (employant 930 salariés), et 488 magasins spécialisés de pain, pâtisserie et confiserie (employant 2 042 salariés).

L'Ile-de-France se distingue également par son potentiel d'innovation. La sous-filière meunerie dispose de moyens pour investir dans la recherche et trouve en Ile-de-France les dispositifs qui lui sont favorables. Voir annexe 10 le Plateau Francilien d'Etudes Céréalières.

*La stratégie des meuniers français pour défendre leur « sous-filière » : maîtriser toute la chaîne*

*A l'issue de la seconde guerre mondiale et de la pénurie, le pain en France était devenu de piètre qualité, et le consommateur s'en détournait de plus en plus, laissant une voie royale à la boulangerie industrielle et, à partir des années 80, des terminaux de cuisson. Afin de réagir pour sauver leur activité en voie de disparition, les meuniers ont réorganisé toute la filière. Ils ont d'abord proposé des pains de qualité, remettant au goût du jour des recettes d'antan, et identifiables facilement par le consommateur grâce à une marque (Banette, Copaline, Festival des pains etc...). Ceci leur a permis de vendre la baguette plus chère. La fin de l'encadrement du prix du pain en 1987 a aussi libéré la créativité pour offrir une variété de produits encline à séduire le consommateur. En parallèle, les sociétés de meunerie ont joué la concentration, comme l'illustre la société Nutrixo, n°2 en France, dont la taille a triplé en 10 ans, et qui est détenue majoritairement par des coopératives agricoles regroupées en holding cotée en bourse. Enfin, les meuniers ont réussi le tour de force d'intégrer la distribution aval, en intégrant au prix de la farine des services variés à destination des boulangers : conseils techniques, formations, ventes d'ustensiles, de supports de communication, prêts ou cautions bancaires.*

*Certes, par leur stratégie complète, les meuniers ont réussi à sauver la boulangerie artisanale, qui représente encore 64% de la distribution du pain (contre 25% pour les grandes et moyennes surfaces et 11% pour les terminaux de cuisson), et à assoir leur hégémonie sur toute la filière, mais la concurrence reste rude et la boulangerie industrielle continuera à gagner du terrain.*

*D'après un article d'Alternatives Economiques – mars 2012*

En conclusion, à travers les secteurs-amont de la sous-filière (recherche-développement, production de céréales), les secteurs intermédiaires (transformation de blé en farine), et les secteurs-aval (distribution, marketing, accompagnement des boulangers), la meunerie fait figure d'exemple en Ile-de-France et en France. Elle a su s'organiser pour parler au consommateur, assurer la solidité des points de vente et la qualité des produits, tout en maintenant ses marges et en investissant dans la recherche.

<sup>47</sup> Selon l'IAU Note Rapide n°535 février 2011

## 5.2 - La sous-filière boissons

Les boissons sont souvent oubliées dans les études sur la filière agroalimentaire francilienne. Pourtant, cette sous-filière est la seconde en termes d'emploi, après la sous-filière meunerie.

LIBELLE	Nb	
	établissements	Nb salariés
Autres intermédiaires du commerce en denrées, boissons et tabac	141	2610
Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé	268	821
Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons	254	6507
Fabrication de bière	1	598
Fabrication de cidre et de vins de fruits	0	0
Fabrication de vins effervescents	3	111
Industrie des eaux de table	4	91
Préparation de jus de fruits et légumes	5	139
Production d'autres boissons fermentées non distillées	0	0
Production de boissons alcooliques distillées	12	1200
Production de boissons rafraîchissantes	10	1372
<b>Total général</b>	<b>698</b>	<b>13449</b>

Source : UNEDIC 2010

Sur ce total, on compte environ 9000 emplois dans les sièges sociaux, dont 6500 dans le commerce de gros (Pernod-Ricard, Pepsico France, Red Bull France, Moët Hennessy, Nespresso...), 2400 emplois dans la transformation (Heineken, Coca Cola, Société Vins et Spiritueux La Martiniquaise, Café Richard...), le reste étant lié à la distribution (Selecta, Promalp, Club Restauration...).

En 2009, il restait 9 sites de production de plus 20 salariés en Ile-de-France, représentant 855 emplois équivalent temps plein.

LIBELLE	NOM ENTREPRISE	Total ETP
Industrie des eaux de table	SAS SOURCE CHANTEREINE (77)	33
Production de boissons alcooliques distillées	COMPAGNIE ARMAGNAC DUCASTAING-ST VIVANT (94)	26
	MARTELL & CO (75)	23
	SA RICARD (75)	89
	SOCIÉTÉ DES PRODUITS MARNIER LAPOSTOLLE (78)	28
	VRANKEN POMMERY MONOPOLE (75)	103
Production de boissons rafraîchissantes	COCA-COLA ENTREPRISE (91 & 92)	475
	L'EUROPÉENNE D'EMBOUTEILLAGE (93)	78

Le marché des boissons est un des plus innovants en agroalimentaire et le marketing y est très développé. En dehors des grands groupes, le CERVIA a mis en valeur plusieurs projets de création de produits dans les PME d'Ile-de-France, comme par exemple :

- prix « forme et bien-être 2008 » : le « Caju maracuja » (société Joozi, à Paris, effectif 3 personnes), boisson 100% naturelle à base de noix de cajou et de fruits de la passion ;
- prix « prêt à manger, praticité 2010 » : « InFruits » (société Halles Mandar, à Rungis, 48 salariés), jus de fruits frais rigoureusement sélectionnés ;

- prix « art culinaire, gastronomie 2010 » : « Pimento » (société Eric Dalsace, à Paris, 1 personne), boisson gazeuse pimentée, visant à substituer les boissons alcoolisées.

Ceci montre la créativité des petites structures. Toutefois, la pérennisation de ces produits est difficile sur un marché très concurrentiel.

L'ARIA Ile-de-France constate qu'il y a beaucoup d'innovations en boissons non alcoolisées, jus de fruits, bières et boissons énergisantes. Mais les jeunes créateurs de la région font souvent fabriquer ailleurs.

#### *Le vin en Ile-de-France*

*Le vignoble francilien a quasiment disparu et représente aujourd'hui 200 vignes (dont 150 de plus de 100 pieds), environ 12 hectares et 300 hectolitres, soit 40 000 bouteilles de 75 cl. Il est essentiellement entretenu par les collectivités locales ou des associations, dans un but de maintien des traditions, comme à Sannois, à Suresnes (le Clos du pas Saint-Maurice), sur la butte Montmartre, ou encore à la Défense (le clos de Chantecoq inauguré le 24 mai 2007 par l'EPAD).*

*On trouve toutefois quelques producteurs privés comme Jean RAHAULT, à Saint-Denis-lès-Rebais (77), producteur de champagne traditionnel, qui vend sa production directement aux consommateurs.*

En conclusion, la sous-filière boisson est très bien implantée en Ile-de-France. Elle est dynamique, innovante, et à la pointe du marketing. La particularité régionale fait que de nombreux sièges sociaux y ont élu domicile et continueront à tirer cette activité. La proximité avec le bassin de consommation régional est aussi un atout que ces entreprises recherchent.

### **5.3 - La sous-filière viande**

Le cheptel francilien, quelque soit le type d'animaux, ne cesse de décroître et représente aujourd'hui moins de 1% du cheptel français, essentiellement constitué de volailles (1 million), de bovins (30 000), ovins (11 000). Le volume de viande produite en Ile-de-France est anecdotique par rapport à la quantité consommée. L'autoconsommation est inférieure à 2% pour la volaille et inférieure à 1% pour les autres viandes.

L'activité des abattoirs franciliens, qui ne sont plus qu'au nombre de 5 pour les gros animaux, ne représente que 0,2% du volume national.

*Selon le PRAD (Plan Régional pour une Agriculture Durable) de 2012 : « Tous les abattoirs d'Ile-de-France sont de nature privée et pratiquent l'abattage rituel, 4 proposent une prestation de découpe, 1 travaille avec la filière bio, 1 seul accepte les gros bovins. Par ailleurs, il existe 2 ateliers de découpe en Ile-de-France, un en groupement d'intérêt économique et un privé.*

*Les abattoirs sont tous en difficulté : vétusté, difficultés économiques, respect des normes, fonctionnement en sous-capacité,... Compte tenu de la capacité des abattoirs franciliens et des circuits d'abattage rituel, l'éloignement des abattoirs hors Ile-de-France par rapport aux lieux de production entraîne un surcoût non négligeable pour les éleveurs (environ 300 € / bovin). Cet éloignement est clairement identifié comme une difficulté pour les éleveurs qui souhaitent commercialiser leur production en circuit court ».*

La majeure partie de la viande est vendue par les éleveurs à des sociétés commerciales, des marchands ou des groupements qui revendent à des centrales d'achat, à destination des grandes surfaces ou de la restauration hors foyer, ou encore sur le MIN de Rungis (dont la part diminue d'année en année). Les circuits courts, à destination des boucheries et/ou directement des consommateurs représentent 16% pour l'Agneau et 11% pour les bovins.<sup>48</sup>

*Exemple de circuit court en Seine et Marne*

*Le GAEC LEFEVRE (la Ferme de Moneuse, à Dagny), propose des produits fermiers de qualité, issus de l'exploitation et vendus directement dans le magasin : notamment de nombreux produits de charcuterie fermière sans colorant ni conservateur, des produits laitiers fabrication maison et des volailles. Dans le laboratoire agréé, les cochons sont transformés suivant la demande de la clientèle en demi-porc découpé, prêt à consommer ou à congeler. Dans la boutique, la charcuterie faite maison est vendue tous les jours : andouillette, boudin, filet mignon, jarret, filet rôti...<sup>49</sup>*  
*Source CERVIA*

A noter que le marché de la viande est véritablement mondialisé. Dans la mesure où les habitudes alimentaires varient selon les pays, certains consommant principalement les parties avant des gros animaux (viande grillée), alors que d'autres préfèrent les parties arrière (viande bouillie). C'est ainsi que les sociétés de transformation et de commercialisation pourront mieux valoriser chaque partie de l'animal sur des bassins de consommation de zones géographiques et culturelles différentes. Cette réalité rend tout projet de relocalisation de la sous-filière viande au niveau régional relativement difficile.

D'après une étude du CREDOC 2009 réalisée par le CERVIA et la DRIAAF, en 2007, 180,5 millions de tonnes de viande étaient consommées en Ile-de-France, distribuées à 67% par les grandes et moyennes surfaces, 17% par les marchés et détaillants, 16% par la restauration hors foyer. Seules 85 000 tonnes transitaient par Rungis, ce qui est vraiment négligeable.

En terme d'emploi, la sous-filière viande compte 620 éleveurs, 3036 salariés en commerce de gros (208 établissements), 2758 salariés en transformation et préparation (85 établissements). Le commerce de détail et les moyennes surfaces représentent 1893 établissements pour 7543 salariés.

	Données	
	Nombre d'établissements	Nombre de salariés
Charcuterie	317	1 688
Com. dét. viande & prdt avec viande (ms)	1 576	5 855
Comm. gros de produits à base de viande	39	731
Commerce de gros d'animaux vivants	19	80
Commerce de gros de viandes de boucherie	125	1 826
Commerce de gros de volailles et gibier	25	399
Prépa. indust. produits à base de viande	39	1 142
Transf. & conserv. de viande de volaille	10	86
Transf. & conserv. viande de boucherie	36	1 530
<b>Total général</b>	<b>2 186</b>	<b>13 337</b>

Source : UNEDIC 2010

<sup>48</sup> PRAD Plan Régional pour une Agriculture Durable, DRIAAF, sept 2012

<sup>49</sup> Deux fois par an, le GAEC organise un banquet dégustation réunissant 1000 à 1200 convives

Sans chercher à inverser le déséquilibre inhérent à la sous-filière viande est assez, qui possède une activité production beaucoup plus faible que celle de la distribution/commercialisation, il conviendrait de :

- maintenir une certaine activité locale d'élevage (celle-ci serait répartie sur le territoire francilien : ceinture verte, territoires ruraux) dans l'objectif de préserver une certaine diversité des activités agricoles, des paysages, et permettre éventuellement aux consommateurs locaux de pouvoir tisser un lien avec le producteur ;
- étudier la solution des « abattoirs mobiles » ;
- développer les ateliers de découpe sur le MIN de Rungis, pour offrir un produit plus abouti à la clientèle.

## 5.4 - La sous-filière lait

De même que la sous-filière viande, la sous-filière lait est aujourd'hui assez peu structurée et très faible en volume. En termes d'emploi, elle pèse deux fois moins que la sous-filière viande.

	Nombre d'établissements	Nombre de salariés
Commerce de gros de produits laitiers, œufs, huiles...	81	1963
Fabrication d'autres produits laitiers	3	1158
Fabrication de beurre	0	0
Fabrication de fromage	10	1013
Fabrication de lait liquide et de produits frais	7	285
<b>Total général</b>	<b>101</b>	<b>4419</b>

Source : UNEDIC 2010

La région ne produit aujourd'hui que 46,4 millions de litres, soit 1% de la consommation nationale. Or, la population francilienne représente 19% de la population nationale et est fortement consommatrice de produits laitiers (plus que la moyenne nationale). De plus, la moitié du volume produit en Ile-de-France est commercialisé en dehors de la région.

### *Deux fromages emblématiques de l'Ile-de-France*

*Le Brie de Meaux : à l'origine ce fromage à pâte molle était produit uniquement dans la région Ile-de-France, autour de Meaux. A partir de 1953, ce territoire s'étend vers l'Est jusqu'à la Meuse, exclusivement dans les départements de Seine-et-Marne, du Loiret, de la Meuse, de l'Aube, de la Marne, de la Haute-Marne et de l'Yonne. En 2005, la production était de 6 798 tonnes et on comptait 1 producteur fermier et 6 fabricants industriels privés et coopératives.*

*Le brie de Melun doit être produit sur un territoire limité à la Seine-et-Marne, ainsi qu'une partie des départements de l'Yonne et de l'Aube. Autrefois, la fabrication se faisait uniquement à la ferme. Actuellement, de petites laiteries industrielles ont pris le relais tout en conservant les traditions fermières. En 2008, la production commercialisée a atteint 213 tonnes. Elle concerne 30 producteurs de lait, 3 fabricants industriels et 2 fabricants fermiers, 2 affineurs exclusifs.*

*Les deux Bries ont obtenu l'appellation d'origine en 1980. Leur production est en baisse d'environ 14% en 10 ans.*

Le CERVIA a fait deux tentatives pour « créer une filière lait francilienne » :

- une stratégie de volume visant à augmenter les synergies entre les producteurs de la région et les autres acteurs franciliens de la sous-filière, pour 20 millions de litres. Une étude de marché a montré qu'il y avait un potentiel de consommation locale important pour du lait pasteurisé ou UHT, produit à proximité de zones urbaines. Mais le projet a rencontré l'obstacle de l'homologation d'un distributeur, qui n'a pas pu valider le marché test ;
- une stratégie de valeur ajoutée avec la création d'une gamme de produits ultra-frais (yaourts, fromages blancs...), qui a donné lieu à la conception et la mise au point de produits avec le centre technique ADRIA Normandie, mais qui s'est arrêté là, faute de producteur reprenneur.

Ceci montre les limites des démarches visant à faire travailler collectivement des acteurs dont les intérêts sont difficiles à faire converger. Il est sans doute plus facile de soutenir un producteur ayant déjà conçu son produit, que de faire adopter un produit à un producteur, même si le potentiel commercial est là.

Le souci du CERVIA était ici d'aider les 100 éleveurs laitiers franciliens à vivre mieux, en captant une partie de la valeur ajoutée réalisée avec leur produit, plutôt que de vendre la matière première aux industriels. Toutefois, les laitiers ne souhaitent pas forcément sortir du système de contrats avec les industriels.

On pourrait imaginer que la sous-filière lait s'inspire du modèle de la meunerie pour créer davantage de valeur ajoutée et mieux maîtriser ses points de vente. Afin d'illustrer le fait que c'est possible, on peut analyser l'exemple de la société ODEON, premier spécialiste des fromages et des produits laitiers du Marché de Rungis, qui a créé son propre réseau de distribution, avec 21 boutiques dans Paris.

## **5.5 - Les autres sous-filières**

### **5.5.1 - Le BIO**

Si elle part de loin, l'agriculture biologique en France et en Ile-de-France est très dynamique. C'est ainsi qu'en deux ans (2009-2010), le nombre d'exploitations a crû de + 55 % en France. Sur la même période en Ile-de-France, le nombre d'exploitations Bio a augmenté de 75 % et les surfaces exploitées en bio ont augmenté de 60%<sup>50</sup>. Pour l'année 2009, l'Ile-de-France présentait la deuxième meilleure progression des régions françaises en pourcentage pour l'augmentation des surfaces en agriculture biologique<sup>51</sup> (+ 33 %), mais le bio ne représentait alors qu'1% de sa surface agricole contre 2% au niveau national.

Selon le Groupement des Agriculteurs Biologiques (GAB) Ile-de-France, la région compte, à fin 2011, 175 structures certifiées bio ou en conversion (représentant une augmentation de 110 % entre 2008 et 2011). Elles exploitent 7 802 hectares ce qui représente 1,4 % de la surface agricole utile francilienne.

---

<sup>50</sup> Communiqué de presse Gab Ile-de-France 20 mai 2011 à l'occasion du printemps bio 2011

<sup>51</sup> Chiffres Agence Bio février 2009

- 77 exploitations maraîchères (254 ha) ;
- 13 exploitations arboricoles (95 ha) ;
- 57 exploitations céréalières (4 725 ha de grandes cultures strictes, 1 756 ha de surfaces fourragères et prairies temporaires, 129 ha de légumes secs et de plein champs et 395 de friches, jachères et autres) ;
- 24 exploitations de polyculture-élevage (445 ha de prairies permanentes) ;
- 5 exploitations de cultures ornementales (horticulture, gazon...).

Le GAB Ile-de-France regroupe 70 % de ces structures.

La filière se dote des moyens de développer les céréales bio. Le 9 octobre 2012, Union bio Semence a inauguré la première coopérative dédiée aux céréales bio en Ile-de-France à Maise, près de Milly-la-Forêt (Essonne). Dès 2011, 2 800 tonnes de céréales (soja, maïs, blé, lin...) y étaient traitées en provenance des agriculteurs bios d'Ile-de-France mais aussi de Bourgogne, Normandie et Picardie. A terme, la production sera multipliée par dix, avec une capacité de 26 000 tonnes<sup>52</sup>. Ce projet a reçu les soutiens des conseils régionaux d'Ile-de-France et de Bourgogne, l'Agence de l'eau Seine-Normandie et Eau de Paris.

Afin de structurer l'offre de production biologique francilienne, 25 agriculteurs du GAB Ile-de-France se sont rassemblés pour construire ensemble une organisation économique de producteurs bio, structure sous forme associative, portant le nom de : Fermes Bio d'Ile-de-France.

L'Institut technique de l'agriculture biologique (ITAB), créé en 1982, est une association d'utilité publique dédiée au développement de l'agriculture biologique. C'est un organisme national de coordination des travaux de recherche et d'expérimentations en agriculture biologique. Il dispose d'une équipe à Paris et de trois autres en province.

Le Grenelle de l'environnement prévoit qu'en 2020, les surfaces biologiques atteignent 20% de la SAU. Ainsi, l'Etat et le Conseil régional d'Ile-de-France se sont engagés pour un plan de développement 2009-2013 de l'agriculture biologique en Ile-de-France.

A noter qu'en terme d'emploi, le Bio peut s'avérer intéressant. La Gazette du 18 février 2013 estime qu'au niveau national, cette pratique agricole occupe en moyenne 30% de main d'œuvre supplémentaire que l'agriculture conventionnelle, pour compenser le non-recours aux pesticides et engrais chimiques. Selon Elizabeth Mercier, directrice de l'Agence bio, ceci est dû à l'importante part des activités maraîchères et viticoles en France, ainsi qu'à la place significative de la transformation à la ferme et de la vente directe, des orientations particulièrement porteuses en termes d'emploi.

### **5.5.2 - Le Sucre, le Chocolat et la Confiserie**

Cette sous-filière représente environ 3700 emplois, répartis entre le commerce de gros (39 établissements et salariés), et la fabrication (79 établissements et 2264 salariés)<sup>53</sup>. L'Ile-de-France concentre presque 11%<sup>54</sup> des établissements et des emplois de cette sous-filière nationale. Le secteur du chocolat et de la confiserie, est un secteur à forte valeur ajoutée, très créatif, et qui trouve en Ile-de-France la clientèle adéquate pour se développer.

<sup>52</sup> Le Parisien. 10 octobre 2012

<sup>53</sup> Source : UNEDIC 2010

<sup>54</sup> Etude XERFI Confiserie de sucre – Janvier 2012

En 2009, on recensait 10 sites de production (de plus de 20 salariés équivalent temps plein), pour 8 sociétés différentes.

NOM ENTREPRISE	EFFECTIFS EQTP	COMMUNE
KRAFT FOODS FRANCE SAS	242	Vélizy-Villacoublay
LINDT ET SPRUNGLI	136	Paris
BARRY CALLEBAUT FRANCE	170	Hardricourt
LA MAISON DU CHOCOLAT	124	Nanterre
BARRY CALLEBAUT MANUFACTURING FRANCE	115	Hardricourt
CLARA FR BONBONS CAMELS DISTRIBUTION	49	Bondoufle
CONFISERIE DE MEDICIS	24	Saint-Maur-des-Fossés
CHOCOLATS COLAS	22	Maule
LA MAISON DU CHOCOLAT	17	Nanterre
JACQUES GUYAUX CONFISERIE FRANCO BELGE	29	Andilly

Source INSEE, ESANE, 2009

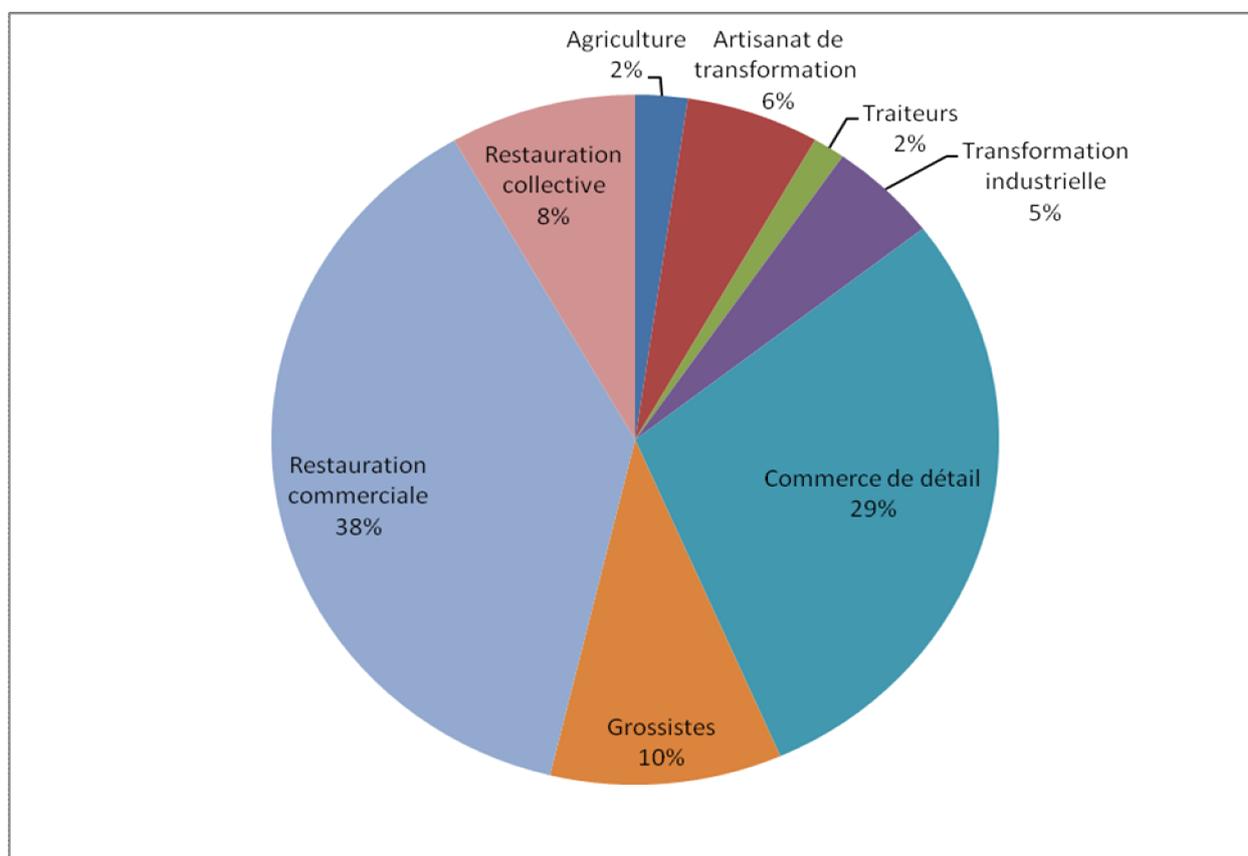
Le secteur du sucre, lui, est quasiment inexistant, dans la région. En 2009, il représentait 3 sites de production (de plus de 20 salariés équivalent temps plein) pour 331 salariés ETP.

## 6 - Etat des lieux de l'emploi et perspectives économiques selon les « secteurs », en Ile-de-France

Totalisant 421 800 salariés en Ile-de-France, soit 10% de l'emploi régional, la filière agroalimentaire se compose ainsi<sup>55</sup> :

- Agriculture : 9 800 emplois directs ;
- Artisanat de transformation : 25 000 salariés ;
- Traiteurs : 6 000 salariés ;
- Transformation industrielle : 20 500 salariés ;
- Commerce de détail : 122 000 salariés ;
- Grossistes : 43 500 salariés ;
- Restauration commerciale : 160 000 salariés ;
- Restauration collective : 35 000 salariés.

Répartition de l'emploi dans la filière agroalimentaire régionale :



<sup>55</sup> Source : Etude de l'ARIA : sept 2011 basée sur données UNEDIC 2010

Si l'on regarde l'ensemble de la filière, hors agriculture, on note une progression de 16,4% du nombre d'établissements, entre 2000 et 2010. Regardons chaque secteur plus en détail.

ÉTABLISSEMENTS	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	évolution 2010/2000 en %
Artisanat	4 805	4 367	4 356	4 313	4 288	4 374	4 299	-10,53
Commerce de détail alimentaire	8 683	9 437	9 625	9 928	10 004	10 282	10 085	16,15
Commerce de gros alimentaire	2 393	2 163	2 159	2 148	2 134	2 133	2 065	-13,71
Restauration collective	2 873	2 729	2 944	3 050	2 488	2 460	2 553	-11,14
Restauration traditionnelle	16 516	19 726	20 301	21 082	21 669	22 578	22 327	35,18
Traiteurs	488	537	533	565	588	618	609	24,80
Transformation	746	606	585	573	562	577	553	-25,87
SPHERE AGROALIMENTAIRE	36 504	39 565	40 503	41 659	41 733	43 022	42 491	16,40

Sources : Unedic, Agreste Île-de-France

De même, on note une progression de 15% du nombre de salariés.

SALARIÉS	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	évoluti on 2010/2 000 en %
Artisanat	25 043	24 207	24 503	24 203	24 519	25 266	25 466	1,69
Commerce de détail alimentaire	109 293	119 023	122 012	123 270	122 807	121 963	122 238	11,84
Commerce de gros alimentaire	35 895	40 207	40 959	42 624	44 201	43 519	42 608	18,70
Restauration collective	38 394	38 318	38 840	38 029	35 909	35 088	35 273	-8,13
Restauration traditionnelle	117 470	139 552	144 692	153 881	157 335	160 279	162 146	38,03
Traiteurs	6 827	7 421	7 222	6 784	6 246	6 047	6 737	-1,32
Transformation	28 278	22 462	22 324	22 138	20 857	20 582	21 391	-24,35
SPHERE AGROALIMENTAIRE	361 200	391 190	400 552	410 929	411 874	412 744	415 859	15,13

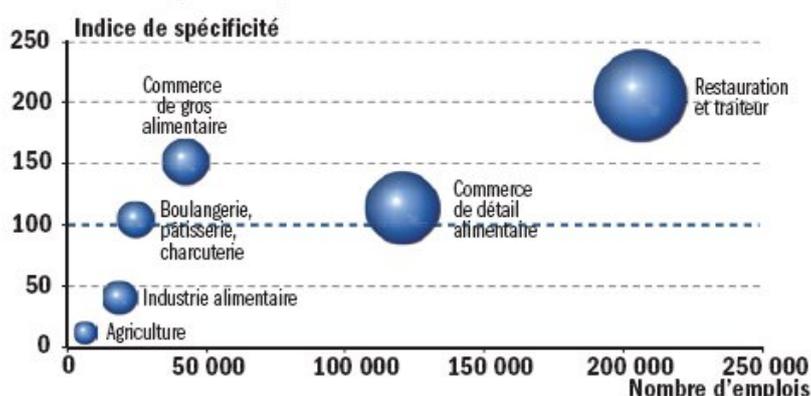
Sources : Unedic, Agreste Île-de-France

Cette apparente homogénéité de l'évolution globale du nombre d'établissements et de salariés cache une grande variété d'évolutions selon les secteurs. L'évolution la plus négative est celle des industries de transformation, qui ont perdu 25% des établissements et des effectifs. La Restauration traditionnelle, elle, représente la plus forte hausse avec plus de 35% de hausse des établissements et des effectifs. Le commerce de détail a aussi progressé sur les deux tableaux, mais dans une moindre mesure (16% pour les établissements et 11% pour les effectifs). Le commerce de gros a perdu 14% de ses établissements et gagné 18% d'effectifs. Les traiteurs ont gagné 24% d'établissements, les artisans en ont perdu 10%, mais les deux secteurs ont quasiment stagné en effectifs.

Nous étudierons plus en détail ces évolutions sectorielles dans la suite du rapport.

L'IAU (selon sa note rapide n° 535 février 2011) montre que l'Île-de-France est une région très spécifique quant au dimensionnement de l'emploi pour chaque maillon de la chaîne, par rapport à la moyenne des régions françaises.

## Volume d'emplois et positionnement franciliens



Note de lecture : La taille du cercle représente le volume d'emplois de chaque secteur d'activité. Son positionnement, au-dessus ou en-dessous de la base 100, signifie une plus forte ou plus faible représentation du secteur en Île-de-France par rapport à la moyenne nationale.

Cette spécificité s'explique aisément :

- le moindre poids de l'emploi agricole : par une relative faible surface agricole par rapport aux autres régions<sup>56</sup>, mais aussi par un mode de culture essentiellement tourné vers les grandes cultures et les cultures céréalières, qui emploient peu de personnes au km<sup>2</sup> ;
- la faiblesse relative de l'emploi dans l'industrie : par le fait que l'Île-de-France, plus que les autres régions, a subi le phénomène de désindustrialisation ;
- la faible surreprésentation de l'emploi dans le commerce de détail : en partie par le grand nombre de visiteurs en Île-de-France, touristes professionnels ou de loisir ;
- l'importance relative de l'emploi dans le commerce de gros : par la situation géographique de l'IDF au cœur des échanges nationaux, et par le fait que la région capitale accueille de nombreux sièges sociaux dans ces activités ;
- la surreprésentation de l'emploi dans la restauration : par la vocation touristique de la région couplée au mode de vie urbain ;
- le secteur de la Recherche n'est pas représenté sur le graphique<sup>57</sup>, mais s'il l'était, nous aurions aussi une part relativement forte de l'emploi en Île-de-France par rapport à la moyenne nationale.

**Tout pousse à croire que ces spécificités continueront à se renforcer à l'avenir, dans la poursuite de l'évolution des 10 dernières années, qui ont vu se renforcer les secteurs où l'Île-de-France était déjà forte et se réduire les secteurs où elle était moins puissante que la moyenne nationale.**

<sup>56</sup> L'Île-de-France possède 2% de la SAU française

<sup>57</sup> Le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche ne dispose pas d'outil permettant de déterminer de manière fiable l'effectif de la Recherche destinée aux industries Agroalimentaires en Île-de-France

## 6.1- L'agriculture

### 6.1.1 - Un secteur plutôt en recul en Ile-de-France

Tout d'abord il faut souligner que près de la moitié de la surface de l'Ile-de-France (47%) est cultivée<sup>58</sup>, et que les terres arables franciliennes font partie des meilleures de France, voir d'Europe. Selon le recensement agricole de 2010, la Surface Agricole Utile est constituée à 69% de cultures céréalières, plantes oléagineuses et protéagineuses, 24% de grandes cultures, à 6% d'élevage et le reste de cultures fruitières, légumières, champignons et horticulture-arboriculture. *Voir annexe 11.*

Parallèlement à la conversion de surfaces vers les grandes cultures, on observe une baisse du nombre d'exploitations agricoles : entre 2000 et 2010, la SAU a diminué de 2,4%, et le nombre d'exploitations de 22,4%, pour atteindre le nombre de 5076. La surface moyenne par exploitation est de 112 ha (contre 55ha en France)<sup>59</sup> et une exploitation emploie en moyenne 0,82 salarié.

A noter qu'au global, le secteur agricole est faiblement pourvoyeur d'emploi et ne représente que 0,3% de l'emploi régional.

Le nombre d'emplois agricoles ne cesse de diminuer depuis plusieurs décennies. Le nombre d'actifs permanents a été réduit de 25% de 2000 à 2010.

*Il faut distinguer :*

*. les actifs permanents : personnes qui travaillent sur l'exploitation de manière régulière  
. les Unités de Travail Annuel (UTA) : mesure en équivalent temps complet du volume de travail fourni par les actifs sur l'exploitation (chefs d'exploitation et co-exploitants, personnes de la famille, salariés permanents, salariés saisonniers)*

	2000	2010	Evolution 2000 - 2010
Nombre d'exploitations	6 538	5 025	-23%
Nombre d'actifs permanents	15 289	11 397	-25%
Part des jeunes de moins de 40 ans dans les actifs permanents	33%	27%	-16%
Volume de travail annuel (nombre d'UTA)	12 700	9 063	-29%
Age moyen des chefs d'exploitation et co-exploitants	50 ans	52 ans	
Age moyen des salariés permanents hors cadre familial	39 ans	39 ans	
Nombre de femmes chef d'exploitation ou co-exploitant	1 829	1 568	-14%

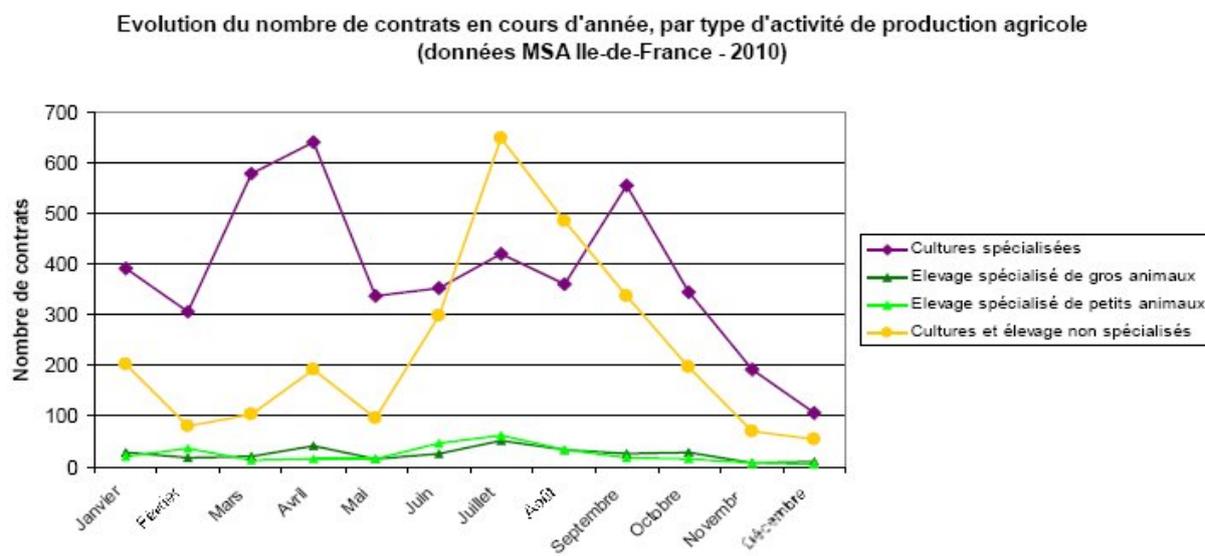
*Source RA 2010 et SSP – Agreste n°276, janvier 2012*

<sup>58</sup> Ce qui est d'ailleurs comparable au ratio national : en 2008, 50% du territoire français était en Surface Agricole Utile

<sup>59</sup> Source DRIAAF (élaboration Plan Régional Agriculture Durable)

Les actifs permanents sont pour 55% des chefs d'exploitation ou co-exploitants, 30% des salariés permanents hors cadre familial, 10% des conjoints non exploitants, 5% autres<sup>60</sup>. Le travail saisonnier représente 8% du volume de travail en UTA. Selon la MSA Ile-de-France 2009, 50% des contrats salariés sont en CDD.

On enregistre encore peu de contrats d'apprentissage dans le secteur de la production agricole (seulement 2.7% de l'ensemble des contrats salariés).



On assiste au développement de la sous-traitance, qui n'occupe que 2% du volume de travail mais qui tend à augmenter. Il s'agit d'ETA (Entreprises de Travaux Agricoles) et de CUMA (Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole).

### 6.1.2 - Le secteur agricole est pourtant plus attractif qu'on ne le pense

*Selon une étude nationale Opinion Way pour le FAFSEA du 25 février 2012*

*« Seule une minorité de français (14%) pensent que le secteur de l'agriculture recrute actuellement, cette proportion étant plus importante chez les plus jeunes (30% chez les 18/24 ans).*

*Cela n'empêche pas plus d'un quart d'entre eux (27%) à être prêts à travailler dans ce secteur, et notamment les chômeurs (53% d'entre eux seraient prêts à le faire) et les personnes âgées de moins de 60 ans.*

*Au sein des différents métiers que l'agriculture peut offrir, les activités agricoles alimentaires (52%) et notamment l'élevage (13%), la viticulture (10%), le maraîchage (10%) ou encore l'arboriculture (9%) sont les activités qui intéresseraient le plus les personnes prêtes à travailler dans ce secteur. Les activités agricoles d'entretien/horticulture (30%) avec l'entretien des espaces verts (19%) et l'horticulture (11%) arriveraient en 2ème position.*

*L'exercice d'une profession agricole présente aux yeux des français de très nombreux avantages et notamment le fait de travailler au grand air (84% de sous-total d'accord), la participation à l'alimentation humaine (82%), l'accès à une qualité de vie plus saine (81%) le fait de cultiver des plantes (80%), le contact avec les animaux (78%) ou encore le fait de travailler la terre (73%).*

<sup>60</sup> Source RA 2010 – présentation DRIA AF

*Seule l'utilisation des machines de haute technologie recueille des taux d'accord plus mitigés (63%) sans doute car elle rompt avec l'imaginaire « bucolique » de l'agriculture.*

*Enfin et quand on interroge les français sur les différents dispositifs de formation existants, plus de 40% d'entre eux sont incapables d'en citer au moins un. Le CIF, le DIF et le contrat de professionnalisation sont les dispositifs les plus connus (39%, 35% et 31% respectivement), notamment des actifs (46% et 46%), des salariés (46% et 46%) et des chômeurs (58% et 56%) pour les deux premiers d'entre eux ».*

Ceci montre qu'un travail de communication reste à faire pour concrétiser l'engagement professionnel des jeunes dans le secteur agricole.

### 6.1.3 - Le profil de l'agriculteur francilien

Selon le recensement agricole 2010, les agriculteurs sont de plus en plus formés :

- 86% ont au moins le baccalauréat ;
- 44% sont issus de l'enseignement supérieur (contre 34% en 2000) ;
- 90 % tiennent une comptabilité (enregistrement systématique de tous les mouvements financiers, bilan et compte de résultat détaillé) ;
- 32 % disposent d'un logiciel de suivi des parcelles.

### 6.1.4 - Le maraîchage emploie plus que les grandes cultures

Le nombre d'emplois varie selon le type de culture :

Ensemble des actifs agricoles	Région Île-de-France				
	SAU (km <sup>2</sup> )	Personnes	Unités de travail annuel (UTA)	Personnes/km <sup>2</sup>	UTA/km <sup>2</sup>
<b>Orientation technico-économique (Otex)</b>					
Céréaliculture et plantes oléagineuses et protéagineuses	3 924	5 314	3 466	1	1
Grandes cultures	1 357	2 154	1 582	2	1
Légumes et champignons	14	329	281	24	20
Fleurs et horticulture diverse	30	1 322	1 222	44	41
Viticulture	1	13	10	13	10
Cultures fruitières et autres cultures permanentes	9	174	138	19	15
Exploitations bovines orientation lait	30	100	81	3	3
Exploitations bovines orientation élevage et viande	12	42	31	4	3
Exploitations bovines lait, élevage et viande combinés	1	8	7	8	7
Exploitations spécialisées ovines et caprines	5	55	35	11	7
Exploitations avec ovins, caprins et autres herbivores	31	609	445	20	14
Exploitations porcines spécialisées	2	16	9	8	5
Exploitations avicoles spécialisées	7	136	92	19	13
Exploitations avec diverses combinaisons de granivores	1	13	10	13	10
Exploitations de polyculture et poly élevage	262	1 053	812	4	3
<b>Ensemble</b>	<b>5 686</b>	<b>11 338</b>	<b>8 219</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Source : Agreste, recensement agricole 2010

On remarque que les cultures vivrières (fruits, légumes, champignons...) nécessitent autour de vingt personnes au km<sup>2</sup>, tandis que les grandes cultures et cultures céréalières nécessitent de une à deux personnes sur la même surface. Sans empiéter sur les terres des vastes plaines, consacrées aux grandes cultures et aux céréales, nous pourrions imaginer de convertir des terres en friche à des cultures maraîchères (sous réserve que celles-ci ne soient pas ou plus polluées). De manière purement mathématique, si on doublait la surface actuelle des cultures de fruits et légumes, qui est aujourd'hui de 23 km<sup>2</sup>, on pourrait créer de l'ordre de 500 emplois en Ile-de-France. Or, pour ce faire il faudrait convaincre les collectivités locales d'affecter une part des terres qui leur appartiennent à cette activité, et trouver la main d'œuvre qui accepterait le travail. Mais est-ce bien réaliste de vouloir inverser la tendance de fond de diminution du volume annuel de travail dans la région, qui s'est réduit de 45% pour les cultures spécialisées entre 2000 et 2010 ? *Voir annexe 12*

L'expérience des Jardins de Cocagne<sup>61</sup> et des jardins biologiques collectifs à vocation d'insertion sociale et professionnelle, montre que l'on peut créer de l'emploi sur des activités de maraîchage. En 2012, l'Ile-de-France compte quelques 60 jardins d'insertion (chantiers d'insertion dans le domaine du maraîchage, ateliers de remobilisation par le jardinage, Centres d'Aide par le Travail activité agricole, parcelles jardins familiaux pour public en difficulté) dont une partie propose des emplois d'insertion au titre de l'Insertion par l'Activité Economique (IAE). Plus d'une dizaine d'associations porteuses se situent en Zone Urbaine Sensible. Ces jardins permettent chaque année à quelques 500 personnes en difficulté de mettre en œuvre un parcours d'insertion sociale et professionnelle grâce à la mobilisation d'environ 90 salariés permanents. Parmi ces 500 bénéficiaires, environ 300 sont en contrats de travail dans le cadre d'un emploi d'insertion<sup>62</sup>.

Le réseau Cocagne comprend également le réseau Planète Sésame, qui a pour objectif l'émergence, la création et la pérennisation d'entreprises sociales sur le créneau des cuisines du monde. Ainsi, Planète Sésame 92, à Nanterre est un traiteur qui forme des salariés en insertion, cuisine des produits bios issus du commerce équitable, et utilise de la vaisselle biodégradable.

Enfin, le système d'AMAP est intéressant en ce qu'il permet de sécuriser le revenu de l'agriculteur, son coût étant partagé entre les adhérents de l'association, et n'étant pas directement lié à la production.

### **Comment les activités agricoles périurbaines peuvent-elles solidement s'enraciner ?**

Tout d'abord, de nombreuses collectivités locales sont propriétaires de foncier et peuvent décider de l'attribuer en partie à une activité agricole. C'est ce qu'ont fait par exemple les communes de Bris-sous-Forges et à Pussay en Essonne.

*Le rôle de l'Agence des Espaces Verts : les propriétés agricoles que l'AEV acquiert sont systématiquement louées à des agriculteurs. Si elle achète des terres libres (non occupées), elle procède (avec la SAFER) à des appels à candidatures et elle favorise l'installation de jeunes agriculteurs qui ont souvent des projets de maraîchage lorsqu'il s'agit de petites surfaces.*

<sup>61</sup> En France, on compte 120 jardins, 4000 jardiniers, 700 encadrants, 1500 bénévoles et 20 000 familles adhérentes. Ces projets ont également un intérêt social certain, pour réinsérer des personnes en difficulté. En 2010, une moyenne de 1553 personnes sont en phase de réinsertion dans les 83 jardins étudiés, pour une durée moyenne de 12,5 mois. Le taux de sortie positive était de 58% en 2010. Source : Ashoka France

<sup>62</sup> FNARS Ile-de-France

Par ailleurs, l'expérience de la commune de Périgny-sur-Yerres (Val-de-Marne) qui a créé un lotissement maraîcher « agrotouristique » représente une piste intéressante, qui pourrait être répliquée sur le territoire régional :

En 1976, suite à l'appui des agriculteurs et au soutien de la SAFER, ainsi qu'à la volonté du maire et du conseil municipal de préserver le caractère rural et agricole du territoire communal, une zone agricole destinée au maraîchage (le « domaine de Saint Leu ») est créée. René LENOBLE, alors chef de culture dans une exploitation céréalière du département, achète un lot de 6 ha. L'exploitation, constituée aujourd'hui d'environ 30 ha, a connu un agrandissement progressif de 7 à 8% par an. L'activité est toujours réservée au maraîchage, et est assurée par les enfants du créateur. Elle emploie 10 salariés agricoles.

*« La stratégie purement défensive des terres agricoles ne peut pas résister à de puissants projets d'urbanisation à forte valeur ajoutée économique. Les collectivités doivent donc aider l'agriculture périurbaine à développer ses services aux citoyens – protection de la biodiversité, identité du territoire, qualité des paysages, valorisation des déchets. Cette dimension multifonctionnelle lui assurera légitimité et pérennité. Venir en appui de l'agriculture biologique en circuit court fournit une réponse aux attentes urbaines vis-à-vis de l'environnement, de la santé et de l'alimentation. Lorsque les habitants d'un territoire se sont « approprié » les trois hectares du maraîcher voisin, parce que celui-ci répond à leurs besoins de nature en ville et de lien avec le producteur, il devient beaucoup plus difficile de l'exproprier. Surtout si la collectivité a elle-même déjà investi dans l'équipement et la valorisation de la zone agricole ».*

*Source Xavier Guiomar, chercheur à Agro Paris Tech*

### **6.1.5 - Trouver les agriculteurs de demain**

Le premier enjeu est de renouveler la pyramide des âges des exploitants agricoles.

Dans le PRAD, la DRIAAF constate « un vieillissement des chefs d'exploitation et co-exploitants », dont l'âge médian est passé de 50 à 53 ans entre 2000 et 2010. Celui des salariés est passé de 37 ans à 41 ans, sur la même période.

Selon le recensement agricole 2010, parmi les exploitants ou co-exploitants nés avant 1960 :

- 20% ne savent pas s'ils auront un successeur ;
- 6% considèrent que leur exploitation va disparaître ;
- 24% ont un successeur qui dirige ou travaille dans une exploitation agricole ;
- 14% ont un successeur non agriculteur.

Pour un quart des exploitations, la question de la transmission se pose clairement. Il faut donc attirer les jeunes vers les métiers agricoles.

- Développer l'apprentissage
- Communiquer sur la réalité du métier aujourd'hui
- Travailler sur la prévention des risques du métier agricole sur la santé (exposition aux produits chimiques des phytosanitaires etc...).

Egalement, il faut aider les jeunes à acquérir des terres. Dans une de ses études, l'IAU a récemment noté l'augmentation de la valeur du foncier rural francilien de 170% de 2001 à 2011... en précisant que chaque année, 1% des terres changent propriétaire. et que la majorité des acquéreurs ne sont pas issus du monde agricole. « En 2011, 3 260 ventes ont été réalisées au profit d'acquéreurs non agricoles contre 942 au profit d'acquéreurs agricoles ».

### **6.1.6 - Former les jeunes vers ces métiers**

Le PRAD (Plan régional d'agriculture durable), signé en septembre 2012, a dressé le panorama suivant :

L'enseignement agricole technique francilien prépare les jeunes et les futurs actifs aux métiers de l'alimentation, de l'agriculture, de la nature et des territoires. Ces métiers ouvrent des débouchés variés dans des secteurs diversifiés : la production agricole (filières végétale ou animale), l'aménagement paysager, les activités hippiques, l'environnement, la transformation alimentaire, les services en milieu rural, les activités en relation avec les animaux de compagnie, etc.

Trois types de formations sont proposés : générales, technologiques et professionnelles. Trois voies sont possibles pour la formation initiale :

- par apprentissage uniquement ;
- par voie scolaire uniquement ;
- par voie scolaire ou par apprentissage (d'autres voies existent, accessibles aux adultes, la formation professionnelle continue, la validation des acquis de l'expérience (VAE) ou l'enseignement à distance).

En formation initiale, les effectifs sont les suivants :

- 4 250 élèves et étudiants (enseignement supérieur court) dans l'enseignement technique en 2011/2012 ;
- 2 224 apprentis en 2010 en formation dans l'enseignement technique et l'enseignement supérieur court.

Les établissements franciliens existent :

- 3 établissements publics locaux (AgroParisTech, École vétérinaire de Maison Alfort, École nationale supérieure du paysage) ;
- 1 établissement public national (la Bergerie nationale à Rambouillet) ;
- 20 établissements privés sous contrat (5 établissements CREAP, 13 établissements UNREP et 2 établissements FRMFR) dont 9 établissements socio-éducatifs et également 7 établissements de l'éducation nationale dispensant des formations de l'enseignement agricole : 2 lycées, 1 CFA et 4 établissements d'enseignement adapté.

Les examens et l'insertion professionnelle obtiennent pour résultat 78% de réussite aux examens en 2011 et 84,5% d'insertion professionnelle 45 mois après l'obtention d'un diplôme en formation initiale.

L'offre de formation en Ile-de-France, qu'elle soit initiale ou continue, est riche, variée, et relativement bien répartie sur le territoire. En revanche, on remarque une inadéquation entre l'offre et la demande, en termes de niveau (peu de débouchés pour les BAC+3 et +4, par rapport au nombre de diplômés) et en termes de métiers (peu d'offres en qualité et beaucoup en production, par rapport au nombre de candidats).

Si l'on cherche à synthétiser : l'activité agricole francilienne est menacée par une moindre rentabilité des exploitations (volatilité des prix, baisse des subventions, pression foncière...) et par le manque d'attractivité du secteur pour les salariés.

Pourtant, si la volonté politique est là, de nombreuses actions peuvent être déployées pour maintenir ce secteur :

- développer au maximum les cultures pourvoyeuses d'emploi comme le maraichage dans les vallées, ou le bio, tout en assurant des débouchés en circuits de proximité ;
- maintenir l'agriculture périurbaine, notamment en lui garantissant un débouché en circuit court, en garantissant aux agriculteurs des prix rémunérateurs et stables grâce à un cahier des charges négocié avec les maires , en aidant les collectivités territoriales et la population à s'approprier des enjeux de l'agriculture locale (grâce à une « gouvernance locale de l'agriculture »), en diversifiant les fonctionnalités des activités ( alimentation, protection de la biodiversité, qualité des paysages, valorisation des déchets) ;
- permettre aux communes d'acquérir des terres pour qu'elles les louent à des jeunes agriculteurs désireux de s'implanter ;
- développer l'information auprès des jeunes sur les réalités du métier aujourd'hui, en développant l'apprentissage ;
- adapter les formations aux évolutions du métier.

Egalement, il pourrait être intéressant d'étudier les synergies possibles en termes d'emploi entre le secteur agricole et celui du bois, ou des bioénergies (comme celles issues de la culture du miscanthus).

## 6.2 - Les industries de transformation

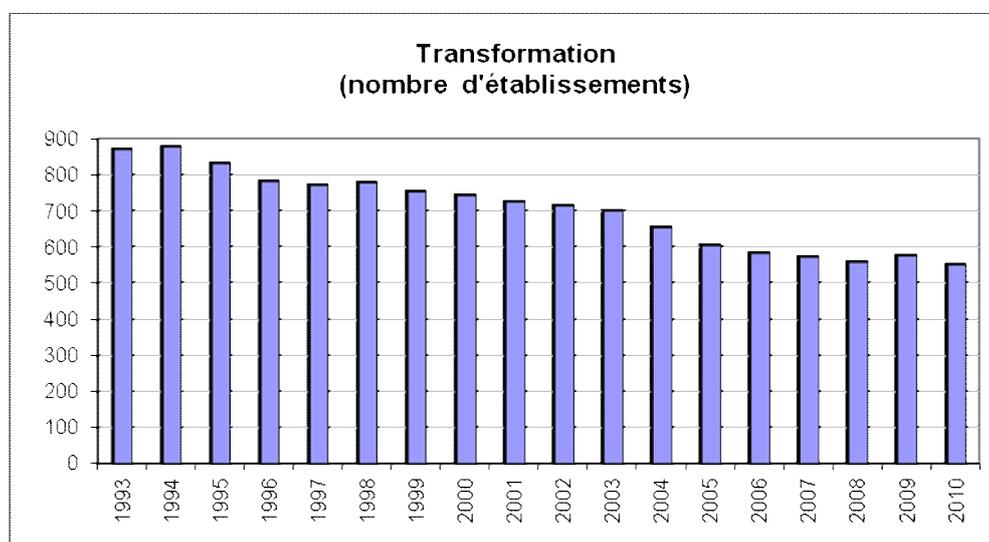
L'industrie agroalimentaire (IAA) regroupe l'ensemble des activités de transformation des productions agricoles, d'élevage ou de la pêche, en produits alimentaires destinés à la consommation humaine ou animale. En Ile-de-France, les IAA représentent 533 établissements<sup>63</sup> employant 21 400 salariés<sup>64</sup> et réalisant 7,6 milliards d'euros de chiffre d'affaire<sup>65</sup>. Ce qui en fait la 5<sup>ème</sup> région française.

### 6.2.1 - L'outil de production industriel francilien en déclin

En 10 ans, 26% des établissements ont disparu. On note toutefois un ralentissement du déclin depuis 3 ans, et ce malgré la crise.

ÉTABLISSEMENTS	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	évolution 2010/2000 en %
Transformation	746	606	585	573	562	577	553	-25,87

Sources : Unedic, Agreste Île-de-France



<sup>63</sup> Source Unedic 2009, étude de l'ARIA

<sup>64</sup> Source Insee 2009, étude de l'ARIA

<sup>65</sup> Source Agreste / Insee 2009, étude de l'ARIA

Tout comme les IAA françaises, les IAA franciliennes ont du mal à préserver leur rentabilité, et donc leur survie, car elles ne peuvent que très rarement répercuter les fluctuations des coûts des matières premières, les charges énergétiques croissantes (pour la production et le transport), les coûts de mises aux normes des locaux importants, et elles souffrent des effets négatifs de la concurrence internationale.

Le tissu industriel agroalimentaire francilien est constitué essentiellement de PME, avec 70% des établissements qui ont moins de 20 salariés, 55% qui ont moins de 10 salariés, et 2% qui ont plus de 250 salariés<sup>66</sup>. Ces entreprises ont du mal à s'organiser pour se lancer à la conquête des marchés à l'international, ce qui suppose moins d'atteindre une taille critique que de dédier des moyens, notamment humains à la commercialisation export. Pour compenser les inconvénients liés à leur taille les IAA auraient tout à gagner en mutualisant en partie leurs achats (pour jouer sur l'effet volume), ou leurs solutions logistiques.

L'ARIA (Association Régionale des Industries Agroalimentaires) attire l'attention sur le fait que les chiffres globaux ci-dessus cachent des disparités par sous-filières :

Ont été particulièrement impactées par la désindustrialisation : les boulangeries/pâtisseries industrielles, les fabricants de boissons, la transformation des viandes, des produits laitiers, des produits divers (ingrédients, produits diététiques, condiments, produits ethniques...). Certaines filières enregistrent un développement : transformation du chocolat, cacao, confiserie, plats préparés, transformation des grains (dans ce dernier cas, on note un développement des emplois mais une baisse des établissements). Des sous-filières déjà marginales ont quasiment disparu : légumeries, transformation du sucre, production d'aliments pour animaux, transformation des huiles et graisses.

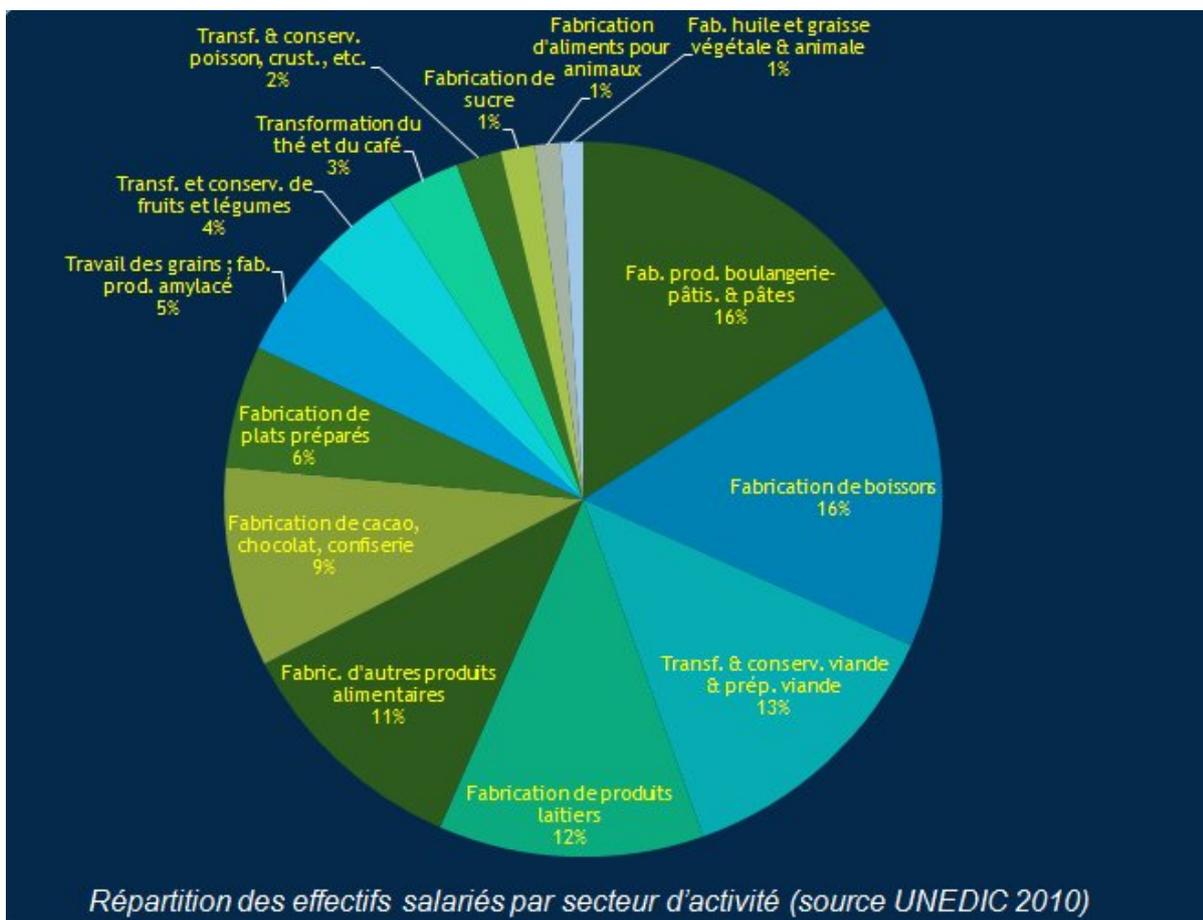
L'industrie francilienne dispose toutefois d'atouts spécifiques : des productions très variées, des produits élaborés, positionnés sur le haut de gamme et à forte valeur ajoutée, des produits tournés vers les marchés de la restauration et moins vers la grande distribution, un grand dynamisme et une forte réactivité, avec une bonne capacité d'innovation. Le cabinet Ernst & Young estime à 2/3 la part des IAA en Ile-de-France qui intègrent du service, ce qui est supérieur au reste de la France et s'explique sans doute par la proximité avec le marché.

Malheureusement, nous ne disposons pas de données fiables sur le chiffre d'affaire réalisé en Ile-de-France au niveau des activités de transformation dans les IAA, compte-tenu de la forte proportion de sièges sociaux dans la région, dont certains comptabilisent des activités réalisées hors du territoire.

---

<sup>66</sup> Source Agreste/Insee 2009

Le graphique suivant indique la répartition de l'emploi selon les secteurs :



Source ARIA

Les secteurs qui emploient le plus sont la fabrication en boulangerie-pâtisserie et la fabrication de boissons.

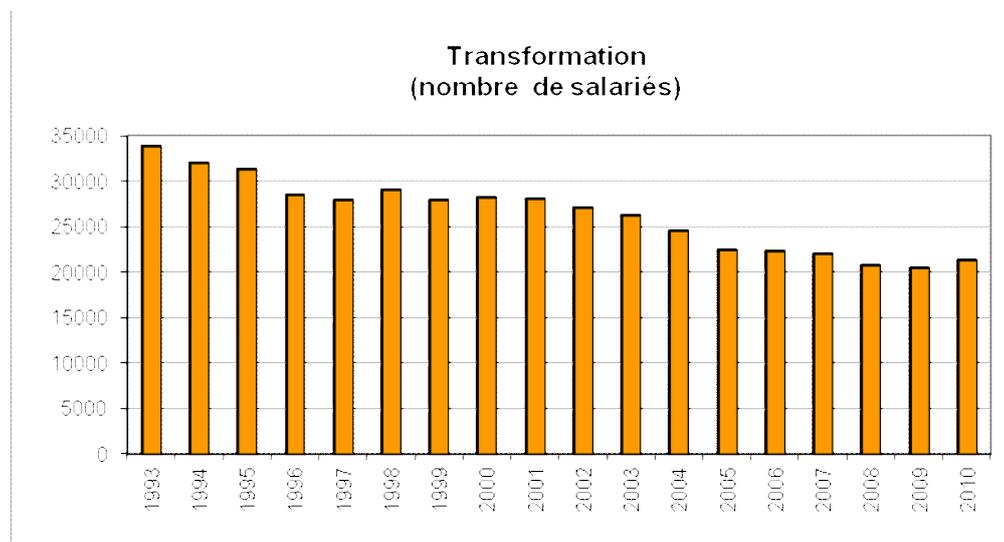
En volume global, le nombre d'emplois subit la même baisse que celle du nombre d'établissements : en 10 ans, 24% des effectifs salariés ont été perdus.

SALARIÉS	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	évolution 2010/2000 en %
Transformation	28 278	22 462	22 324	22 138	20 857	20 582	21 391	-24,35

Sources : Unedic, Agreste Île-de-France

Ces chiffres comprennent les emplois dans les sièges sociaux, dont le nombre est évalué à environ 13 500, d'après une première estimation de la DRIAAF.

La baisse du nombre d'emplois étant équivalente à celle du nombre d'établissements, on peut en conclure qu'il n'y a pas vraiment eu de regroupement des activités, en vue de peser plus lourd dans la compétition internationale.



Toutefois, on constate que l'emploi dans les IAA diminue moins que dans les autres secteurs industriels en Ile-de-France sur les 20 dernières années, car son poids relatif passe de 8,4% à 12,3% de l'emploi industriel régional<sup>67</sup>, celui-ci ayant été divisé par deux. *Voir annexe 13.*

Les perspectives de long terme établies par le CARIF-OREF francilien sont plus qu'encourageantes : grâce à une concentration exceptionnelle d'entreprises dynamiques, de centres recherche publique et d'établissements d'enseignement supérieur, la région Ile-de-France devrait pouvoir augmenter la capacité d'innovation, la productivité et la compétitivité de ses IAA. En soutenant la filière transformation alimentaire, elle pourrait voir 4 000 emplois se créer dans les IAA à l'horizon 2030, dont une bonne part concernerait des postes de sièges sociaux, plutôt que de production<sup>68</sup>.

## 6.2.2 - Panorama de l'emploi

Ne disposant pas de données régionales précises sur les caractéristiques de la main d'œuvre, nous présenterons ici les données nationales de l'Observa.

Les IAA en France emploient majoritairement une main d'œuvre à niveau de qualification IV (BAC) et V (CAP, BEP) :

- Ouvriers 60% ;
- Employés 9% ;
- Techniciens et agents de maîtrise 18% ;
- Cadres 13%.

<sup>67</sup> Enjeux n°152 – Janvier 2013 – « L'emploi salarié francilien dans l'industrie divisé par deux en vingt ans » - CROCIS

<sup>68</sup> Selon le CARIF-OREF, rapport étude « Les créations d'emploi en Ile-de-France à l'horizon 2030 » de décembre 2012

Les métiers dans les IAA sont très divers :

- Direction et fonctions support (Ressources Humaines, Compta, Informatique): 2 à 4% des effectifs ;
- Production et conditionnement, y compris métiers de bouche : 55 à 68% ;
- Recherche et Développement : <1% ;
- Achats : 1 à 3% ;
- HQSE (Hygiène, Qualité, Sécurité, Environnement) : 2 à 4% ;
- Maintenance : 3 à 9% ;
- Logistique : 5 à 10% ;
- Commercialisation : 10 à 17%.

Les métiers en tension sont ceux de la production/conditionnement, maintenance, logistique-optimisation des flux, marketing/vente, pour lesquels une qualification est nécessaire. Par exemple, on note des difficultés à recruter des boulangers, pâtisseries, chocolatiers, bouchers, mais aussi des chauffeurs / livreurs et des personnes pour l'encadrement intermédiaire.

Le secteur des IAA est plus féminisé que d'autres secteurs industriels: 40% des salariés sont des femmes (2006) contre 30% en moyenne dans les secteurs industriels<sup>69</sup>.

Les IAA sont relativement ouvertes aux jeunes: l'âge moyen des salariés y est de 40 ans. En 2006, 21% des effectifs avaient moins de 30 ans et 19% avaient entre 50 et 59 ans. En 2012, le renouvellement lié aux départs à la retraite est estimé à 10% des effectifs<sup>70</sup>.

Toujours selon les données nationales Observia, les emplois dans les IAA sont relativement stables :

- le secteur s'est montré résistant aux forts aléas conjoncturels: pendant la crise, il n'a perdu que 0,9% de ses emplois contre 4,9% en moyenne dans le secteur industriel ;
- 93% des contrats sont en CDI : 4% des contrats sont des CDD, 1% des contrats d'apprentissage ou de professionnalisation, 2% autres ;
- 94% des effectifs sont à temps complet : le temps partiel concerne les cadres 3%, les agents de maîtrise 4%, les employés 12% et les ouvriers 4% ;
- 75% des effectifs ont une ancienneté moyenne supérieure à 5 ans<sup>71</sup>. L'ancienneté moyenne, calculée sur la première entrée est de 6,3 ans ;
- le turn-over (taux de rotation effectif du personnel en poste) est de 5,5% des effectifs moyens.

---

<sup>69</sup> Source INSEE

<sup>70</sup> Source: données nationales Observia

<sup>71</sup> Dans les autres secteurs 68% ont plus de 5 ans d'ancienneté (données CEREQ 2005)

De son côté l'ARIA IDF a identifié le temps partagé comme un potentiel à développer dans les entreprises de moins de 50 salariés, car 70% de ces entreprises sont disposées à l'utiliser :

- 16% des entreprises utilisent le temps partagé, avec de très bonnes expériences ;
- 50% des entreprises ne l'utilisent pas et souhaiteraient le faire.

Les postes concernés sont les fonctions de gestion de la qualité (7 cas sur 10), mais aussi de gestion des ressources humaines, de l'administratif et du commercial.

L' Observia enregistre des rémunérations en progression dans les IAA françaises :

- les rémunérations moyennes sont de 38,9k€, ce qui est inférieur à la moyenne pour les établissements industriels (43,6 k€)<sup>72</sup> ;
- les salaires progressent (2% en 2010), néanmoins, RANDSTAD dans son baromètre des salaires 2010 estime que les salaires dans les IAA restent de 0,9% inférieurs aux autres secteurs.

Au-delà des données nationales présentées, on note des spécificités de la main d'œuvre en Ile-de-France :

- la région concentre de nombreux sièges sociaux : 21% des cadres du secteur des IAA en France (16% des employés des IAA franciliennes sont des cadres, contre 6% en moyenne nationale). Cette part devrait assez naturellement augmenter, en raison de la fuite des outils de production vers la province mais aussi des créations de postes d'ingénieurs et de techniciens hautement qualifiés ;
- l'absentéisme est élevé dans les établissements de transformation, et perturbe le fonctionnement quotidien des entreprises ;
- les difficultés de transport propres à la région rendent les trajets domicile-travail parfois compliqués pour le personnel ;
- les salariés sont plutôt « volatiles » et difficiles à fidéliser (1 personne sur 10 reste finalement dans l'entreprise) ;
- la population concernée souffre pour une part non négligeable d'illettrisme<sup>73</sup>.

Ces raisons, parmi d'autres, ont poussé des entreprises franciliennes à quitter la région pour des territoires où la main d'œuvre est plus fiable et où les salaires sont parfois inférieurs de 20%.

---

<sup>72</sup> Sources SESSI, SCEES – EAE 2007

<sup>73</sup> Sur les 461 000 personnes franciliennes en situation d'illettrisme, 12% ont entre 18 et 25 ans, c'est trois points de plus qu'en métropole et parmi elles, 30% utilisent un ordinateur dans le cadre de leur emploi. Source L'Enquête Information et Vie Quotidienne (IVQ) de l'INSEE Ile-de-France, Février 2007

### 6.2.3 - Difficultés de recrutement

Le secteur de l'agroalimentaire souffre d'une mauvaise image auprès des chercheurs d'emploi mais aussi des professionnels de l'emploi (missions locales, Pôle Emploi...).

Les conditions de travail sont difficiles températures élevées ou basses dans les ateliers, horaires décalés... et les salaires encore relativement faibles. De plus, les avantages sont peu développés en raison de la petite taille des entreprises (pas de Comité d'Entreprise) et les perspectives d'évolution sont difficiles à cerner pour le salarié. Toutefois, nous ne disposons pas d'étude spécifique à l'Ile-de-France sur les conditions de travail dans les industries agroalimentaires de transformation.

*Le point de vue de l'ARACT (Agence Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail) d'Ile-de-France :*

*« La filière agroalimentaire est un secteur où la pénibilité est perçue comme inhérente au métier et éloigne les jeunes générations. La tentative d'attirer des jeunes change effectivement la donne et peut favoriser la prise de conscience des entreprises. Il en serait de même avec le développement de la mixité des emplois qui conduit généralement à une meilleure prise en compte des conditions de travail et qui pourrait ouvrir des perspectives nouvelles de recrutements. Plus largement, les enjeux de fidélisation des salariés et les enjeux de santé au travail se conjuguent étroitement dans une recherche d'efficacité économique. Il est essentiel de faire valoir ce message auprès des entreprises. Concernant plus précisément les actions à conduire pour améliorer la situation, l'ARACT n'a pas conduit de travaux sur ce sujet, bien que qu'elle travaille régulièrement avec des entreprises du secteur sur leur problématique spécifique de prévention des risques professionnels, notamment des troubles musculo-squelettiques. La problématique des conditions de travail dans l'agro-alimentaire est très vaste, car chaque type d'activité a ses contraintes propres, liées tantôt aux horaires, tantôt à l'environnement physique de travail, tantôt aux équipements. Il est donc malaisé de faire un état des actions possibles en la matière. Elles sont potentiellement très nombreuses (rénovation des matériels, aménagement des espaces de travail, formation professionnelle, aménagement du temps de travail, suivi médical renforcé, etc...). Elles sont surtout différentes selon les métiers et les contextes de production. Les conditions de travail en boucherie sont bien évidemment très différentes selon que l'on est employé d'une entreprise artisanale ou d'une industrie de découpe de viande. Enfin, les freins que connaissent les entreprises pour remédier à ces actions ne sont pas de même nature. Ils peuvent être parfois financiers et se résoudre par des aides, parfois techniques et nécessiter des actions d'innovation, parfois d'ingénierie et supposer un accompagnement. Il faut donc s'astreindre à envisager les actions en fonction des caractéristiques de chaque métier, de chaque type d'entreprise et de chaque niveau de maturité à l'égard de ces sujets ».*

Au niveau national, on estime que 30 000 postes par an<sup>74</sup> ne sont pas pourvus dans les IAA, dont 10 000 en tant qu'opérateurs. Une des raisons est l'inadéquation entre l'offre et la demande : les candidats sont souvent trop qualifiés pour les postes à pourvoir, et peu intéressés par des métiers comme ceux de la production, la logistique, la maintenance ou le commercial.

<sup>74</sup> Voir annexe 14 « A propos du manque d'attractivité dans les IAA »

Une enquête menée par l'ARIA Ile-de-France montre que 10% seulement des entreprises franciliennes se sentent à l'aise pour recruter : trouver le bon candidat puis l'intégrer durablement. La plupart des PME/PMI n'ont pas de directeur Ressources Humaines et ne disposent pas d'outils de type organigramme, indicateurs de suivi, processus d'intégration, dont livret d'accueil, plan de formation, évaluation individuelle des salariés, entretiens professionnels...

Le management est insuffisamment formé : plus d'une entreprise sur deux ne forme pas ses managers. Ceux-ci sont souvent des personnes issues de postes opérationnels, qui ont pris petit à petit des responsabilités dans l'organisation. Pour pallier ce manque, l'ARIA a mis en place un « guide de la gestion des ressources humaines en IAA » et un « Guide Pratique du Management dans les IAA ». Elle a également animé des ateliers d'échanges de « bonnes pratiques » entre différentes IAA de la région. Cette dernière initiative s'est révélée très fructueuse pour les vingt entreprises ayant participé. L'une d'entre elles s'est ainsi lancée dans la commercialisation à l'international suite aux ateliers Export de l'ARIA. Il serait donc intéressant de multiplier l'expérience.

#### **6.2.4 - La formation**

Une grande diversité de formations peut conduire aux métiers existant dans les IAA<sup>75</sup> : formation initiale scolaire ou apprentissage, Contrats de Professionnalisation, VAE (Valorisation des acquis de l'expérience). Les qualifications et diplômes vont du Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) au diplôme d'ingénieur. L'apprentissage est peu développé dans les IAA en Ile-de-France<sup>76</sup> : environ un tiers des entreprises prennent des apprentis, essentiellement des grandes structures. Cela concerne 1 à 3% des salariés : surtout des jeunes en CAP/BEP spécialisés (boulangier, chocolatier, glacier ...), ou en formation de technicien de maintenance, commercial, administratif, informaticien, ingénieur qualité. Les entreprises qui ne prennent pas d'apprentis justifient ce choix majoritairement par de mauvaises expériences, un manque de temps pour former la personne, un manque de besoin ou une gamme de produits inadaptée (la fabrication d'un seul type de gâteaux dans une usine ne conviendrait pas pour un CAP de pâtissier). Il existe un CFA «sans murs» dédié au secteur (IFRIA Ile-de-France) dans lequel on compte 130 apprentis du BTS Pro à la licence pro, et qui s'ajoute aux CFA des métiers de bouche (boulangier, pâtissier, boucher, chocolatier...).

---

<sup>75</sup> Le CARIF-OREF doit diffuser au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2013 une liste complète de toutes les formations initiales et continue en Ile-de-France, tous niveaux

<sup>76</sup> enquête ARIA IDF 2008, sur un échantillon de 25 entreprises

S'agissant de la formation continue en Ile-de-France, sur le champ de l'OPCALIM<sup>77</sup> ont été enregistrés en 2009 (pour les régions Centre et Ile-de-France): 32 242 stagiaires en formation pour 61 468 salariés, 290 contrats de professionnalisation et 89 Certificats de Qualification Professionnelle (CQP). L'OPCALIM essaye de développer ces CQP, pour répondre à différents besoins : sécuriser des processus dans l'entreprise, favoriser le dialogue entre le salarié et sa hiérarchie (en clarifiant les attentes mutuelles), permettre au salarié de prendre confiance (en lui obtenant une sorte de reconnaissance) et éventuellement de lui permettre une plus grande mobilité au sein de sa branche. Après un CQP, le salarié peut éventuellement postuler à un VAE, et le fera plus facilement de sa propre initiative après être passé par le processus CQP.

*A propos des CQP : toutes les branches n'en proposent pas (la meunerie en pratique mais pas la logistique du froid). Il y a des CQP interbranches, mais très peu, et ceux-là sont encore en test. La branche participe à la sélection des candidats au CQP et fait partie du jury. Le CQP est en général proposé par l'employeur au salarié (et non le contraire). Le CQP doit être reconnu par la convention collective de l'entreprise. Durée d'un CQP environ 1 an.*

Des projets de l'OPCALIM visent à développer l'insertion dans les IAA :

- Projet FREE (Formation pour le Retour à l'Emploi dans l'Entreprise) ;
- Propose des parcours de formation modulaires et individualisés sur 4 métiers cibles du secteur ;
- Plateforme tutorale pour sécuriser les trajectoires professionnelles et définir des passerelles métiers au sein du secteur pour favoriser l'employabilité.

Enfin l'OPCALIM a développé depuis plusieurs années un programme de formation gratuit pour les PMI-TPI (moins de 200 salariés) sur les thèmes du management, des outils de bureautique etc.... En 2008, les besoins ont été identifiés, en 2009, des actions de formation ponctuelles ont été menées, et en 2011, des cycles de formation complets ont vu le jour. On est passés de 56 salariés qui ont suivi une formation en 2008 à 225 en 2011.

Un travail reste à mener pour faire se rencontrer l'offre et la demande, car les entreprises ne savent pas toujours trouver réponse à leur besoin de formation au moment. Pressées par le temps, elles doivent pouvoir accéder aux services adéquats rapidement, et au moment opportun. Ceci implique de revoir le système de descente d'information institutionnelle au fil de l'eau, au profit d'une plateforme interactive partant du besoin exprimé par l'entreprise au moment où il apparaît.

---

<sup>77</sup> OPCALIM : C'est un OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé), un organisme de collecte pour la formation professionnelle continue, agréé par l'Etat, et spécifique pour l'Alimentaire : coopération agricole, industries alimentaires, et de l'alimentaire en général

L'OPCALIM a été créé en janvier 2012, par fusion de l'OPCA2 (coopération agricole) et l'AGEFAFORIA (industries agroalimentaires)

L'OPCALIM en France gère 30 conventions collectives, 47 200 entreprises et 206 millions d'€ de collecte (la collecte est mutualisée à la source). C'est un organisme national avec des délégations régionales, chargé d'offrir un service de proximité à ses adhérents

Soumises à de fortes contraintes, les TPE et PME peinent souvent à organiser les équipes de travail pour permettre à un salarié de se former. D'où l'importance de concevoir des modules de formation morcelés, qui puissent être dispensés par tranches de 2 heures tout au plus, sur le lieu de travail.

Nous faisons ici le constat que l'offre de formation, initiale et continue existe bel et bien pour les métiers de la transformation alimentaire, que ce soient des métiers liés à la production industrielle, au management ou des métiers de bouche. Toutefois, cette offre est encore insuffisante et les besoins des entreprises insuffisamment connus et exprimés. Un travail reste à mener afin de sensibiliser les managers des IAA, pour qu'ils fassent monter en compétence les personnels déjà en poste.

### **6.2.5 Comment retenir les industries en Ile-de-France ?**

Afin de mieux résister, il est nécessaire d'aider les entreprises à se diversifier (en partant à la conquête de nouveaux marchés, en élargissement leur gamme de produits, etc...) ou à s'associer pour réduire les coûts... Certaines initiatives en Ile-de-France vont dans ce sens, comme les actions de l'ARIA ou du CERVIA.

Toutefois, l'Ile-de-France a ceci de spécifique que le coût du foncier y est particulièrement élevé. De nombreuses entreprises et à fortiori des PME, ne peuvent se permettre d'agrandir leurs locaux sur le sol régional. Cette réalité est accentuée par une politique d'accueil des régions limitrophes très active. Les Conseils régionaux des départements environnant l'Ile-de-France n'hésitent pas à démarcher les PME/PMI franciliennes pour leur proposer des terrains, ou même des bâtiments tout neufs, à des tarifs attractifs. Ils mettent en avant la qualité, la fiabilité et le coût de la main d'œuvre locale.

Face à ces offres alléchantes, les entreprises qui resteront en Ile-de-France seront :

- celles dont l'approche marketing nécessite un site francilien pour faire le lien, soit avec l'histoire de la société, comme Daregal (*voir encadré ci-dessous*), soit avec le produit, comme le « coquelicot de Nemours », une tradition perpétuée par la chocolaterie « De Lis », qui est vendu dans tous les Monoprix de France à des prix plus élevés que la concurrence, grâce à l'« histoire » qu'il raconte au consommateur ;
- celles qui doivent se localiser proches du bassin de consommation (dont les produits sont coûteux à transporter) : les boissons ou les pains ;
- celles qui recherchent la proximité avec d'autres acteurs de la filière positionnés en Ile de France (centres de recherche...).

*Darégal : une société historique francilienne, qui garde un pied en Ile-de-France, mais se développe ailleurs*

*« Fondée en 1887, à Milly-la-Forêt (Essonne), berceau de la culture des plantes aromatiques et médicinales, l'entreprise familiale s'est rapidement orientée vers la culture spécialisée des herbes aromatiques. Aujourd'hui, l'entreprise est dirigée par la 4ème génération de la famille, Luc Darbonne, perpétuant la tradition. La société Darégal maîtrise toute la filière, du champ à l'assiette, afin de garantir la qualité de ses produits. Précurseur et leader sur son marché Darégal cultive, transforme et commercialise ses produits. Ce succès a amené la société à devenir le premier producteur mondial d'herbes aromatiques culinaires. Fort de son expertise dans le domaine des plantes aromatiques et de son histoire au coeur des plantes médicinales depuis 150 ans, Darégal a créé les Laboratoires Darégal Santé et lancé une innovation mondiale : la 1ère gamme de compléments alimentaires surgelés aux plantes - 18° [ ]. » Source [www.daregal.fr](http://www.daregal.fr) Toutefois la société vient de stopper ce dernier produit, en trop forte rupture avec les habitudes alimentaires actuelles, et l'a remplacé par un produit plus classique, de tisanes en sachets surgelés « Infusions Le+Taste », grand prix de l'innovation au SIAL 2012.<sup>78</sup>*

*L'implantation francilienne de Darégal était d'abord une contrainte liée à la nécessité de transformer les plantes sur place. Aujourd'hui, c'est un atout pour l'entreprise, qui valorise ses installations comme une vitrine de son histoire et de l'évolution de son savoir faire. Rien de mieux que de faire visiter à des clients étrangers les lieux authentiques d'élaboration des produits, de montrer les premiers matériels utilisés, pour « faire rêver ». Pour autant, le développement de la société, pour sa part productive, s'opère ailleurs : une nouvelle usine a été inaugurée récemment en Espagne. En Ile-de-France elle dispose d'une cellule de recherche de 3 personnes pour la partie agricole et de 8 personnes pour la partie industrielle, sur un effectif total de 250 personnes dans la société. Cette équipe travaille ponctuellement avec Agroparistech, mais aussi d'autres partenaires.*

Il convient donc de porter une attention toute particulière à ces sociétés et de les aider à se développer sur le territoire francilien.

Le tout nouveau projet d'accueil des IAA de la communauté d'agglomération Melun Val de Seine, est une initiative unique en Ile-de-France, qui mérite ainsi d'être souligné.

*Melun Val de Seine ambitionne de « devenir le pôle de référence francilien en recherche appliquée et en développement alimentaire et favoriser l'implantation, le développement et le succès des entreprises de la filière ». Le projet comprendra une pépinière d'accueil des entreprises, un centre d'essais et de recherche appliquée, des services aux entreprises, un centre de formation et à terme un parc d'entreprises dédié à la filière. La communauté d'agglomération se positionne aussi sur la recherche dans les produits alimentaires intermédiaires à haute valeur ajoutée, et souhaite encourager l'utilisation de techniques telles que les biotechnologies, l'extraction, la bio fermentation ou les nanosciences.*

## **6.2.6 - Comment renforcer le tissu industriel au sein du Bassin Parisien ?**

Nous avons vu en partie III que la région capitale est loin d'être autosuffisante d'un point de vue alimentaire.

Or, il est stratégique de pouvoir garantir un approvisionnement de proximité à la population, y compris en produits transformés. Pour ce faire, il faut renforcer le tissu des IAA autour de l'Ile-de-France.

<sup>78</sup> Salon International de l'Innovation Alimentaire, ayant lieu tous les deux ans, à Villepinte

Or, si on regarde les départements limitrophes de l'Ile-de-France, on constate que la capacité de production des IAA est proche de celle de la région capitale : selon le cabinet AND international, si l'on recense les sites industriels dans les départements voisins de l'Ile-de-France, on en compte 200 (30 pour le lait, 75 pour la viande, 33 pour la meunerie, 31 pour les fruits et légumes, et 40 dans la Boulangerie, Viennoiserie, Pâtisserie industrielle). Cela signifie que pour fournir le marché de la région capitale, il faudrait élargir encore le cercle géographique autour de Paris. Aujourd'hui, nous ne connaissons pas d'étude précise sur le rapprochement offre/demande alimentaire au sein du bassin parisien. Une telle étude s'avère pourtant nécessaire. On pourrait aussi imaginer de créer un observatoire de l'agrochaîne dimensionné sur le Bassin Parisien, et qui jouerait un rôle à la fois d'étude, d'analyse et de rapprochement des acteurs pour conduire des actions dépassant les limites administratives actuelles.

### **6.2.7 - Quel niveau d'innovation à l'heure actuelle, et quel potentiel ?**

L'environnement francilien est jugé par l'ARIA comme favorable à l'innovation, en raison de la présence de laboratoires et centres de recherche publics et privés (Danone, Pernod-Ricard etc...), de grandes écoles commerciales & scientifiques, fournisseurs d'équipements, cabinets de conseil etc..

Parmi les centres publics de recherche, il y a :

- l'INRA (Institut National de Recherche Agronomique), qui est le premier organisme européen de recherche agronomique. Il va développer des recherches qui intéressent spécifiquement les IAA, dans le cadre de deux de ses nouvelles orientations stratégiques (2010-2020) : « Développement de systèmes alimentaires sains et durables » et « Sécurité alimentaire mondiale et changements globaux » ;
- le pôle Agroparistech (*voir annexe 15*), travaille plutôt sur des opérations unitaires comme la découpe au jet d'eau ou encore les nouveaux modes de cuisson ;
- l'Enva (Ecole Nationale Vétérinaire d'Alfort), qui travaille entre autre sur les risques infectieux dans les denrées alimentaires d'origine animales qui sont potentiellement transmissibles à l'homme.

Ces deux derniers sont très portés sur la recherche fondamentale. Ils ne font pas de mise au point de produits et donnent lieu à peu de transferts technologiques en direction des PME.

S'agissant des pôles de compétitivité, aucun n'est situé en Ile-de-France : le pays compte un pôle de compétitivité spécifiquement dédié aux produits de la mer (AQUIMER), huit qui ont des domaines d'activité intégrant des productions agricoles, horticoles ou sylvicoles, et trois à caractère agro-industriel (IAR, VALORIAL, VITAGORA). *Voir annexe 16*. Mais ce constat n'est pas nécessairement un handicap pour le développement des IAA franciliennes.

L'ACTIA (Association de Coordination Technique pour l'Industrie Agroalimentaire) dispose de plusieurs sites en Ile-de-France :

- ACTILAIT : a un site à Paris , et un site à Maisons-Alfort (94) ;
- l'IFIP (Institut du porc) a un site à Maison Alfort (94) et travaille avec l'école ENV Maisons-Alfort (Ecole Nationale Vétérinaire) ;
- l'IFV (Institut français de la vigne et du vin) a un site à Paris et travaille avec Agroparistech ;
- le CTCPA (Centre technique de la conservation Des produits Agricoles) a son siège à Paris et travaille avec des équipes d'Agroparistech. Les entreprises franciliennes utilisent le site de Dury-Lès-Amiens (80), car il n'y en a pas en Ile-de-France ;
- le LNE (Laboratoire national de métrologie et d'essais (emballage et conditionnement) a son siège à Trappes (78), un site à Paris, et travaille avec Agroparistech, l'INRA & le Conservatoire national des arts et métiers, laboratoire des matériaux industriels polymères (LMIP) (Paris) ;
- ARVALIS (Institut du végétal) a son siège à Paris, un site à Guyancourt (78), un site à Boigneville (91) et des partenariats avec l'Inra, CNRS, et des établissements d'enseignement supérieur.

Ces différents centres techniques travaillent en réseau avec des centres de recherches, des pôles de compétitivité, des établissements d'enseignement supérieur et des entreprises de diverses régions de France, voire d'Europe.

Il serait intéressant d'étudier l'opportunité de développer d'avantage de centres techniques en Ile-de-France ou des établissements pilotes (comme à Amiens ou Evreux).

La région capitale pourrait également avoir besoin de pépinières d'entreprises dédiées au secteur agroalimentaire (comme Agropole à Agen), pour appuyer le tissu des PME/PMI, comme le montre l'initiative de Melun-Val-de-Seine décrite plus haut dans ce rapport.

Dans la filière agroalimentaire, la recherche /développement et l'innovation sont permanentes, même si elles font peu l'objet de brevets (les recettes culinaires ne sont pas brevetables) et si l'on observe relativement peu d'innovation de rupture.

Les améliorations sont progressives et portent soit sur la modification des procédés de fabrication pour améliorer leur performance, soit sur l'amélioration des recettes à visée nutritionnelle. OSEO observe l'intégration du développement durable dans les démarches d'innovation, qui s'illustre par des procédés plus respectueux de l'environnement (éco-conception des procédés, des équipements et des emballages) et la mise au point de produits issus de l'agriculture biologique.

L'axe majeur de l'innovation, selon le CERVIA est celui des recettes (essentiellement par redécouverte de recettes anciennes et de produits agricoles d'antan), mais aussi celui des modes de cuisson et des emballages nomades. Le processus d'amélioration continue, diffus par nature, rend difficile toute tentative de mesure de l'innovation des entreprises franciliennes. Ceci étant dit, les PME/PMI de la région sont plutôt innovantes. A titre d'exemple, la société « Les Confitures d'Andresy » lance sans arrêt de nouveaux parfums (confiture de lait aux noisettes concassées, confiture de lait au chocolat, gelée de thé Earl Grey, gelée de café...) et a créé récemment une nouvelle gamme de confitures bio.

De nombreuses entreprises se créent autour d'un produit comme la boisson Pimento, mais cette démarche est assez risquée, avec un taux de survie des nouveaux produits alimentaires sur les marchés très faibles au bout de trois ans (inférieur à 30% selon le CERVIA). La question de l'accompagnement des créateurs est donc primordiale. Un des produits les plus innovants récemment créé était le produit « -18°C » de Darégal, élaboré pour répondre au marché des compléments alimentaires consommés par un français sur cinq. Ce produit permettait de conserver les actifs des plantes, sans conservateurs, par surgélation. L'intérêt était de pouvoir contourner les pharmacies, non équipées en logistique du froid. Mais il a été retiré du marché, car en trop grand décalage avec la demande et a été remplacé par des infusions surgelées. Une autre société très créative, Macarons Gourmands, a mis au point de nombreux nouveaux produits, mais se plaint d'avoir eu du mal à les développer commercialement, car ils sont rapidement repris par les grands groupes.

*Exemple de coopération école-entreprise*

*L'Ecole Grégoire FERRANDI, depuis janvier 2011 travaille en partenariat avec la société GILAC autour de la conception de produits innovants. Christophe MOUSSU, enseignant formateur en boulangerie a participé à la mise au point d'un bac anti-adhérent pour la boulangerie. Ce bac de repos anti-adhérent, utilisé pour le stockage de la pâte à pain, permet de réduire le fleurage, limitant ainsi les risques allergènes induits par l'inhalation de particules de farine et facilite la manipulation de la pâte. Cette innovation a été primée lors du salon EUROPAIN.*

Afin de soutenir les IAA franciliennes innovantes, le CERVIA organise tous les deux ans depuis 2008 un Concours Régional de l'Innovation Alimentaire, autour de quatre prix :

- . Arts Culinaires ;
- . Produits fermiers (élaborés par l'agriculteur) ;
- . Santé, Nutrition, Bien-être (en voie de disparaître) ;
- . Prêt à Manger, Praticité, Design ;
- . Concept.

Le Lauréat n'obtient pas de coup de pouce financier, mais de la visibilité, par exemple grâce à un stand au SIAL (Salon International de l'Alimentaire).

Les questions financières ne sont pas étrangères à l'innovation. Aujourd'hui, seuls les grands groupes peuvent se permettre les innovations de rupture, alors que les PME ont des idées qu'elles n'ont pas souvent les moyens de tester. C'est pourquoi les aides suivantes existent :

- OSEO : possibilité de subvention à hauteur de 50K€ pour une innovation technologique adossée à un prestataire de type centre technique ;
- dans le cadre de l'Aide Régionale à une Alimentation de Qualité, la Région aide aux investissements innovants pour l'hygiène, la gestion du froid, les machines à mettre sous vide, les matériaux de cuisson etc... ;
- l'AIMA : Aide à la Maturation de Projets (pour la mise au point de la solution) OSEO et le Conseil Régional subventionnent 50% du budget total, pour max 30K€ ;
- à travers le dispositif PM'UP, plusieurs entreprises ont été soutenues : Pégase au Plessis Robinson (92), qui est un grossiste viande chevaline, la société 1000 briques, Macarons gourmands, ou encore Les potagers de Marcoussis (92) ;
- le Prix Nutripole est un des ponts entre le monde de l'enseignement et de la recherche et celui des entreprises.

A noter également que Le CERVIA a développé 10 produits pour une enveloppe de 90 K€, qui sont prêts à être commercialisés, mais ne trouvent pas d'entreprise.

### *NUTRIPOLE*

*La CCIP et la SEMMARIS (MIN de RUNGIS) ont créé l'association NUTRIPOLE dont l'objet est de promouvoir et d'accompagner les acteurs qui contribuent à la construction de nouvelles offres agro-nutritionnelles au service des grandes métropoles. Les membres actifs de l'association :*

- bénéficient de la recherche prospective menée sur les évolutions des métropoles et des filières agro-nutritionnelles ;*
- participent aux appels à projets référencés ou lancés par NUTRIPOLE ;*
- sont accompagnés pour la mise en œuvre des projets collaboratifs retenus par le Comité d'études de NUTRIPOLE ;*
- deviennent auteur du site Internet [www.nutripole.com](http://www.nutripole.com) , conçu pour être le porte-voix des projets, produits ou services les plus innovants ;*
- peuvent concourir pour le Prix NUTRIPOLE qui récompense chaque année les actions les plus novatrices au service des clients des métropoles.*

Comment renforcer l'innovation ?

Tout d'abord il faut renforcer les liens entre Recherche-Développement et entreprises. Cela peut passer par la création d'une pépinière spécialisée en IAA en Ile-de-France, si possible en l'adossant à un centre technique (à créer) ou une école, qui soit au même endroit. Sinon, en développant des partenariats privilégiés avec des établissements d'autres régions.

Au préalable, il faut convaincre les acteurs (SEMMARIS, Conseil Régional, PME/PMI) de l'opportunité de créer un centre technique en Ile-de-France. Sinon, renforcer les coopérations entre la région et les centres des régions voisines :

Par exemple le CTPCA (Centre Technique de la Conservation des Produits Agricoles) à Amiens, qui est déjà beaucoup utilisé par les sociétés de Seine et Marne, et qui est en partie financé par la Région Ile-de-France. On peut citer aussi l'ADRIA Normandie, Institut Technique Agro-Industriel... .

Plutôt que de créer un pôle de compétitivité en IDF, ce qui multiplierait inutilement les moyens en Recherche et Développement sur le territoire national, il serait intéressant de développer des coopérations entre les entreprises franciliennes et les pôles de compétitivité des autres régions.

La mise en place d'une politique de soutien aux grappes d'entreprises devient véritablement indispensable. Il s'agit de réseaux constitués majoritairement de PME et de TPE, ancrées localement, souvent sur un même créneau de production et appartenant à une même filière, mobilisées autour d'une stratégie commune et la mise en place de services et actions concrets et mutualisés. Cette démarche qui s'avère très efficace, comporte une logique de complémentarité et de coopération avec les pôles de compétitivité.

Pour les sous-filières les plus importantes (viande, lait, boissons), il faudrait s'inspirer du modèle du FRECE (Plateau Francilien d'Etudes Céréalières), et étudier l'opportunité de le dupliquer. Le FRECE vient compenser la disparition, en 2006, du centre technique céréaliier et de l'école de formation sur ces métiers. Il a été créé par trois établissements d'enseignement supérieur de la région parisienne (AgroParisTech, Polytech'Paris UPMC et Le Cnam), et s'est installé sur le campus d'AgroParisTech de Massy. L'Inra (Institut national de la recherche agronomique) est également associé à l'opération.

En particulier dans notre pays et notre région, il est urgent de développer la culture de l'échange et de la coopération, qui favorise l'innovation. En Ile-de-France, les entreprises, habituées historiquement au confort d'avoir un grand marché de consommation à proximité, n'ont pas eu à coopérer pour prospérer. Elles sont devenues individualistes. A l'heure où l'innovation se génère par confrontation d'idées de diverses origines (consommateurs, producteurs, transformateurs, partenaires etc...), cette synergie fait défaut. Egalement il faut lutter contre la peur de prendre des risques, qui paralyse les initiatives.

Quand un porteur de projet a une idée, il se lance souvent sans passer par toutes les étapes par manque de compétences dans la gestion de projet. Ceci montre le besoin d'un coaching individualisé pour encadrer les initiatives d'innovation et accompagner pas à pas le porteur de projet. Le Cervia propose déjà un accompagnement à la mise au point de produits, mais uniquement pour les entreprises subventionnées. Il faudrait aussi organiser des ateliers sur l'Innovation. Certains enseignants de l'école Grégoire Ferrandi accompagnent des porteurs de projet, mais surtout d'un point de vue expertise culinaire, mais pas pour la méthodologie de projet.

Enfin, tout processus d'innovation peut être renforcé par une organisation de veille sur les marchés. Il serait bon d'animer le tissu d'entreprises autour d'une réflexion prospective, par exemple en demandant à la CCIP de sortir toutes les données de tendances à l'innovation et d'en informer les chefs d'entreprises.

Il existe des secteurs en Ile-de-France pour lesquels il reste une grande marge d'innovation possible, par exemple au sein de la filière Cresson (26 entreprises en IDF, 30% de la production nationale), dont le tissu de PME est très atomisé et peu dynamique. Il faudrait fédérer ces entreprises autour de projets innovants (nouvelles recettes de soupes etc...).

Le créneau des produits touristiques est insuffisamment exploité : chocolats et bonbons représentant des miniatures de monuments emblématiques de la région... à vendre dans les aéroports et sites fortement visités. Une mobilisation des acteurs de la filière doit pour ce faire s'opérer afin d'élaborer la stratégie marketing, de développer des produits de qualité et en quantité suffisante, tout en garantissant les débouchés commerciaux.

## **6.2.8 - Synthèse concernant les IAA**

En conclusion, il semblerait difficile d'inverser la tendance de fond de désindustrialisation de l'Ile-de-France, qui touche pleinement le secteur agroalimentaire, au profit des régions où les coûts du foncier et de la main d'œuvre sont moindres. Toutefois, certaines IAA ont tout intérêt à rester localisées à proximité du formidable bassin de consommation qu'est l'Ile-de-France, par exemple dans le secteur des boissons, celui des pains (qui sont trop chers à transporter), ou encore les secteurs à forte valeur ajoutée, comme la pâtisserie, où l'on trouve des PME/PMI très innovantes. C'est sur ces derniers secteurs que les efforts de soutien doivent porter en priorité.

Toutefois, l'ensemble du tissu industriel gagnerait à être animé, comme le fait notamment l'ARIA, mais avec des moyens trop restreints aujourd'hui, afin de pousser les entreprises à s'organiser pour réduire leurs coûts (notamment par les grappes d'entreprises), et proposer une offre de produits innovants, notamment à l'international. La création d'une plateforme unique, permettant aux entreprises d'exprimer leur besoin quel qu'il soit, et d'y trouver une réponse serait incontestablement un outil intéressant, car l'offre de dispositifs d'aide existe mais est trop peu utilisée. Enfin, une politique de renforcement de l'attractivité des métiers et de l'offre de formation, couplée à des actions visant à améliorer les conditions de travail, permettrait de limiter les difficultés de recrutement, problème stratégique pour le secteur.

*L'ARIA estime que de nombreux champs d'action nécessaires au développement des IAA en Ile-de-France sont insuffisamment couverts, et s'efforce de le faire avec le peu de moyens dont elle dispose :*

*- Innovation : favoriser les projets collaboratifs, favoriser l'insertion des PME dans les projets de recherche européens ;*

*- Développer la stratégie et le développement commercial : accompagner les entreprises vers leurs marchés, aider la mise en place d'une stratégie commerciale et d'une offre adaptée, améliorer la performance commerciale, aider les entreprises à se développer à l'export ;*

*-Développer le capital humain : développer l'attractivité des métiers de l'industrie alimentaire, améliorer la Gestion des Ressources Humaines, sensibiliser et accompagner les entreprises à la santé et sécurité au travail ;*

*-Améliorer la performance et la compétitivité : améliorer la gestion des flux, la gestion de l'information et la logistique, améliorer la performance et le pilotage des achats, mutualisation interentreprises ;*

*-Pérenniser les entreprises : renforcer la réflexion stratégique, maîtriser les risques financiers, améliorer le pilotage financier, développer la veille juridique, aider la transmission d'entreprises.*

Des démarches de rapprochement pourraient se faire au niveau du tissu industriel à l'échelle du bassin parisien, afin de créer des synergies en termes de réflexion stratégique comme de mutualisation des moyens.

## **6.3 - Les sociétés de négoce**

### **6.3.1 - Une activité dynamique**

L'activité des grossistes alimentaires constitue un maillon essentiel de la chaîne de distribution. C'est un secteur dynamique, en particulier en Ile-de-France. Le nombre d'emplois a moins diminué que celui du nombre d'établissements, au cours des 10 dernières années, ce qui traduit une tendance à la concentration rendant les entreprises globalement plus résistantes sur ce marché fortement concurrentiel.

COMMERCE DE GROS ALIMENTAIRE	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	évolution 2010/2000 en %
Nombre d'établissements	2 393	2 163	2 159	2 148	2 134	2 133	2 065	-13,71
Nombre de salariés	35 895	40 207	40 959	42 624	44 201	43 519	42 608	-8,13

Sources : Unedic, Agreste Île-de-France

La profession est partagée en deux circuits : les grossistes indépendants ou « traditionnels » et ceux qui livrent leurs propres filiales comme les centrales d'achat dédiées à la grande distribution. En Ile-de-France, les grossistes indépendants de produits frais sont obligatoirement intégrés au MIN (Marché d'Intérêt National) de Rungis.

Le MIN de Rungis est le plus grand marché de gros de produits frais au monde : d'une superficie de 232 ha avec plus de 727 000 m<sup>2</sup> couverts (dont 470 000 m<sup>2</sup> de bâtiments à usage commercial), il regroupe 12500 salariés répartis sur 1204 entreprises de structure PME. Plus de 20 000 détaillants s'approvisionnent indirectement à Rungis, grâce à 3852 acheteurs référencés en 2011 (soit 6,3% de plus qu'en 2010). Près de 2 millions de tonnes de produits frais transitent par Rungis, pour un chiffre d'affaire de 8 milliards d'euros, en augmentation de 2,4 % par rapport à 2010. Plus de 10% du chiffre d'affaire est réalisé à l'export (1 milliard d'euros), essentiellement vers l'Europe (enseigne Harolds au Royaume Uni et Keffer en Allemagne...). 40 à 45% des produits de Rungis viennent de l'import (y compris des DOM-TOM), 7 à 10% de ces produits importés font concurrence directe avec des produits français.<sup>79</sup>

#### *Le MIN de Rungis, au cœur de la filière francilienne*

*« Le rôle du Min de Rungis dans l'approvisionnement du bassin de consommation francilien est fondamental. D'après les estimations d'AND International, ses arrivages représentent environ 40 % des fruits et légumes consommés en Île-de-France, près de 30 % des produits de la mer, environ 20 % des produits carnés et entre 5 % et 10 % des fromages. Le Min de Rungis constitue donc la source d'approvisionnement principale du commerce de détail indépendant, sédentaire ou nomade (taux de pénétration estimé à 80 %), et son poids est très significatif dans les achats des restaurateurs (35 %) ».*

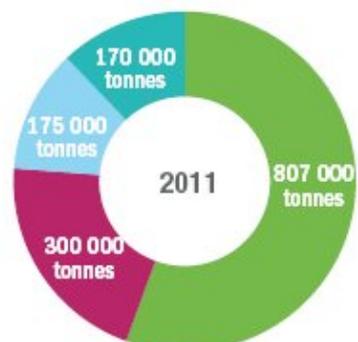
*Source IAU Note Rapide n°605 Septembre 2012*

La comparaison des chiffres 2010 et 2011 montre une tendance à la création de valeur ajoutée sur le MIN : le chiffre d'affaire des grossistes a augmenté de 4% pour une augmentation de volumes moindre (+1,5%). Cette évolution montre que les grossistes font évoluer leur offre pour accompagner au mieux un marché qui tend vers le « prêt à consommer ». En Ile-de-France, plus de 30% des repas sont pris hors domicile, dont une grande part en restauration rapide. Même dans les restaurants traditionnels, les portions sont de plus en plus calibrées et les produits sont de moins en moins transformés sur place, pour faire face à la nécessité de réduire les coûts mais aussi pour pallier au déficit de personnel qualifié de type cuisiniers. Ainsi de plus en plus de restaurants, appartenant à des chaînes ou non, réalisent de la cuisine d'assemblage, et s'approvisionnent deux fois par jour. De même, à la maison, les ménages consomment beaucoup de plats déjà cuisinés. Pour répondre à cette demande croissante, le MIN a donc mis en place des ateliers de préparation (filetage, découpe, épluchage...). et certains grossistes se sont mis à pratiquer une fonction GASC (Grossiste A Service Complet), en livrant leur clientèle à partir d'un entrepôt (comme le fait par exemple la société Pomona, sur le MIN).

<sup>79</sup> Selon Christian PEPINEAU, Président des grossistes de Rungis

A noter que le MIN de Rungis bénéficie d'une image forte, qui attire. De grands groupes comme Nestlé se sont installés à proximité. Pomona y a installé son siège (200 emplois). On y trouve également Evian (400 emplois), Système U (400 emplois), Lactalis (100 emplois), Marie (200 emplois). Ceci fait de ce site un pôle important de l'agroalimentaire francilien, et même national.

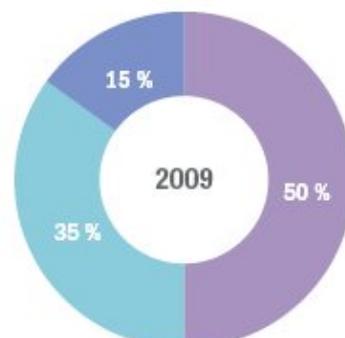
Répartition des arrivages



■ Fruits et légumes ■ Produits camés  
■ Produits laitiers et traiteurs  
■ Produits de la mer

Source : rapport d'activité du Min.

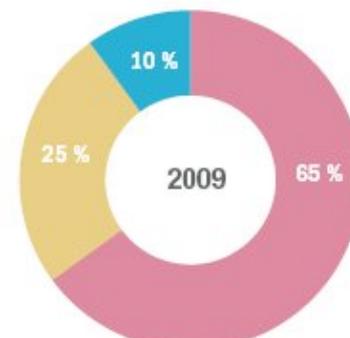
Répartition des ventes par type de débouchés en valeur



■ Commerce de détail  
■ Restauration hors domicile  
■ Grandes et moyennes surfaces

Source : estimations Semmaris.

Répartition des ventes par zone géographique en 2009



■ Île-de-France  
■ Province  
■ Export

Source : estimations Semmaris.

Source : Note Rapide IAU n°605 – septembre 2012

D'après l'étude KPMG « PME Agroalimentaires en régions Ile-de-France et Centre », le négoce recouvre des secteurs très divers et dont les performances sont variables : Fruits et Légumes, Viandes, Volailles & Gibiers, Produits de la Mer, Boissons, Produits transformés. Les PME qui sont les moins performantes ont enregistré une baisse de chiffre d'affaire de 3% entre 2006 et 2008, alors que les plus performantes ont enregistré une hausse de 30% sur la même période. L'enjeu est de poursuivre la diversification de la gamme de produits, du portefeuille client et des canaux de distribution. Une des difficultés premières du secteur est l'adéquation des charges de personnel aux variations d'activité.

Plus de la moitié des effectifs sont constitués par des commerciaux. La maîtrise des coûts, qui fluctuent beaucoup, oblige à s'organiser pour traiter des volumes importants et gagner en pouvoir de négociation vis-à-vis du fournisseur. Enfin, l'innovation dans les services offerts est une véritable source de différenciation sur le marché.

### *Les produits de quatrième gamme ont été créés à Rungis*

*Ce terme désigne les produits végétaux frais, commercialisés prêts à l'emploi, c'est-à-dire lavés, épluchés et découpés. Ce sont les salades, crudités variées, mélanges de légumes à cuire... conditionnés en sachet plastique.*

*Ce type de produit, conçu pour répondre à la demande croissante des consommateurs en produits exigeant peu de préparation, est apparu sur le marché en 1985. Son acceptation fut rapide puisque la production de salades, par exemple, est passée de 500 tonnes cette année-là, à 25 000 tonnes en 1987. Le marché des produits de quatrième gamme s'est ensuite stabilisé aux alentours de 30 à 35 000 tonnes par an, avant de connaître, récemment, une certaine reprise.*

*Le problème technique posé par la quatrième gamme tient au fait que l'épluchage et la découpe plus ou moins fine amènent d'importantes perturbations dans le métabolisme du végétal et rendent le produit plus périssable. Une durée de vie commerciale suffisante ne peut donc être obtenue par la simple réfrigération. Le procédé de conservation mis au point par l'INRA repose, entre autre, sur le maintien à l'intérieur de l'emballage d'une composition gazeuse particulière qui permet de ralentir la sénescence des tissus végétaux et de contrôler le développement des micro-organismes d'altération.*

Source INRA

### **6.3.2 - Attirer les jeunes**

Selon Christian PEPINEAU, Président des grossistes de Rungis, on évalue à 500 ou 600 par an, le nombre d'embauches nécessaires à renouveler la pyramide des âges sur le MIN<sup>80</sup>. Ces postes s'adressent principalement aux jeunes, mais ceux-ci sont peu attirés par des métiers aux contraintes importantes, comme le travail de nuit, les horaires décalés, les charges à porter, les températures... Pourtant, les rémunérations sont bonnes<sup>81</sup> et la structuration en PME permet au salarié d'évoluer.

La question de la formation est primordiale :

- formation initiale : le constat à faire est celui de la difficulté à remplir les places en CFA (Centre de Formation d'Apprentis), ce qui conduit à dire qu'il faudrait un système de FIA (formation Initiale Accélérée), pour monter des contrats de professionnalisation. Une des difficultés propres au secteur est que l'on ne peut pas proposer de formation classique en apprentissage, en raison des heures de travail décalées. Mais la création d'un CFA en alternance « hors les murs » serait une solution intéressante, car plus souple et moins coûteuse (pas besoin de bâtiments).

Elle s'appuierait sur une alliance avec des centres existants IFTIM, CFA poissonnerie, boucherie, ISEMA agriculture, IFOCOP commerce, gestion... ce qui permettrait de bonnes synergies en mutualisant les locaux et corps enseignant, et permettrait une plus grande souplesse dans la définition des programmes et dans la communication. Il faudrait convaincre la Région d'aider ce projet, même s'il ne s'agit pas d'apprentissage. Les métiers concernés sont des métiers transversaux (commerciaux, préparateurs de commande, comptabilité) et des métiers spécifiques (découpe, élaboration de produits semi-finis, filetage) ;

<sup>80</sup> Dont une quinzaine de fileteurs, pour le secteur de la poissonnerie

<sup>81</sup> Un préparateur de commande sur le MIN est rémunéré plus de 20% de plus en moyenne que dans la grande-distribution

- formation continue : grâce à un groupement d'employeur, le MIN a mis en place un système de lissage des saisons et de formation du personnel, permettant de faire monter en qualification les salariés des grossistes.

Les métiers en tension sont surtout ceux de :

- commerciaux, car il est difficile de bien connaître les produits (cela nécessite une expérience de plusieurs saisons) ;

- préparateurs.

Peut-être serait-il intéressant d'organiser des journées portes ouvertes sur le MIN à destination des établissements scolaires, afin de mieux faire connaître l'activité des grossistes et les métiers. Aujourd'hui ces événements n'existent pas.

### **6.3.3 - Garder la « maîtrise financière » du MIN**

La SEMMARIS est la société gestionnaire du Marché International de Rungis. Elle dispose d'une concession jusqu'en 2034. La répartition de son capital est la suivante :

Groupe Altarea	33,34%
Etat	33,34%
Ville de Paris	13,19%
Département du Val de Marne	5,60%
Caisse des dépôts et consignations	4,60%
Professionnels et divers	9,93%

La société, qui était totalement publique, a ouvert son capital à hauteur de 34% au groupe immobilier ALTAREA, en 2007. Afin de préparer l'avenir, UNIGROS (Union syndicale de grossistes du Min de Rungis), en association avec les Chambres professionnelles a créé la société « Rungis Action ». L'objectif est de mobiliser les entreprises (400 petits porteurs) afin de s'organiser en prévision d'une ouverture de capital plus importante, et devenir un actionnaire de référence en se substituant, le cas échéant, à d'autres actionnaires.

Compte-tenu du caractère stratégique du MIN pour l'approvisionnement du bassin de consommation francilien, il semblerait intéressant que la Région puisse devenir elle aussi actionnaire de la Semmaris.

### **6.3.4 - Augmenter la performance logistique autour du MIN**

Si la situation du MIN, à 7km de Paris, proche de l'aéroport d'Orly, et au cœur d'un vaste réseau d'infrastructures variées a grandement compté dans son développement jusqu'à ce jour, de nombreuses sociétés regrettent que les livraisons vers la capitale soient parfois compliquées.

En particulier, le coût du dernier kilomètre (livraison sur Paris depuis Rungis, pour des produits venant de loin) revient de plus en plus cher, obligeant certains grossistes à mutualiser leurs livraisons. L'IAU, dans sa note rapide n°605, a récemment mis en lumière la nécessité de poursuivre les innovations dans les services logistiques amont<sup>82</sup> et aval, afin de renforcer l'attractivité du site.

### **6.3.5 - S'adapter à l'évolution des débouchés commerciaux tout en résistant face à la concurrence**

La fragilité des clients traditionnels du MIN, à savoir le commerce de détail, qui représente aujourd'hui 50% des ventes, constitue une menace, qui devrait être compensée en partie par l'évolution favorable du secteur de la restauration hors domicile, et notamment la restauration rapide. Par ailleurs, la suppression prévisible du périmètre de protection, interdisant l'implantation des grossistes dans un périmètre géographique défini autour du MIN, renforcera la concurrence déjà existante des groupes Metro et Promo Cash, qui ont une gamme de produits moins large, mais qui proposent des plages horaires d'ouverture plus grandes. Face à cette nouvelle donne, le cabinet AND International, montre dans son étude prospective à 10 ans, que l'activité de négoce du MIN devrait se réduire, mais qu'elle pourrait augmenter son offre de services logistique.

En conclusion, il est primordial de maintenir le site du MIN de Rungis, compte-tenu à la fois de son rôle central dans les approvisionnements de la région, et de sa performance globale, y compris en termes de capacité d'innovation. Plusieurs actions doivent être menées en faveur du recentrage du MIN sur des produits de haut de gamme, de la création de dispositifs de formation adaptés aux exigences des métiers du négoce, du renforcement des liens entre les PME/PMI grossistes et les établissements de recherche, de la mise à disposition d'espaces nouveaux pour le MIN dans le cadre de l'OIN Orly-Rungis Seine-Amont, de la prise de parts de la Région dans le capital du MIN, de l'amélioration des systèmes de livraison amont et aval du MIN et de l'élargissement des plages horaires d'ouverture... .

## **6.4 - Les artisans et le commerce de proximité (dont traiteurs)**

Les activités de l'artisanat et du commerce alimentaire de proximité représentent un secteur indispensable à la vie économique et sociale.

Ce sont les boucheries, charcuteries, poissonneries, traiteurs, boulangeries, pâtisseries, glaciers confiseries chocolateries, épicerie, primeurs, détaillants en laiterie, commerces de détail alimentaire sur éventaires et marchés. Ils sont tout à la fois : des centres d'activité commerciale sans comparaison, des pôles d'animation sociale, des gisements d'emplois et des réservoirs de métiers diversifiés porteurs d'avenir.

---

<sup>82</sup> Pour ce qui est de l'amont, on peut évoquer le projet de « TGV fret » vers Rungis : une liaison de courte à moyenne distance entre zones aéroportuaires, pour ce qui concerne le petit et moyen colisage. Elle serait satisfaite au moyen de TGV. Source Actes du Colloque « Nourrir la région Capitale » – 2009 - CERVIA

En Île de France, on compte 23 184<sup>83</sup> entreprises de l'Artisanat et du Commerce alimentaire de proximité, parmi lesquelles :

- 4 546 entreprises de Boucherie, Charcuterie, Poissonnerie, Traiteur, soit 19,60% et près de 15000 salariés ;

- 5 890 entreprises de Boulangerie, Pâtisserie, Glacerie, Confiserie, Chocolaterie soit 25,4% et près de 27 000 salariés ;

- 8 278 Commerces d'Épicerie, de Fruits et Légumes, de Produits laitiers, soit 35,7%, et plus de 20000 salariés ;

- 4 470 Commerces de détail alimentaire sur les marchés et les éventaires, soit 19,3% et 4800 salariés.

*Zoom sur l'activité Traiteur, caractérisée par l'augmentation du nombre de ses établissements*

*A la frontière des secteurs de l'alimentation et de la restauration, le métier de traiteur recouvre des activités différentes. Il est le cuisinier du quotidien et aussi de l'exceptionnel, maître de la préparation du plat du jour comme du plat de fête. Il concocte des plats cuisinés, prêts à être emportés par ses clients ou livrés à domicile. Ce maître d'œuvre peut aussi organiser, sur commande, banquets et réceptions et gérer jusqu'à l'ensemble des services : choix du menu et du mobilier, décoration des plats et des tables, location de salles. Ce secteur d'activité peut être tantôt assimilé à de l'artisanat, à de l'industrie ou même à du service. Le nombre d'établissements a fortement augmenté en 10 ans en Ile-de-France, avec une hausse de 24,8%. Toutefois, cela ne s'est pas traduit par une hausse des effectifs salariés, puisque ceux-ci ont baissé de 1,3%<sup>84</sup>, traduisant une certaine réorganisation du secteur. Le marché francilien étant assez porté sur le haut de gamme et sur les produits prêts à consommer, le contexte est favorable à la progression de l'activité traiteur.*

Ce sont de petites entreprises artisanales, la quasi-totalité employant moins de 20 salariés. 81% d'entre elles comptent 5 salariés et moins, et 41% n'en ont pas.

Dans certains secteurs comme la boucherie/charcuterie, les entreprises peinent à trouver repreneur, ce qui cause de nombreuses fermetures. Globalement, le nombre d'entreprises diminue en même temps qu'elles grossissent en effectif, ce qui a pour effet de les rendre plus difficiles à reprendre pour un jeune.

En 2009, l'artisanat et le commerce alimentaire de proximité totalisaient 66 690 emplois salariés dans la région. L'évolution du nombre de salariés depuis 2007 reste stable et la tendance serait plutôt à la hausse des effectifs salariés par entreprise, ceci malgré une activité économique particulièrement difficile. La répartition par sexe des salariés est de 41% pour les femmes et 59% pour les hommes.

Au niveau national<sup>85</sup>, le secteur se caractérise par une prépondérance des contrats à durée indéterminée (59%) et l'importance du statut d'employé : ce statut concerne pour les ¾ des femmes, les hommes étant pour leur part sur représentés dans la catégorie des ouvriers.

<sup>83</sup> Source INSEE SUSE-SIRENNE 2009, communiquées par la CGAD

<sup>84</sup> Sources : Unedic, Agreste Île-de-France

<sup>85</sup> Etude prospective de la CGAD

En 2008, 10% des emplois étaient tenus par des apprentis, secteur dans lequel l'apprentissage est la voie privilégiée d'entrée dans le monde du travail.

Les salariés sont en dominance à temps complet (63%), les temps partiels étant en majorité occupés par des femmes, (69%) Toutefois, le recours au temps partiel est sensiblement différent entre la vente sur éventaire et marchés ou les traiteurs, la boulangerie, la pâtisserie et la chocolaterie, dans lesquelles il est plutôt faible (moins de 30%).

Quant à la rémunération, 18% des salariés percevaient plus de 2000€ brut par mois, un quart entre 1500 et 1999 euros et un autre quart entre 1000 et 1499 euros. La dernière tranche de rémunération concerne les salariés en apprentissage et les temps partiels.

Les salariés, aux deux tiers d'entre eux, ont moins de quarante ans et le turnover contenu témoigne d'une fidélisation certaine de la main-d'œuvre salariée. Tous secteurs confondus, l'ancienneté varie au global entre 6 et 8 ans.

L'artisanat et le commerce alimentaire de proximité forment un secteur fortement pourvoyeur d'emplois, notamment pour les personnes sans diplôme, ce qui peut être un moyen pour elles de se qualifier par la formation continue. Il est en recherche constante de candidats dans tous les secteurs (pâtisserie, boulangerie, boucherie, poissonnerie etc.). A titre d'exemple, la FBMV, Fédération de la Boucherie et des Métiers de la Viande, estime avoir environ 700 postes à pourvoir sur l'Île de France.

Le système de formation est excellent mais insuffisant pour satisfaire les demandes des entreprises malgré les efforts de CFA et de la CCI. La formation initiale dominante est celle du CAP dans l'écrasante majorité des secteurs<sup>86</sup>.

En fonction du métier, les CFA ont plus ou moins de facilité à remplir leurs effectifs, les moins attractifs étant en particulier ceux de la boucherie/charcuterie et de la poissonnerie. Par exemple, sur l'académie de Versailles, pour une place en CFA boulangerie il y a 3 ou 4 jeunes motivés, alors qu'en boucherie on a du mal à remplir les places.

#### *L'Ecole Professionnelle de la Boucherie*

*A Paris, cette école forme les jeunes au métier de Boucher par la voie de l'alternance. Depuis 1927, elle abrite le CFA des Métiers de la Viande. Le CFA offre à ses apprentis, fille ou garçons, les meilleures conditions pour se former et réussir leurs examens grâce à un environnement accueillant, allié une pédagogie et des équipements de pointe. Le CFA participe au dispositif d'accès à l'apprentissage via des passerelles, courtes ou longues, et des Stages de Découverte et de l'Apprentissage et des Métiers (SDAM). Les candidats bénéficient d'un accompagnement jusqu'à la signature du Contrat d'Apprentissage. Le jeune peut aisément trouver une entreprise à proximité de son domicile grâce à un suivi personnalisé. Age : un jeune de 16 à 25 ans reconnu apte à l'exercice du métier lors de la visite médicale d'embauche (des dérogations d'âge sont possibles).*

Près de 70 diplômes, du niveau V au niveau III permettent d'accéder aux Métiers de l'Alimentation auxquels s'ajoutent les Certificats de qualification professionnelle. 75% des jeunes formés dans les métiers de l'artisanat et du commerce alimentaire de proximité passent par l'apprentissage.

<sup>86</sup> Voir sur le site internet de la CGAD l'ensemble des métiers et des diplômes

Pour ce qui concerne les contrats de professionnalisation, le taux de recours global est comparable à la moyenne nationale, certains secteurs étant au dessus, comme la boulangerie. Le nombre total a progressé de 17% entre 2007 et 2009. Les freins à l'accès des métiers sont connus: méconnaissance ou mauvaise image des métiers auprès des parents et des jeunes, de l'éducation nationale, métiers difficiles, horaires décalés, faibles rémunérations...

De nombreux événements sont organisés pour faire connaître les métiers auprès des jeunes et les orienter :

- visites d'entreprises, interventions dans les collèges et les lycées à l'occasion de la semaine du goût des bouchers, charcutiers et cuisiniers ;
- mise en avant des jeunes avec une sélection départementale, régionale et nationale pour le Meilleur Apprenti France, grâce à un concours organisé par la Société des Meilleurs Ouvriers de France ;
- portes ouvertes dans les CFA permettent aux jeunes de rencontrer les apprentis qui expliquent leur métier dans l'alimentaire au travers des démonstrations ;
- mise à l'honneur des récipiendaires nationaux de 11 métiers de l'alimentation, présentation aux médias et VIP (Rabelais des Jeunes Talents).

Ainsi, lors des Olympiades, le dernier lauréat d'or en pâtisserie était de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Yvelines. Concernant les actions plus généralistes mais qui peuvent promouvoir les métiers de l'alimentaire, on peut citer le Meilleur Ouvrier de France, ou encore les « Arti mobiles<sup>87</sup> », qui circulent actuellement sur l'Île de France.

Des initiatives départementales peu relayées à grande échelle sont conduites comme dans la Chambre des Métiers du Val d'Oise, avec la formation de 15 femmes en partenariat avec Alain Ducasse. La CGAD tient également un site internet destiné spécifiquement aux jeunes et qui donne un aperçu assez détaillé des métiers de l'alimentation<sup>88</sup>.

Comment développer ce secteur ?

Un contrat d'études prospectives a été réalisé<sup>89</sup> sur le champ de l'artisanat et du commerce alimentaire de proximité en 2011. Il en ressort que c'est en puisant dans la richesse de son savoir faire, en tirant le meilleur du traditionnel et de la qualité, en faisant appel aux nouvelles technologies, que le secteur doit préparer son futur.

En effet, le contexte change :

- il s'agit de s'adapter aux nouvelles exigences nutritionnelles des consommateurs et à leurs attentes en termes de service, tout comme à la modification des besoins liées aux évolutions démographiques (familles monoparentales) et sociétales (différences entre générations, augmentation du nomadisme) ;

---

<sup>87</sup> Voitures adaptées pour faire des démonstrations diverses dans les collèges, sur les métiers de l'artisanat

<sup>88</sup> [www.metiersdelalimentation.fr](http://www.metiersdelalimentation.fr)

<sup>89</sup> Pour la CGAD et l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications dans les métiers de l'alimentation

- en parallèle, il faut réussir à contrer les offensives des grandes enseignes, qui déploient dans les centre-ville des produits alliant praticité, service et qualité, ce qui concurrence en partie les artisans et commerces de proximité. Sans compter la concurrence des automates de distribution, comme par exemple le nouveau terminal de cuisson automatique, en cours d'implantation en Ile-de-France, qui peut délivrer une baguette pour 1 €, à toute heure du jour et de la nuit ;

- également, il devient impératif de s'organiser pour peser davantage dans les négociations face à la concentration des acteurs en amont de la filière, ce qui conditionne aussi l'accès à une grande diversité des produits, parfois conditionnés à des volumes importants ;

- les évolutions technologiques n'épargnent pas le secteur : attente du consommateur en terme d'information sur le lieu de vente, étiquettes informatisées, e-commerce etc... ;

- les évolutions réglementaires et fiscales vont pousser les entreprises du secteur à progresser en termes de sécurité pour le personnel mais aussi en termes de sécurité et de traçabilité des produits ;

- les politiques d'aménagement du territoire et de redynamisation des centres-villes et des zones commerciales rurales devraient aider à redessiner positivement l'avenir du secteur.

Selon la CGAD, afin de répondre à ces nouveaux défis, la profession doit s'organiser et former son personnel :

Afin d'optimiser la rentabilité des établissements, il convient de rechercher une plus grande souplesse dans l'organisation du travail : modulation de présence de certains salariés très qualifiés les jours creux, en recherchant une plus grande polyvalence pour accomplir des tâches plus diversifiées et plus valorisantes. Cela suppose une plus grande confiance du manager pour déléguer des responsabilités. Afin de mieux maîtriser les contraintes réglementaires, le développement des nouvelles technologies, le besoin de conseil des consommateurs, le recrutement de compétences spécifiques et pointues va se développer. L'enrichissement des compétences des salariés est une condition importante du développement du secteur : les salariés maîtrisent les savoirs du cœur de métier, en revanche, la capacité à mettre en scène les produits sur la base de connaissances plus approfondies de leur originalité, de leur qualité, de leurs conditions de fabrication sont des compétences clefs de demain. L'accueil, le savoir-faire relationnel sont des enjeux incontournables de la réussite, il s'agira d'aller encore plus loin dans l'établissement de relations personnalisées et de qualité avec le client. C'est pourquoi il faut sensibiliser et professionnaliser les chefs d'entreprise à la gestion de leurs ressources humaines. Enfin, il faut adapter l'offre de formation et ses modalités d'accès aux besoins essentiels des professionnels.

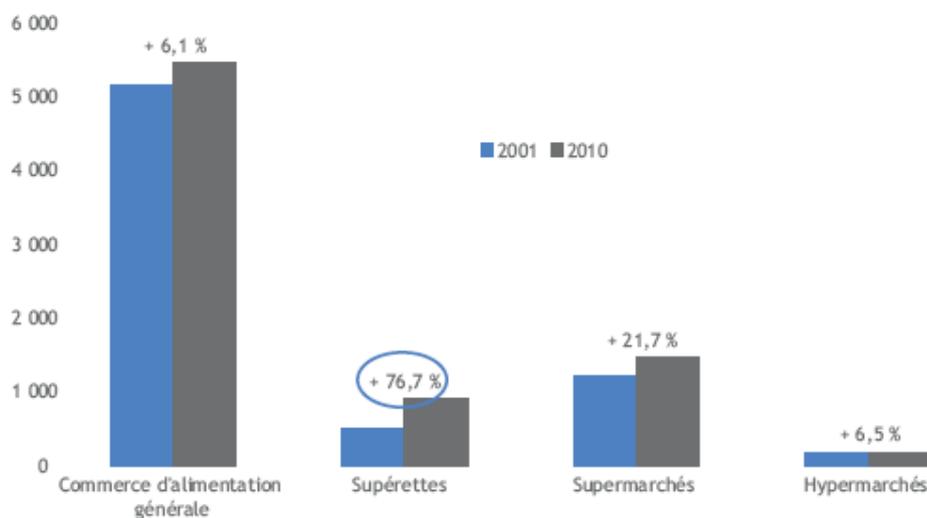
## 6.5 - La Grande Distribution

La grande distribution est bien implantée en Ile-de-France. Selon le CROCIS, en 2010, les hypermarchés franciliens sont environ 180 et les supermarchés près de dix fois plus nombreux (1500). A elle seule, la région concentre près d'un quart des centres commerciaux du pays. La grande distribution d'alimentation générale détient les 2/3 de la distribution alimentaire en Ile-de-France<sup>90</sup>. Cette part varie selon le type de produits.

« En 2010, l'Île-de-France dispose de près de 7 millions de m<sup>2</sup> de grandes et moyennes surfaces (GMS), dont 36,6 % concernent des magasins alimentaires. Les GMS distribuent notamment 62 % des fruits et légumes. Le reste est fourni par les détaillants (21 %), la restauration hors foyer (13 %) et 4 % directement par les producteurs ».

Source IAU Note Rapide n°535 Février 2011

Le CROCIS estime que les grandes surfaces alimentaires ont perdu de leur attractivité et se sont révélées moins dynamiques que l'ensemble du commerce : dans un souci de maximisation du temps, les consommateurs ont fait le choix de la proximité. Voir le graphique ci-dessous<sup>91</sup>, qui présente l'évolution du nombre de commerce alimentaire par type de commerce en Ile-de-France entre 2001 et 2010.



Source : INSEE - SIRENE

Cette tendance s'est clairement traduite par un renforcement du nombre de supérettes, surtout à Paris et dans les départements limitrophes.

Dans la région, les hypers et supermarchés emploient près de 83 000 salariés en Ile-de-France en 2010 (pour 545 000 au total en France). » Ce qui représente environ 24% de l'emploi total régional dans le commerce de détail.

<sup>90</sup> Source IAU, sur base Insee et comptes du commerce

<sup>91</sup> CROCIS Enjeux n°148

Toujours selon le CROCIS, l'emploi salarié a augmenté sensiblement lors des dix dernières années en Ile-de-France (+ 9,5 %), surtout dans les supérettes (+ 68,7 % entre 2001 et 2010) au détriment des hypermarchés (-1,6%).

Soumis à un turn-over important, en particulier sur les emplois les moins qualifiés souvent caractérisés par une forte pénibilité, le secteur recrute de façon constante.

*Selon le Carif-Oref : au niveau national, « la grande distribution emploie une main d'œuvre plutôt jeune (la moyenne d'âge est de 37,5 ans) et fortement féminisée (les femmes représentent les 2/3 des effectifs). Un emploi sur trois est à temps partiel. Les ouvriers, employés et personnels de livraison représentent 84 % des emplois. Si le secteur regroupe quelque 150 métiers différents, hôtesses de caisse et employés commerciaux constituent la moitié des emplois proposés. Le diplôme le plus recherché par les enseignes est le CAP. Mais le secteur recrute des profils variés, de la personne sans qualification (qui sera intégralement formée en interne) jusqu'au diplômé bac + 5. Les CAP sont appréciés pour les postes de vendeurs, notamment pour le rayon frais (boucherie, boulangerie, poissonnerie) ; les BTS et DUT permettent traditionnellement d'accéder aux fonctions de manager de rayon ; les masters et diplômes d'école de commerce sont requis pour les postes d'encadrement et les fonctions transversales (marketing, achats, logistiques, etc.). 14 % des salariés de la grande distribution travaillent de nuit ou le dimanche de façon régulière. Chaque année, la grande distribution propose plus de 15 000 recrutements en alternance (contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation) : les jeunes sont les premiers bénéficiaires de ces dispositifs.*

*Fidèle à sa réputation, la grande distribution continue d'offrir de vraies opportunités de carrière par le biais de la promotion interne. Un vendeur déterminé peut, par exemple, devenir manager de rayon, puis chef de secteur... à condition d'être résistant au stress, mobile géographiquement et prêt à travailler sans compter ses heures. Selon une enquête publiée en septembre 2009 par le magazine LSA, 25 % des managers de rayon des 5 premières enseignes françaises de grande distribution travaillent entre 51 et 60 heures par semaine !*

*Les cadres ont également la possibilité d'embrasser des carrières internationales, par exemple autour d'un projet d'ouverture d'un nouveau point de vente à l'étranger. Mais seuls les meilleurs candidats sont retenus ! ».*

En Ile-de-France, la grande distribution est très féminisée. Elle observe une progression relative de son nombre de demandeurs d'emplois (+3,7% sur la dernière année<sup>92</sup>).

L'enquête nationale sur les salaires montre une stagnation sur un an, sachant que le passage aux 35 heures avait développé le travail à temps partiel soit un temps de travail de 30 heures par semaine. La seconde observation sur les horaires pose la question sur le travail du dimanche ; question traitée par des commissions départementales d'aménagement commercial.

Si la grande distribution regroupe quelque 150 métiers différents, hôtesses de caisse et employés commerciaux constituent la moitié des emplois proposés. Les hôtesses de caisse sont recrutées localement, souvent à temps partiel (30 heures) et en CDD. Les employés commerciaux sont souvent des jeunes diplômés BAC+2 de formation commerce. Le nombre d'offres d'emploi non satisfaites est constant et il y a pénurie de candidats. De nombreux emplois non satisfaits concernent aussi les métiers de bouche.

---

<sup>92</sup> Source pôle emploi

Pour la boulangerie (la grande distribution détient 35% des parts de marché en France) et la boucherie (3% de l'emploi de grande distribution en France), elle recherche en permanence des ouvriers comme des chefs d'équipe et des chefs de fabrication. Selon le rapport de branche 2008 de la FCD<sup>93</sup>, plus d'une enseigne sur 3 affirme avoir des difficultés à recruter les bouchers dont elle a besoin. S'agissant de la poissonnerie, les rayons spécialisés des GMS font une concurrence très rude aux poissonneries de proximité<sup>94</sup>, pour lesquelles il devient de plus en plus difficile d'assurer la rentabilité de leur point de vente. Le produit est devenu très cher pour les consommateurs, qui du coup exigent une qualité irréprochable. Or, il est de plus en plus difficile de trouver du personnel qualifié, notamment pour « fileter » le poisson. C'est pourquoi toutes les enseignes de grande distribution recrutent régulièrement des poissonniers, même débutants, et des chefs de rayon expérimentés.

En conclusion, le secteur de la grande distribution alimentaire en Ile-de-France, même s'il est en évolution en raison notamment des nouvelles technologies qui modifient les comportements d'achat, reste un secteur fort et un secteur qui recrute. De nombreux métiers en tension recoupent ceux d'autres secteurs de la filière agroalimentaire, et nécessitent qu'on étudie des solutions concertées : les métiers de bouche, du commerce et de la logistique en particulier.

## 6.6 - La restauration

La difficulté de l'analyse réside dans le fait que les statistiques disponibles regroupent généralement le secteur de la restauration et de l'hôtellerie, ce dernier n'étant pas inclus dans la filière agroalimentaire. Il se trouve en effet que le dynamisme du secteur de la restauration est directement lié à celui de l'hôtellerie et en particulier de l'hôtellerie haut de gamme, un des moteurs de l'économie touristique. Selon le FAFIH<sup>95</sup>, la région Ile-de-France se situe au 1<sup>er</sup> rang des régions françaises pour sa capacité hôtelière, avec 23 060 hôtels classés de tourisme et 150 000 chambres<sup>96</sup>. Paris est la capitale où les dernières grandes chaînes hôtelières viennent de s'installer (Shangri-La, Mandarin, Peninsula). De ce fait, l'ensemble de nos grandes chaînes hôtelières ont dû faire des travaux très importants afin de rester compétitifs. A ce jour, le Royal-Monceau, le George-V, le Bristol, le Meurice, le Prince de Galles ont fini leurs travaux. Le Ritz, le Crillon, le Plaza-Athénée sont ou seront prochainement en travaux, l'ensemble de ces établissements haut de gamme devant se mettre en conformité avec les nouvelles normes pour accueillir les handicapés. S'agissant du parc hôtelier de 2 et 3 étoiles, les nouvelles directives imposées risquent néanmoins de provoquer la fermeture de certains hôtels qui n'ont pas l'apport financier pour se moderniser et d'autres, que la structure du bâtiment ne permet pas de faire les travaux demandés. Mais globalement ce secteur offre de belles perspectives, avec notamment le Plan Hôtelier de la ville de Paris, qui prévoit création de 3 600 chambres d'hôtel d'ici 2018, soit une augmentation de 4,7% du parc actuel. A noter que si Paris représente aujourd'hui la moitié des capacités d'accueil régionales, son poids relatif diminuera à l'avenir, en raison de programmes de développement en périphérie.

---

<sup>93</sup> La Fédération du Commerce et de la Distribution

<sup>94</sup> Au niveau national, supermarchés et les hypermarchés détiennent 78 % des parts de marché du poisson frais en France. Source Les metiers.net

<sup>95</sup> L'OPCA de l'industrie hôtelière, de la restauration et des activités de loisirs

<sup>96</sup> Elle compte 23 489 établissements avec salariés<sup>96</sup> et 13 073 établissements sans salariés<sup>96</sup>

On peut citer entre-autres le Val d'Europe, en Seine et Marne, qui se fixe l'objectif de tripler le nombre de ses chambres d'hôtel (soit +15 000) à proximité du parc Disney, d'ouvrir les Villages Nature (+7 000 unités d'hébergement en 2016), de créer un centre de congrès 40 000m<sup>2</sup> à proximité de la gare TGV/RER de Chessy-Marne la Vallée), et aussi de monter un « Cluster tourisme » visant à faire émerger une filière d'enseignement supérieur et de recherche dédiée aux métiers du tourisme (en forte interaction avec les entreprises).

Ces projets auront nécessairement un impact positif sur l'emploi dans le secteur de restauration, tout comme celui de l'hôtellerie et du tourisme en général.

Dans une note récente<sup>97</sup>, l'URSSAF estimait qu'en juin 2012 le secteur de l'hôtellerie – restauration regroupait 289 000 salariés, soit 6,4% des effectifs franciliens. Compte-tenu du dynamisme de l'économie touristique francilienne, le CARIF-OREF estime que 24 000 emplois seront à pourvoir d'ici 2030, ce qui représenterait une augmentation de 8,3%<sup>98</sup> en moins de 20 ans. Peu de secteurs affichent de telles perspectives.

La répartition des effectifs se fait pour 20,9% dans l'hôtellerie et 79,1% dans la restauration. Entre le second trimestre 2011 et le second trimestre 2012, les effectifs de la restauration ont augmenté de 2%. Ces ratios ne prennent pas en compte les offres d'emploi non satisfaites (OENS) compte-tenu des difficultés de recrutement. Si l'on prend les OENS enregistrées depuis longtemps à Pôle Emploi, on doit ajouter 1066 emplois (donnée de décembre 2012), soit environ 0,5% de l'effectif actuel. Tout porte à penser que ce chiffre est sous-estimé.

Dans ce secteur, un emploi sur deux est dédié à l'accueil et au service de la clientèle<sup>99</sup>. Les emplois en cuisine sont également nombreux. La restauration se caractérise par une forte saisonnalité, avec un poids des postes saisonniers dans l'ensemble des postes rémunérés de 7% en hiver et de 14% en été<sup>100</sup>.

L'enquête sur les besoins de main d'œuvre en 2012, établie par Pôle Emploi pour Paris, recense tous les projets de recrutement sur l'année dans la capitale. Elle permet de connaître les emplois pour lesquels les recrutements sont en tension et où l'effort public doit porter particulièrement en matière d'aide au recrutement, augmentation des salaires et de ciblage de la formation.

---

<sup>97</sup> Com-229-1 - (11.12), URSSAF, Novembre 2012

<sup>98</sup> Chiffres provisoires «étude prospective » en octobre 2012

<sup>99</sup> Livre Blanc de Régis Marcon – L'alternance dans la restauration – juin 2011

<sup>100</sup> Source FAFIH, année 2007 / France entière 5% en hiver et 19% en été

Libelle du Métier	Projet de recrutement	Difficultés à recruter
Polyvalent, crêpes, pizza, plonge	5722	19,4%
Serveurs de café, restaurant, commis	3894	38,1%
Employées de l'hôtellerie	1110	37,6%
Chefs cuisiniers	248	32,7%
Cadres hôtellerie restauration	139	74,4%
Maitrise hôtellerie par étage	119	91,3%
Boulangers pâtisseries	100	59,3%
Bouchers	69	84,3%
Vendeurs en produits alimentaires	785	28,4%
Maitre d'hôtel sommeliers	294	50,2%
Apprentis en alimentaire	274	39,9%
Charcutier, traiteur	34	100%

Cette étude recense 94 507 projets de recrutement tous métiers confondus, sur l'ensemble du marché du travail. La part moyenne des projets difficiles de recrutement est de 34,6%, et la part de saisonnier est de 12,5%. Cette moyenne de 34,6% est supérieure à la moyenne nationale et tous les emplois au-dessus de 30% peuvent être considérés comme des recrutements difficiles. La lecture de ce tableau montre que pour l'hôtellerie-restauration, 11 métiers sur 12 sont en tension. Ce sont des métiers porteurs d'emploi.

En Ile-de-France, le salaire moyen par tête dans la restauration est de 1725 €. Il est très inférieur à celui de l'ensemble du secteur des services (3 030 €), même s'il est en progression (+1,3% en un an, à juin 2012). La faiblesse des salaires pose de nombreux problèmes d'accès à l'emploi car les candidats, qui résident souvent en banlieue où les logements sont moins onéreux, se trouvent éloignés des établissements recruteurs, qui pour moitié se situent dans Paris intra-muros. Le système de transport en commun n'offre pas de solutions satisfaisantes pour les salariés qui doivent rejoindre leur domicile, mal desservi, en pleine nuit, après le service du soir. A ces difficultés s'ajoutent celles du mode de garde des enfants.

Les dernières tendances montrent que, les intentions d'embauche en CDI ou « CDD long » reculent, alors que les « CDD courts » augmentent, mais les contrats en CDI restent la grande majorité.

Enfin, il est à noter qu'une part de l'emploi dans le secteur est assurée par le « travail dissimulé », sans que l'on puisse en mesurer le poids exact.

Pour la formation initiale aux métiers de l'hôtellerie-restauration, l'Île-de-France compte 30 établissements scolaires et 44 CFA, auxquels s'ajoutent les 30 centres accrédités pour les CQP sectoriels (qui viennent enrichir de manière importante pour des métiers peu couverts par l'enseignement professionnel). Pour l'année scolaire 2008-2009, on avait 12 358 inscrits en Île-de-France, dont 46% en apprentissage (divers CAP) et 54% en établissement scolaire (BEP et Bac Pro). L'offre de formation est moins abondante en grande couronne qu'en petite couronne et Paris, ce qui est logique compte-tenu de la géographie des emplois, mais qui peut poser un problème d'éloignement des lieux de résidence des inscrits. L'essentiel des formations concerne les métiers de la restauration traditionnelle<sup>101</sup>. Selon la FAFIH, chaque année, plus de 5100 personnes achèvent des formations qui les destinent à entrer comme salarié dans un établissement du secteur (1750 scolaires, 2 400 apprentis, 600 CQP et 300 stagiaires). Cet effectif serait globalement compatible au regard du nombre d'établissements recruteurs dans la région.

Selon le Synhorcat<sup>102</sup>, si tous les jeunes formés pour l'hôtellerie restauration restaient dans ce secteur, il n'y aurait pas la pénurie que les établissements recruteurs connaissent actuellement. Or, une partie des diplômés partent travailler à l'étranger (par exemple aux États-Unis, où ils sont très appréciés pour leur formation et où les salaires sont supérieurs), se tournent vers le secteur du commerce en tant que VRP, ou bien quittent tout simplement la profession car leur vie personnelle n'est plus compatible avec les horaires de travail.

On peut noter une divergence de vue entre les établissements de formation et les établissements recruteurs. Les premiers essayent du mieux possible de former les jeunes issus de la « génération Y »<sup>103</sup>, dont les attentes sont parfois assez éloignées des réalités du marché du travail, et ce dans un cadre budgétaires relativement restreint, qui d'ailleurs n'est pas toujours lié au taux de placement réel des diplômés dans les entreprises<sup>104</sup>. Ils constatent que de nombreux établissements employeurs ne savent pas accueillir leurs jeunes dans des conditions favorables. C'est pourquoi le Livre Blanc de Régis Marcon préconise la labellisation des entreprises pour la qualité d'accueil des publics en formation autant que pour leurs pratiques managériales et professionnelles. Mais ce genre de dispositif peut s'avérer très lourd à mettre en œuvre et à pérenniser.

De leur côté, les établissements de restauration déplorent souvent le manque de motivation des candidats pour le métier auquel ils postulent, ce qui pose la question de l'orientation professionnelle, afin que l'on ne conduise pas dans cette voie les élèves les plus en difficulté et les moins ambitieux pour leur avenir.

---

<sup>101</sup> On peut déplorer un déficit de formation aux métiers de l'hébergement et de la restauration collective qui pourrait porter préjudice au dynamisme global du secteur

<sup>102</sup> D'après les études du FAFIH

<sup>103</sup> La génération Y regroupe des personnes nées approximativement entre 1982 et 2002 et qui ont grandi dans un monde où l'ordinateur personnel, le jeu vidéo et l'Internet sont devenus de plus en plus importants et accessibles

<sup>104</sup> La Région Île-de-France verse une subvention de fonctionnement aux CFA calculée comme suit : nombre d'apprentis X nombre d'heures de formation X coût horaire voté par les élus = base « subventionnable » à laquelle un coefficient est appliqué en fonction de la situation financière et des autres ressources (notamment la taxe d'apprentissage principalement) du CFA concerné

Egalement, ils soulignent le grand nombre de candidats qu'ils rencontrent, auxquels il manque des compétences qu'ils considèrent comme basiques au métier, ce qui les rend parfois très critiques vis-à-vis des organismes de formation<sup>105</sup>. Bien souvent, ils considèrent leur métier comme une passion, laquelle ils ont un profond désir de transmettre. Aussi, si un jeune montre sa grande motivation au travail, ils seront prêts à investir du temps et de l'énergie pour le former, même si celui-ci n'a pas la formation adéquate au départ.

Par ailleurs, Pôle emploi a mis en place des équipes dédiées aux secteurs de l'hôtellerie-restauration-café, et rappelle que le canal de communication représenté par ces équipes est insuffisamment exploité par la profession.

Tout ceci montre qu'il est nécessaire que les différents acteurs du secteur de la restauration travaillent davantage ensemble. Tout d'abord sur le terrain, pour rapprocher l'offre d'emploi de la demande. Des initiatives concrètes, comme celle de la Jeune Chambre Economique de Paris, « un job presque parfait<sup>106</sup> », montrent qu'en accompagnant des binômes constitués d'un jeune et d'un restaurateur, et en clarifiant les engagements mutuels, la réussite de l'intégration en poste se fait beaucoup mieux. Egalement par la POE (Préparation Opérationnelle à l'Emploi)<sup>107</sup>, on parvient à donner les clés d'un métier en quatre mois à un candidat, et souvent à l'insérer très rapidement dans l'emploi. Mais ceci ne suffit pas et il faut aussi que les acteurs se coordonnent pour agir bien plus en amont, en travaillant sur l'image du secteur dans l'objectif d'en augmenter l'attractivité des métiers auprès des jeunes, mais aussi pour créer une filière d'excellence et faire montrer en compétence<sup>108</sup> les nouveaux diplômés, en particulier : en compétences de service, en compétences managériales, en connaissance des nouvelles technologies et en polyvalence. S'il est vrai qu'aujourd'hui, le diplôme est de plus en plus incontournable, en raison du niveau d'exigence de la profession et de la variété des compétences requises (même pour des postes de service en salle), il devient nécessaire de réviser en profondeur des formations actuelles, qui s'éloignent progressivement des réalités en forte mutation des métiers, et qui restent trop cloisonnées, ne permettant pas suffisamment la mobilité inter-secteurs. Par exemple, il existe des compétences communes aux métiers de serveur en restaurant et au métier d'agent commercial. Ainsi, le livre blanc de Régis Marcon affirme que « la formation au service en salle tirerait grand bénéfice de contenus de formation axés spécialement sur la communication et la vente, avec une initiation aux produits (provenance, qualité...), à l'exemple du vin qui fait l'attrait du métier de sommelier ». Par ailleurs, il affirme que « la diversité des activités de restauration impose de définir et d'établir le socle professionnel commun des compétences et des connaissances<sup>109</sup>. » C'est pourquoi il propose la création d'un « Livret de Compétences », qui permettrait d'améliorer l'adhésion des apprenants à la formation, et aux employeurs de mieux identifier les atouts du candidat.

---

<sup>105</sup> Selon le portrait sectoriel de la FAFIH, 2011 : au niveau national, on ne retrouve que 56 % des jeunes formés aux métiers de la restauration ou de l'hôtellerie dans les entreprises du secteur trois ans après leur sortie de formation (-8 % en 3 ans), et 64 % des jeunes présents dans les entreprises du secteur n'ont eu aucune formation initiale spécifique aux métiers du secteur

<sup>106</sup> Action en partenariat avec le CRT et la Mission Locale de Paris, sur un public de jeunes sans qualifications

<sup>107</sup> Dispositif « certifiant » (pas diplômant) consistant en 3 mois de cours théoriques et 1 mois de stage. Moyenne d'âge du public en restauration : 30 à 35 ans. Postes : Commis de cuisine et serveur. Organismes de formation : les CFA. Possibilité de poursuivre par un Contrat de Professionnalisation (6 mois), qui lui est diplômant

<sup>108</sup> Voir le portrait sectoriel du FAFIH, 2011

<sup>109</sup> Suite citation : « L'identification de ces compétences clés permettrait alors une plus grande individualisation des parcours de formation par une meilleure prise en compte des acquis des apprenants. Une telle approche offrirait également la possibilité d'identifier des situations à corriger comme celles relevant de l'illettrisme »

Enfin, pour améliorer la qualité des formations, il devient indispensable de renforcer la formation continue des enseignants, mais aussi des tuteurs en entreprise, comme le montre le récent « permis de former » créé pour les contrats en alternance<sup>110</sup>. Ces démarches gagneraient à être renforcées.

Les diplômes les plus demandés sont les CAP Service, le CAP Cuisine, le Bac Pro Cuisine et le Bac Pro Commercialisation et services en restauration.

Compte tenu du fait que la restauration appartient à la fois à la filière agroalimentaire et à la filière tourisme, il est aussi déterminant de miser sur l'exemplarité en termes d'hospitalité. Il faut travailler à améliorer la qualité des emplois et à fidéliser les salariés. Car l'exemplarité en matière de valorisation des salariés conduira à rendre les établissements plus accueillants, et à rendre la destination touristique Ile-de-France encore plus recherchée. Le Comité Régional du Tourisme tente de faire valoir cette vision, qui tirerait tout le secteur de l'accueil touristique vers le haut<sup>111</sup>.

Si une telle démarche de fond n'est pas entreprise, entre autre grâce aux pouvoirs publics, la filière agroalimentaire, ainsi que la filière touristique, risquent de s'en trouver impactées. Par exemple, la baisse du niveau de qualification du personnel dans les cuisines des restaurants peut s'accompagner d'une baisse de la qualité gustative de l'assiette. Les grands groupes industriels s'engouffrent dans la brèche en développant une gamme de produits semi-finis ou finis pouvant être utilisés directement en cuisine. Grâce à des procédés innovants utilisant entre autres le sous-vide, on peut obtenir des résultats satisfaisants. C'est pourquoi, dans les restaurants parisiens, il est de plus en plus fréquent d'utiliser des produits achetés (souvent des sauces en sachet, comme par exemple, le « fond de veau »), au lieu de les préparer sur place. On voit bien ici que la tradition n'est plus tout à fait au rendez-vous. Si la France tient à son patrimoine gastronomique et à sa valorisation, il y a là un enjeu véritable.

Comme nous l'avons esquissé dans la partie 2.2.4 de ce rapport, les questions de rentabilité et d'emploi des établissements de restauration varient selon leur type. La situation est plus difficile pour les restaurants traditionnels et les débits de boisson, qui doivent diversifier leurs activités, que pour la restauration rapide. En termes d'emploi également, les niveaux de qualification et les salaires sont disparates: en restauration traditionnelle, un cuisinier est un professionnel diplômé, ayant souvent de hautes qualifications, et dont la rémunération est comparable à d'autres métiers de pointe, tandis qu'en restauration rapide les salariés sont plutôt peu qualifiés et les grilles de salaire basses.

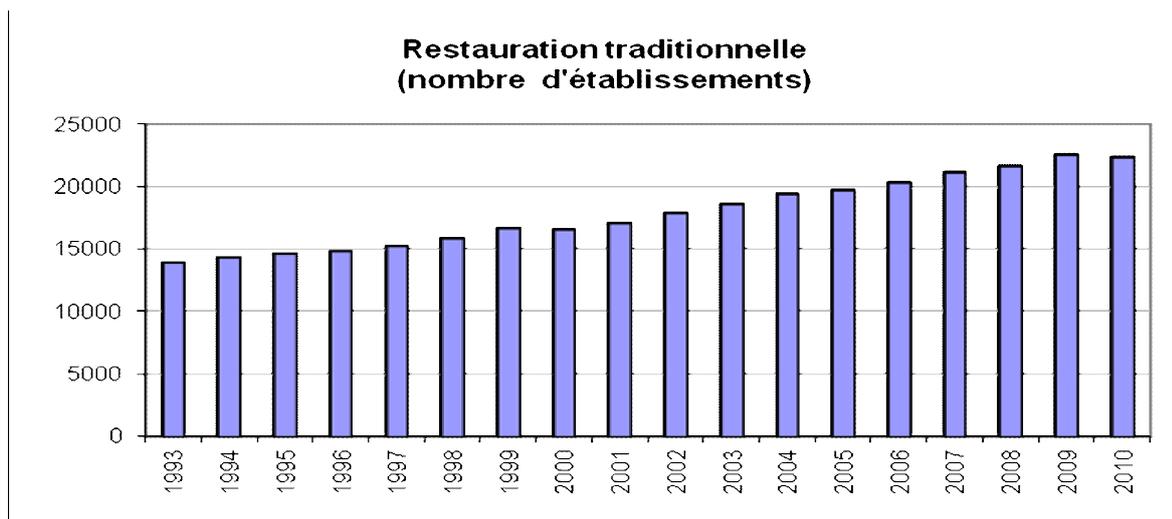
### **6.6.1 - La Restauration traditionnelle enregistre une forte croissance**

Le tableau ci-dessous montre une progression du nombre des établissements depuis 1993 dans la restauration traditionnelle en Ile-de-France. Ils passent de 17 063 en 2000 à 22 327 en 2010, soit une augmentation de plus de 35%.

---

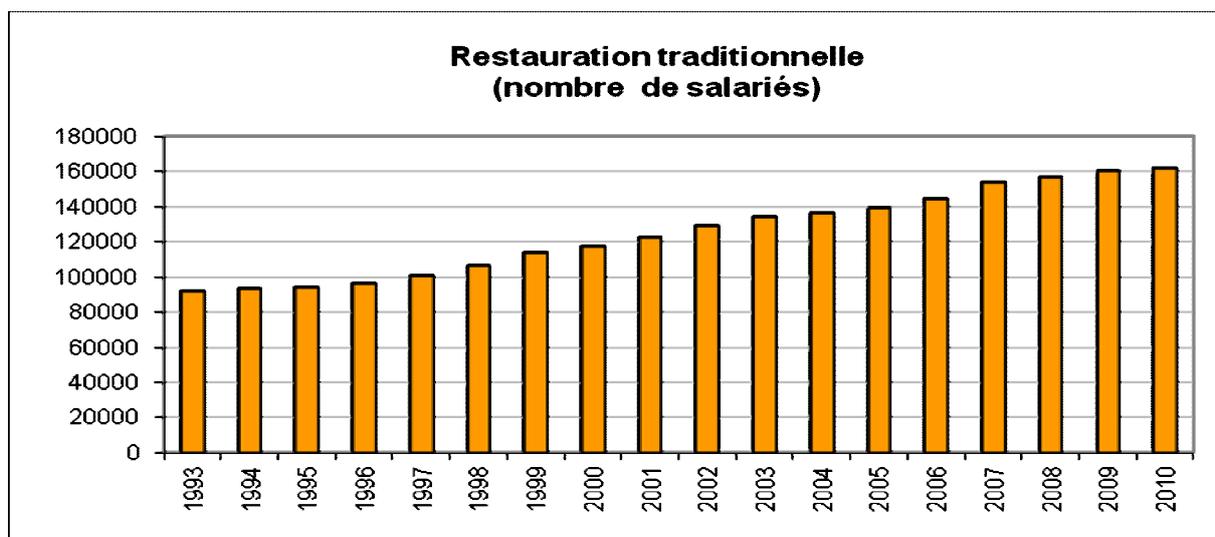
<sup>110</sup> Mission Marcon : le Permis de former doit couvrir la formation des tuteurs déjà obligatoire pour les contrats pros et la formation obligatoire pour les maîtres d'apprentissage

<sup>111</sup> Il travaille en particulier à constituer un référentiel de compétences communes à tous les métiers de l'accueil et cherche à développer dans les formations, les compétences « contact » et « information » afin que le touriste se sente à la fois écouté, compris et guidé. Ceci vaudrait aussi pour le personnel des restaurants



Source DARES

Les effectifs de la restauration traditionnelle, montrent également une progression, de 38%, en passant de 117 470 en 2000 à 162 146 en 2010, progression beaucoup plus élevée que dans les autres régions de France.



Source DARES

Toutefois, on constate un « turn over » important et difficilement maîtrisable. Ces rotations sur les emplois qualifiés sont une difficulté pour les entreprises, elles sont aussi la conséquence de l'organisation de la profession où l'on s'engage pour la saison, voire pour la journée, et montre aussi un déficit du nombre des salariés qualifiés.

Malgré son dynamisme, un certain nombre de difficultés économiques pèsent sur le secteur, et en particulier en Ile-de-France où la pression foncière est croissante. C'est pourquoi la diversification des activités, même à l'échelle d'un restaurant, peut s'avérer salutaire : les avantages sont à la fois d'accroître le chiffre d'affaire, de partager les risques sur plusieurs types de clientèles, et de pouvoir lisser la charge de travail des salariés sur plusieurs tâches, afin de proposer des contrats continus plutôt qu'avec coupures horaires liées aux heures de service des repas. Un restaurateur parisien du boulevard Haussmann a ainsi développé, en complément de la partie restauration et « snacking » de luxe, une gamme de produits à base de pomme (jus, confitures, compotes...), qu'il vend sur place ou à distance. Ainsi, les salariés en charge du service du déjeuner peuvent s'occuper de préparer les pots de produits et les commandes à expédier dans l'après-midi. Ils disposent d'un contrat avec horaires continus, en journée. Le service du soir est assuré par d'autres salariés.

Pour soutenir la restauration traditionnelle, fleuron de la gastronomie française, il est indispensable de travailler sur l'attractivité du secteur et la valorisation des métiers, d'apporter des solutions au problème de logement des salariés à proximité de leur lieu de travail, et de développer au maximum des emplois en CDI.

### **6.6.2 - La restauration rapide monte en flèche**

On entend par restauration rapide (code NAF 55.3B) la fourniture au comptoir d'aliments et de boissons à consommer sur place ou à emporter, présentés dans des conditionnements jetables.

La restauration rapide tire profit de la crise en Ile-de-France, qui, selon le CROCIS, est une zone privilégiée d'implantation, car on y trouve 23 % des établissements Français. Depuis 10 ans, la croissance est continue en nombre d'entreprises créées, soit en franchise soit en gestion directe. La région compte 13 220 entreprises et son nombre a augmenté de 74 % entre 2000 et 2010. Trois départements attirent la majorité des établissements : Paris (39%), Seine-Saint-Denis (14%), et les Hauts-de-Seine (11%).

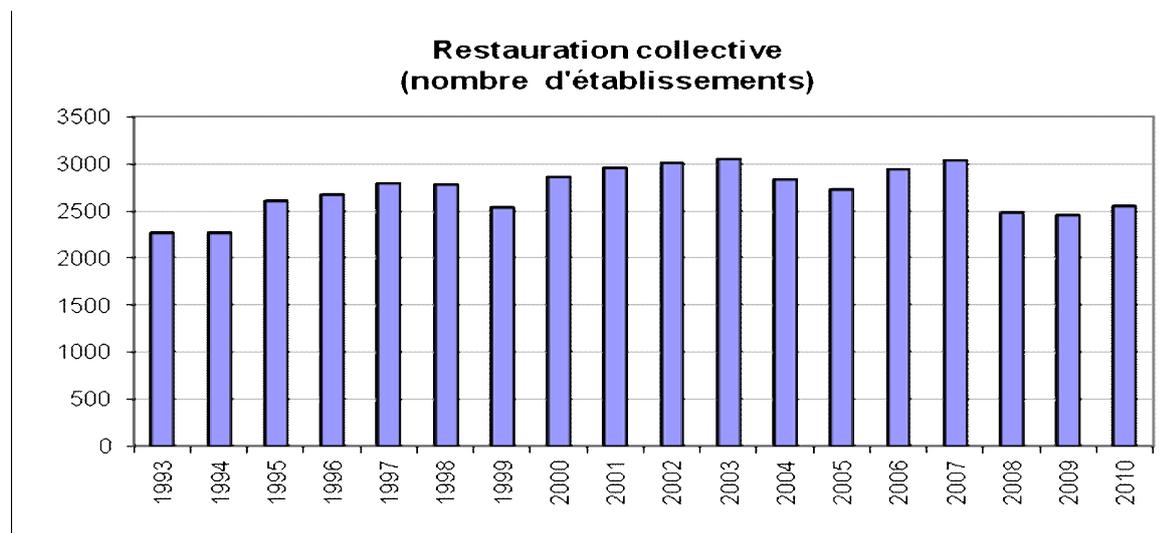
Ceci s'explique par le nombre croissant de repas pris hors domicile : plus de 30% en Ile-de-France. En effet, les modes de vie évoluent de telle manière que le temps disponible pour les repas se réduit, et la mobilité croissante pousse au « nomadisme alimentaire ». Enfin, le prix des repas à emporter est moins élevé que dans un restaurant traditionnel.

Le secteur de la restauration rapide déjà hyperconcurrentiel avec des sociétés spécialisées, voit encore arriver de nombreux établissements de la filière agroalimentaire, qui ne sont pas sur ce segment au départ: des boulangers, des traiteurs (et même des restaurateurs traditionnels) se mettent à proposer des produits transportables à consommer sur place ou à emporter. La distribution se fait au comptoir ou sur la rue, et également au travers d'automates. Elle nécessite des petites surfaces par rapport à la restauration classique.

La restauration rapide compte en moyenne 0,2 salarié là où la restauration classique compte 4,5 salariés. L'effectif actuellement employé en Ile-de-France est de 50 000 salariés soit 41 % des effectifs Français du secteur, et est en augmentation constante. Le turnover est particulièrement élevé dans la restauration rapide (80%). Ce secteur a moins de difficultés à recruter que la restauration classique ou encore les cafés. En effet, elle propose une grande souplesse dans les conditions d'emploi qui convient bien aux jobs étudiants. Enfin, le niveau de qualification requis est faible, comparativement à ceux demandés en restauration traditionnelle.

### 6.6.3 - La restauration collective est beaucoup plus contrastée

Malgré une certaine fluctuation à la hausse et à la baisse d'années en années, depuis dix ans, on constate une réduction globale du nombre d'entreprises (-11%), qui sont 2 553 en 2010, et du nombre de salariés (-8%), qui sont 35 273 en 2010. Cette évolution est liée à des regroupements d'entreprises, qui continuent d'ailleurs à s'opérer.



Source DARES. CROCIS .DIRECTE

Ce secteur également très concurrentiel peine à se développer, et n'est pas porteur en terme de recrutement dans les années à venir.

### 6.6.4 - Les débits de boisson et les cafés-tabac

Les débits de boisson et les cafés-tabac connaissent un déclin régulier d'années en années<sup>112</sup> :

Les cafés tabac (code NAF 55.4A) fournissent des boissons à consommer sur place. Ils tiennent un bureau de tabac, avec ou sans loto ou PMU. Ils ne proposent pas de restauration. Ils sont passés de 1568 établissements en 2000 à 1298 en 2006 de 17% en 6 ans.

Les débits de boisson (code NAF 55.4B) correspondent aux cafés, bars, bars d'ambiance et autres établissements fournissant des boissons à consommer sur place et sans restauration. Leur nombre est passé de 2792 établissements en 2000 à 2053 en 2006, soit une baisse de 26,5% en 6 ans.

<sup>112</sup> Les données disponibles sont basées sur les anciens codes NAF. Ceux-ci ayant changé en 2008 sans correspondance possible, nous avons préféré conserver les données antérieures à cette date, pour montrer la tendance du secteur

Cette baisse spectaculaire, qui continue à s'opérer, est davantage due à des cessations d'activité qu'à des défaillances.

Les cafés-tabac et les débits de boisson restent majoritairement le fait d'entrepreneurs individuels, la plupart du temps travaillant seul, ou avec un ou deux salariés. Les sociétés sont encore très peu représentées, même si elles gagnent du terrain, avec des enseignes comme Au Bureau ou Café Leffe. Le secteur reste donc très atomisé ce qui le rend fragile vis-à-vis de la concurrence de la restauration rapide et des chaînes qui tirent profit des nouvelles tendances de consommation autour du café : les « coffee shops » comme Starbucks, les « salons de café » ou encore les « espresso bars ». Les grands groupes sont aussi mieux armés pour faire face à la montée des coûts : matières premières et immobilier, ce qui leur donne un avantage sur les petits cafetiers isolés, notamment en termes de prix proposé au client.

Le cahier n°25 du CROCIS<sup>113</sup> montre bien que les attentes des consommateurs changent. Le rôle social du café disparaît peu à peu et les consommateurs, plus pressés par le temps, y viennent moins régulièrement pour y passer un moment d'échange convivial. Les campagnes de sensibilisation aux risques sanitaires liés à l'alcool et au tabac détournent également les consommateurs de ces lieux qui en avaient fait une bonne part de leur activité. Pour répondre à la croissance importante du nombre de repas pris hors domicile, les cafés-tabac et débits de boisson auraient dû se diversifier en offrant une gamme de produits à emporter ou à consommer sur place, composée de sandwiches mais aussi de boissons. Mais peu ont pris ce virage. Afin de réduire leurs coûts, ils devraient s'organiser pour regrouper leurs achats, réduisant ainsi le différentiel de prix d'avec les grands groupes.

Enfin, il est évident que ces lieux d'accueil se doivent d'offrir le meilleur service possible, pour répondre à un niveau d'exigence élevé de la clientèle, qu'elle soit française ou étrangère. La démarche interprofessionnelle de l'IDCCB (Institut de développement des cafés et cafés-brasseries), qui a créé une charte qualité est à ce titre intéressante, même si la visibilité pour le client qui a besoin d'être rassuré est insuffisante. La propreté, l'hygiène, le confort (dont le niveau de bruit) et la convivialité sont des éléments importants, mais aussi la qualité des produits servis. Aujourd'hui, un amateur de bon café a la possibilité d'en trouver dans de multiples lieux, en grande variété d'arômes, y compris chez lui ou sur son lieu de travail puisque les machines à café sont maintenant très performantes. Enfin, des services annexes comme l'accès à internet peuvent faire la différence.

Les cafés-tabac et débits de boisson ont vu leurs effectifs baisser de 32% en 10 ans (entre 1995 et 2005), tendance qui se poursuit depuis. Ce secteur souffre d'une pénurie de main d'œuvre, due en partie aux conditions de travail difficiles (horaires variables et décalés, heures supplémentaires mal reconnues et donc peu rémunérées). Ceci explique un fort « turnover », et surtout une faible attractivité par rapport à la restauration rapide.

Pour synthétiser on peut dire que les cafés-tabac et débits de boisson, doivent miser sur la qualité de service, la diversification de leur offre (cafés, thés, sandwiches...), et s'organiser entre eux pour lutter contre la hausse des coûts.

---

<sup>113</sup> Juillet 2007 « les cafés franciliens face au défi de la restauration rapide

*En conclusion pour le secteur de la restauration, voici un extrait du Livre Blanc de Régis Marcon :*

*« Le développement de la formation en Hôtellerie Restauration passera obligatoirement par une politique de qualité partagée par tous les acteurs de la formation et par une implication plus forte des professionnels. [...] Il y a urgence à l'heure où la profession est souvent à la recherche de collaborateurs, manque de nouveaux talents, où souvent de ce fait la Restauration traditionnelle fait appel aux produits finis et semi-finis, situation dommageable pour l'image de nos cuisines et pour la valorisation des produits de notre territoire.*

*La formation a son rôle à jouer, en se concentrant sur la formation des gestes de base et en initiant une bonne connaissance des produits, laissant à tous les jeunes formés la liberté de s'épanouir dans tous les types de Restauration.*

*Dans le même temps, il y a urgence à remettre à l'honneur les métiers de service et d'accueil, identifier, valoriser nos futurs talents dans le domaine de la commercialisation. Tout le monde a son rôle à jouer, y compris les collectivités locales, services bancaires, pour faciliter l'installation de ces jeunes professionnels.*

*Rappelons que tous nos efforts ne porteront vraiment leurs fruits que si nous pouvons compter sur la mobilisation sans faille des institutionnels, à travers le soutien des ministères de l'Économie, du Tourisme et du Travail, de l'Apprentissage mais aussi de l'Éducation nationale, les Régions, les collectivités locales... ».*

## 7 - Synthèse et éléments de réflexion prospective

### 7.1 – Synthèse générale

Compte-tenu du déséquilibre énorme entre le bassin de consommation francilien (19% de la population française, sans compter les visiteurs) et le bassin de production agricole<sup>114</sup> et industrielle, il serait illusoire de vouloir créer ou recréer une filière agroalimentaire francilienne, limitée aux frontières administratives de la région. Surtout dans un contexte où les échanges sont déjà importants entre les régions françaises, qui se sont spécialisées, et où les flux sont de plus en plus mondialisés.

L'échelle pertinente de soutien de l'agro-chaîne est celle du territoire français. Toutefois, dans un souci de plus grande proximité géographique entre producteurs et consommateurs, mais aussi dans un souci de plus grande sûreté alimentaire (approvisionnement en quantité suffisante, notamment en cas de crise, et garantie la qualité sanitaire des produits), il serait intéressant d'étudier l'opportunité de renforcer l'agro-chaîne au sein du Bassin Parisien, à savoir l'Ile-de-France et les régions limitrophes.

L'Ile-de-France a et aura toujours un rôle essentiel et unique dans la filière agroalimentaire française: de par la présence des sièges sociaux, elle concentre les fonctions de Recherche & Développement, d'Ingénierie, de Qualité et de Marketing. Ses activités de commerce et de distribution sont dimensionnées à la taille de son immense marché. Elle accueille une grande partie du commerce de gros national. Ainsi, le MIN de Rungis, qui est au cœur des flux nationaux, et des flux import/export, doit être préservé et développé. Mais c'est l'aval de la filière, en particulier le secteur de la restauration, qui a le plus fort potentiel de croissance, celui-ci étant intimement lié à l'économie touristique.

Malgré la grande variété des secteurs composant la filière, un certain nombre de métiers se retrouvent tout au long de la filière: les métiers de bouche, les métiers d'accueil et de service, les métiers de management d'équipe et de gestion d'établissement, les métiers du commerce et de la logistique. Ces métiers, peu attractifs aujourd'hui, rendent le recrutement difficile. Il est donc indispensable de communiquer auprès des jeunes à fort potentiel, afin de les attirer vers l'agroalimentaire, et de leur présenter les perspectives d'évolution rapide que ce secteur peut leur offrir. En parallèle, il faut améliorer l'adéquation entre les formations et les besoins du marché, tout en aidant les établissements employeurs à s'organiser pour offrir des postes durables et de qualité. Par ailleurs, compte-tenu du fait que la filière recrute bon nombre de jeunes sans qualification et qui parviennent à s'insérer dans la durée, il ne faut pas négliger cette source d'embauche, moyennant un accompagnement adéquat<sup>115</sup>.

L'enjeu est non seulement économique et social, mais relatif à l'image et au rayonnement de la France, à travers l'accueil réservé aux visiteurs du monde entier, et la qualité de sa gastronomie.

---

<sup>114</sup> En valeur 1,7% de la production agricole nationale

<sup>115</sup> Le poids que joue le secteur de la restauration et en particulier des traiteurs, dans les Entreprises d'Insertion (22% des EI en Ile-de-France), qui se développent, en atteste. Mais cela ne représente que 188 emplois équivalents temps plein pour l'instant. Source UREI Ile-de-France

A ce titre, les événements visant à rendre visible la marque Paris-Ile-de-France et ses produits sont les bienvenus. Le SIAL, le plus grand salon de l'innovation alimentaire au monde, qui a lieu tous les deux ans à Villepinte<sup>116</sup>, doit être renforcé, et les stands représentant la France multipliés sur ce type de salons à l'international. Le projet de Cité de la Gastronomie<sup>117</sup>, portée par la Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires, doit également être soutenu, avec un site à Rungis, pour ce qui est de la région Ile-de-France. De même, le projet de Cluster Tourisme doit permettre de tirer la filière tourisme vers plus d'excellence, dans les domaines de la restauration, de la gastronomie et de l'accueil.

Compte-tenu de la spécificité du territoire francilien, les efforts doivent porter sur le développement de sous-filières de niche, axées sur le haut de gamme, telles que la chocolaterie-confiserie, ou les produits « gourmets » en général.

Il est temps que les pouvoirs publics se saisissent du sujet, et poussent les acteurs de toute la filière à se rencontrer pour travailler ensemble à tous niveaux : regroupement des achats de matière ou de service pour réduire les coûts, mise en place de solutions de mutualisation des compétences (marketing, RH, commercialisation export) pour offrir des contrats d'embauche plus durables et partager les risques, investir sur la qualité des produits, du service et de l'accueil etc ... .

Un soutien efficace aux entreprises doit passer par le rapprochement entre leurs besoins réels et les solutions conçues par les divers acteurs en place (Etat, collectivités territoriales, agences diverses...) pour les accompagner dans leur développement commercial, RH, marketing ou autre. Un outil est encore à inventer pour les entreprises, afin de leur faciliter l'accès aux solutions disponibles, et dont elles n'ont pas connaissance au moment où leur besoin s'exprime, quelle que soit la nature de ce besoin.

Même si on sent une prise de conscience, avec une coopération plus étroite entre la DIRECCTE et la DRIAAF concernant les IAA, ainsi qu'avec la « charte de coopération<sup>118</sup> », (qui a été signée le 17 septembre 2009 entre l'Etat, les fédérations agroalimentaires et les organisations syndicales de salariés), nous n'en sommes qu'au démarrage. Mais notre région dispose de tous les atouts pour continuer à affirmer sa position majeure au sein de la filière nationale, et pour renforcer chaque maillon de la chaîne sur son territoire.

## 7.2 - Réflexion sur les métiers

Une addition rapide des métiers recensés par secteurs nous amène à estimer que la filière agroalimentaire comprend entre 200 et 300 métiers différents, dont certains sont communs à plusieurs secteurs.

Secteur agricole, l'APECITA<sup>119</sup> recense environ 240 métiers dans l'agriculture, l'agroalimentaire et l'environnement. En ce qui concerne l'agriculture et les activités périphériques, on peut en compter environ 180, entre la production, la mécanique agricole, la conduite d'engins, le contrôle (audit qualité, contrôle vétérinaire...) la recherche, la commercialisation, les achats, la logistique etc...

---

<sup>116</sup> Prochain événement en octobre 2014

<sup>117</sup> Voir annexe 17

<sup>118</sup> Pour le soutien et l'accompagnement des entreprises de production et de transformation du secteur de l'agroalimentaire et de leurs salariés

<sup>119</sup> [www.agrorientation.com](http://www.agrorientation.com)

Dans les industries agroalimentaires<sup>120</sup>, une cinquantaine de métiers différents sont recensés, dans des fonctions aussi variées que la production (10), logistique (6), maintenance (4), achats (4), marketing (4), commercialisation-vente (5), recherche et développement (3 dont nutritionniste), Qualité-Hygiène-Sécurité-Environnement (5), et les fonctions transversales de gestion et de management propres à toute entreprise (10).

Les métiers de l'artisanat et du commerce alimentaire de proximité sont également nombreux: boucher, boulanger, caviste, charcutier, chocolatier, confiseur, crémier-fromager, cuisinier, glacier, détaillant en fruits et légumes, détaillants en produits bio, épicier détaillant, pâtissier, poissonnier, traiteur...

Dans la grande distribution on compte 150 métiers différents<sup>121</sup>, dont une vingtaine de métiers principaux listés ci-après : les métiers de bouche (boucher, poissonnier, boulanger), les métiers commerciaux en magasin (directeur de magasin, employé commercial, étalagiste-décorateur, hôtesse de caisse, manager de rayon, merchandiseur, responsable service après-vente), métiers des achats (acheteur, « category manager »), les métiers en entrepôt (magasinier, préparateur de commandes, logisticien, livreur), les métiers support (comptabilité, RH, finance etc...).

Métiers de la restauration<sup>122</sup> : restaurateur, cuisinier, serveur, sommelier, barman, chef cuisinier, chef de table, plongeur, commis de cuisine, pizzaïolo ... .

Les métiers les plus transversaux à la filière et les plus en tension sont :

- les métiers de bouche : boucher et poissonnier en premier lieu, boulanger dans une moindre mesure ;
- les métiers de commerciaux ;
- les métiers de production et de maintenance ;
- les métiers de logistique.

Dans le secteur de la restauration en particulier, les métiers en tension sont ceux de serveur en salle et de cuisinier.

Enfin, il ne faut pas oublier le dispositif de sécurité sanitaire des aliments<sup>123</sup>, qui s'appuie entre autres sur des vétérinaires habilités, métier clé de la filière agroalimentaire, lui aussi en manque de vocations.

### **7.3 - Réflexion sur les formations continues**

Sur les 300 conventions collectives recensées en tout par la DIRECCTE, on en compte au moins une quarantaine qui sont directement liées à la filière agroalimentaire, et qui cotisent à divers Organismes Paritaires Collecteurs Agréés. Parmi celles-ci :

- 3 sur les 8 du FAFSEA (National d'Assurance Formation des Salariés et Exploitations Agricoles) ;

---

<sup>120</sup> [www.metiers-industries-alimentaires.com](http://www.metiers-industries-alimentaires.com)

<sup>121</sup> [www.lesmetiers.net](http://www.lesmetiers.net)

<sup>122</sup> [www.metiers-hotel-resto.fr](http://www.metiers-hotel-resto.fr)

<sup>123</sup> Le dispositif de sécurité sanitaire des aliments est assuré par la Direction Générale de l'Alimentation (dépendant du MAAF), qui s'appuie au niveau national sur un réseau de 14 000 vétérinaires sanitaires habilités 25 laboratoires nationaux de référence et sur plus d'une centaine de laboratoires d'analyses spécialisés majoritairement composés de laboratoires départementaux d'analyse

Coopératives d'utilisation de matériels agricoles
Professions agricoles (hors conchyliculture)
Vins, cidres, spiritueux, sirops, jus de fruits et boissons diverses (industries & commerce de gros)

- 27 sur les 29 de l'OPCALIM ;

Production (9)

Coopératives et SICA bétail et viande
Coopératives agricoles de céréales, de meunerie, d'approvisionnement, d'alimentation du bétail et d'oléagineux
Conserveries coopératives et SICA
Coopératives agricoles laitières
Caves coopératives vinicoles
Coopératives agricoles et SICA de fleurs, de fruits et légumes et de pommes de terre
Organismes de contrôle laitier
Centres de gestion agréés et habilités agricoles
Sélection et reproduction animale

Industrie (13)

Industries laitières
Exploitations frigorifiques
Industries alimentaires diverses
Industries produits alimentaires élaborés
Activités production eaux embouteillées, boissons rafraichissantes sans alcool et de bières, Industries charcutières
Industrie et commerces en gros des viandes
Distributeurs conseils hors domicile (correspond au commerce de gros de boissons)
Industries charcutières
Boulangerie pâtisserie industrielle
Meunerie
Industrie des pâtes alimentaires
Biscotterie, biscuiteries, céréales prêtes à consommer ou à préparer, chocolateries, confiseries, aliments de l'enfance et de diététique, préparations pour entremets et desserts ménagers, des glaces, sorbets et crèmes glacées
Sucreries-sucreries-distilleries et raffineries de sucre

Alimentation en détail (4)

Boulangerie-pâtisserie
Charcuterie
Pâtisserie Confiserie, chocolaterie, biscuiterie
Poissonnerie

A noter que les boucheries ne font pas partie de l'OPCALIM (voir AGEFOS PME plus loin).

- 3 sur les 12 d'INTERGROS ;

Bétail (commerce en gros)
Conditionnement, commercialisation et transformation des œufs
Fruits et légumes (Expédition et exportation)

- 1 sur les 15 de FORCO ;

Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
--

- 5 sur les 50 d'AGEFOS PME.

Commerce de détail des Fruits et Légumes, Épicerie, Produits Laitiers et Cavistes
Boucherie, Boucherie-Charcuterie et Traiteurs
Restauration rapide
Pêches maritimes
Cultures marines

Et aussi la convention collective des hôtels, cafés, restaurants, tourisme, hôtel de préfecture, cafés tabacs, qui est à l'OPCA la FAFIH.

Compte-tenu du fait que bon nombre de métiers sont les mêmes sur plusieurs organismes collecteurs, il serait peut-être opportun de procéder à des regroupements, comme cela avait été le cas entre OPCA2 et AGEFAFORIA, qui ont fusionné pour devenir OPCALIM.

Il convient de s'attacher à développer des passerelles entre les secteurs. Un des outils pour ce faire est le Contrat de Qualification Professionnel (CQP) :

Les Contrats de Qualification Professionnelle permettent d'établir des passerelles entre secteurs. Pour bien faire, il faudrait que toutes les branches professionnelles adhèrent à ce dispositif, en particulier celle de la logistique/transport, très présente dans la filière agroalimentaire. En effet, il n'y a pas de raison qu'un cariste ne puisse passer d'un poste chez le logisticien à un poste en entrepôt chez un industriel de la boisson ou autre.

Dans le cadre de la Charte Nationale, la CGAD travaille à des passerelles depuis les IAA vers l'artisanat, notamment dans le secteur de la boucherie, pour des jeunes étant dans l'alimentaire depuis plusieurs années puissent reprendre un établissement, par exemple après un CAP boucherie en un an.

## 7.4 - Veille et communication sur les métiers

### 7.4.1 - Observatoires sur les métiers

Depuis l'accord du 6 décembre 2004 relatif à la création d'un observatoire des métiers et des qualifications dans diverses branches des industries alimentaires, chaque secteur crée son propre observatoire.

Quelques exemples ci-dessous :

- Observatoire des métiers de la coopération agricoles : [www.metiers-cooperation-agricole.fr](http://www.metiers-cooperation-agricole.fr) ;
- Observatoire des Industries Alimentaires (OBSERVIA) : [www.observia-metiers.fr](http://www.observia-metiers.fr) ;
- Observatoire des Distributeurs Conseils Hors Domicile (correspond au commerce de gros de boissons) : [www.observatoire-dchd.fr](http://www.observatoire-dchd.fr) ;
- Observatoire prospectif des métiers et des qualifications dans les Métiers de l'alimentation : [www.lesmetiersdugout.fr](http://www.lesmetiersdugout.fr) ;
- Observatoire des métiers de la Boulangerie : [www.boulangerie.org](http://www.boulangerie.org) ;
- Observatoire prospectif des métiers et des qualifications de la restauration rapide (AGEFOS PME) : [www.metiers-restaurationrapide.fr](http://www.metiers-restaurationrapide.fr).

#### **7.4.2 - Information sur les métiers**

Tout d'abord on peut citer le portail web sur les métiers réalisé par la Région Ile-de-France, qui est à la fois relativement complet et clair : [www.lesmetiers.net/](http://www.lesmetiers.net/).

Par ailleurs, de nombreux sites proposent des pages spécifiques sur les métiers, comme par exemple les sites des syndicats professionnels :

- le site de la CGAD [www.metiersdelalimentation.fr/](http://www.metiersdelalimentation.fr/) ;
- le site du Synhorcat <http://www.synhorcat.com/> ;

ou encore les sites des OPCA ;

- les deux sites de l'OPCALIM (toujours aux couleurs de l'ancien OPCA « AGEFAFORIA ») relatifs aux métiers des industries alimentaires : [www.metiers-industries-alimentaires.com](http://www.metiers-industries-alimentaires.com) et [www.decouverte-industries-alimentaires.com](http://www.decouverte-industries-alimentaires.com).

Par ailleurs, des informations sont dispensées dans les établissements scolaires. Les Chambres de Commerce et d'Industrie font de l'éveil aux métiers. On peut citer aussi les journées portes ouvertes, lors desquelles les PME/PMI du secteur peuvent faire visiter leurs entreprises. Ces opérations ont toujours un effet positif en changeant le regard que portent les jeunes et les adultes sur les métiers de l'alimentaire. Toutefois, il serait bon de coordonner les initiatives des différents acteurs afin de créer des événements plus importants, qui seraient à la fois plus visibles et plus faciles à gérer pour les entreprises. Aujourd'hui, une PME de bonne volonté pour accueillir est sollicitée de toutes parts et ne peut répondre à tout.

L'ARIA a fait un certain nombre de recommandations visant à accroître la visibilité du secteur :

- développer l'image de la filière au niveau des leaders d'opinion régionaux ;
- valoriser les entreprises et les métiers au niveau des territoires ;
- organiser un événement (journée d'information et d'échanges) pour les prescripteurs (professionnels de l'emploi, de l'insertion et de la formation) ;
- former des « ambassadeurs » du secteur de la transformation et des métiers dans les entreprises (l'IDF est région pilote pour ce projet national) ;
- développer des interventions auprès des jeunes en formation dans les forums métiers et cités de métiers.

En revanche, l'ARIA ne dispose d'aucun moyen pour mettre en œuvre ce plan d'action.

Lorsqu'on parle des métiers, il faudrait mettre en avant le fait qu'ils permettent non seulement une mobilité au sein de l'entreprise et de la filière, mais aussi une mobilité géographique. Un CAP est une carte de visite reconnue à l'international ce qui est insuffisamment valorisé.

Somme toute, un travail reste à faire pour coordonner les différentes informations disponibles aujourd'hui sur la toile, afin que l'internaute ne se perde pas dans ses recherches, que l'information à laquelle il accède soit claire et lui donne envie de s'orienter vers les métiers de l'agroalimentaire. Mais bien d'autres actions sont possibles et il convient de multiplier les initiatives pour faire découvrir concrètement les métiers aux jeunes, en mettant en avant ce qu'ils apportent de positif pour leur épanouissement et leur évolution de carrière.

## GLOSSAIRE

<b>AEV</b>	Agence des Espaces Verts
<b>AFLYHT</b>	Association française des lycées de l'hôtellerie et du tourisme
<b>AGRESTE</b>	Service de statistiques, d'évaluations et de perspectives agricoles du Ministère de l'Agriculture, de la l'Alimentation et de la Forêt
<b>AMAP</b>	Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
<b>APECITA</b>	Association paritaire au service de l'ensemble de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de l'environnement.
<b>ARACT</b>	Agence Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail
<b>ARIA</b>	Association Régionale des Industries Agroalimentaires
<b>CA</b>	Chiffre d'Affaires
<b>CCIP</b>	Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris
<b>CDD/CDI</b>	Contrat à Durée Déterminée / Contrat à Durée Indéterminée
<b>CERVIA</b>	Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et alimentaire
<b>CESE</b>	Conseil Economique Social et Environnemental
<b>CESER</b>	Conseil Economique Social et Environnemental Régional
<b>CFA</b>	Centre de formation d'apprentis
<b>CGAD</b>	Confédération Générale de l'Alimentation en Détail
<b>CHRD</b>	Cafés, Hôtels, Restaurants et Discothécaires
<b>COPIRE</b>	Commission paritaire interprofessionnelle régionale de l'emploi
<b>CQP</b>	Certificat de Qualification Professionnelle
<b>CREAP</b>	Conseil Régional de l'Enseignement Agricole Privé
<b>CREDOC</b>	Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie
<b>CROCIS</b>	Centre régional d'observation du commerce, de l'industrie et des services
<b>CTPCA</b>	Comité Technique de la Conservation des Produits Agricoles
<b>CUMA</b>	Coopérative d'Utilisateurs de Matériel Agricole

<b>DARES</b>	Direction de l'Animation de la Recherche, des Etudes et des Statistiques
<b>DIRECCTE</b>	Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi
<b>DRIAAF</b>	Direction Régionale et Interdépartementale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt d'Île-de-France
<b>ENVA</b>	Ecole Nationale Vétérinaire d'Alfort
<b>EPAD</b>	Etablissement Public pour l'Aménagement de la région de la Défense
<b>ETA</b>	Entreprise de Travaux Agricoles
<b>ETP</b>	Equivalent Temps Plein
<b>EUROSTAT</b>	Direction générale de la commission européenne chargée de l'information statistique
<b>FAFIH</b>	Organisme paritaire collecteur agréé de l'hôtellerie, de la restauration et des activités de loisirs
<b>FAFSEA</b>	National d'Assurance Formation des Salariés et Exploitations Agricoles (Organisme Paritaire Collecteur Agréé)
<b>FAO</b>	Food and Agriculture Organization
<b>FCD</b>	Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution
<b>FRECE</b>	Plateau francilien d'études céréalières
<b>FRMFR</b>	Fédération Régionale de Maisons Familiales Rurales
<b>GAB</b>	Groupement des Agriculteurs Biologiques
<b>GAEC</b>	Groupement Agricole d'Exploitation en Commun
<b>GMS</b>	Grandes et Moyennes Surfaces
<b>IAA</b>	Industries agroalimentaires
<b>IAE</b>	Insertion par l'Activité Economique
<b>IAU</b>	Institut d'Aménagement et d'Urbanisme
<b>INRA</b>	Institut National de la Recherche Agronomique
<b>INRS</b>	Institut National de Recherche et de Sécurité
<b>INSEE</b>	Institut national de la statistique et des études économiques
<b>MIN</b>	Marché d'Intérêt National
<b>MSA</b>	Mutualité Sociale Agricole

<b>OBSERVIA</b>	Observatoire des métiers des industries alimentaires
<b>OGM</b>	Organisme Génétiquement Modifié
<b>OPCA</b>	Organisme Paritaire Collecteur Agréé
<b>OPCALIM</b>	Organisme Paritaire Collecteur Agréé des industries alimentaires, de la coopération agricole et de l'alimentation de détail
<b>OREF</b>	Observatoire régional emploi et formation
<b>PAC</b>	Politique Agricole Commune
<b>PACA</b>	Provence Alpes Côte d'Azur
<b>PIB</b>	Produit Intérieur Brut
<b>PME/PMI</b>	Petite et Moyenne Entreprise / Petite et Moyenne Industrie
<b>POE</b>	Préparation Opérationnelle à l'Emploi
<b>PRAD</b>	Plan Régional pour une Agriculture Durable
<b>SAFER</b>	Société d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural
<b>SAU</b>	Surface Agricole Utile
<b>SDAM</b>	Stage de Découverte et d'Apprentissage des Métiers
<b>SESSI</b>	Service des études et des statistiques industrielles
<b>SIAL</b>	Salon international de l'innovation alimentaire
<b>TPE/TPI</b>	Très Petite Entreprise / Très Petite Industrie
<b>UHT</b>	Ultra Haute Température
<b>UNEDIC</b>	Union nationale interprofessionnelle pour l'emploi dans l'industrie et le commerce
<b>UNREP</b>	Union rurale d'éducation et de promotion
<b>UTA</b>	Unité de Travail Annuelle
<b>VAE</b>	Validation des Acquis de l'Expérience

## **BIBLIOGRAPHIE**

### Etudes Nationales

- Panorama des industries agroalimentaires 2012, source *Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche*
- Synthèse des assises de l'agroalimentaire en région (début 2009), source *Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche*
- Recensement agricole 2010 – Source AGRESTE
- Les enjeux des industries agroalimentaires, source *Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche* (2010)
- Dossier de presse pour l'installation du Comité Stratégique de l'agroalimentaire et de l'agro industrie par Bruno Lemaire et Eric Besson (novembre 2010), source *Ministère de l'Industrie, de l'Energie et de l'Economie Numérique et Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche*
- Bilan du fonctionnement des pôles de compétitivité agricoles et agroalimentaire, source *Ministère de l'Agriculture de l'Alimentation de la Pêche* (avril 2011)
- Ouvrage « Les nouveaux équilibres agroalimentaires mondiaux » / Pierre Jacquet et Jean-Hervé Lorenzi, source *Les Cahiers Le Cercle des Economistes – PUF* (janvier 2011)
- Rapport « Analyse comparée de la compétitivité des industries agroalimentaires françaises par rapport à leurs concurrentes européennes » / Philippe ROUAULT, *Délégué Interministériel aux Industries Agroalimentaires et à l'Agro-industrie* (Octobre 2010)
- Etude Prospective « Offre-demande alimentaire à l'horizon 2020 ; Impact sur les activités et métiers » *Observia & Futuribles 2009*
- Avis du CESE de mai 2011 « La future PAC après 2013 »
- Etats Généraux de l'Industrie, Rapport du groupe de travail : AGROALIMENTAIRE  
Rapporteurs : Virginie GUERIN et Philippe VELILLA
- Dossier n°326 *Revue Internationale de l'Economie Sociale* : « La course à la taille : ce que nous enseignent les statistiques nationales sur les évolutions des la coopération agricole »
- Synthèse d'OSEO sur l'Innovation dans les entreprises en 2011, dans l'Agriculture et l'agroalimentaire
- Portrait sectoriel de la FAFIH (OPCA de l'Hôtellerie –Restauration), 2011
- *Revue POUR* - Dossier : Alimentation et territoires n°215/216 - Novembre 2012
- Etude XERFI700 – Confiserie de Sucre – Janvier 2012
- Etude XERFI700 - Grandes surfaces alimentaires – Décembre 2011
- Etude XERFI700 - Carrefour – Septembre 2012
- LIVRE BLANC / "L'alternance dans la restauration", de Régis Marcon – Février 2010
- Etude 6 mars 2007 de l'ANIA (Association Nationale des Industries Agroalimentaires) : « Les facteurs de succès et les freins à l'export »
- Rapport sur l'attractivité des formations agricoles Etude nationale Opinion Way pour la FAFSEA du 25 février 2012

### Etudes Régionales

- Chiffres clés 2012 de la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi d'Ile-de-France
- Rapport étude du CARIF OREF "Les créations d'emploi en Ile-de-France à l'horizon 2030", décembre 2012
- Rapport du CESER Île-de-France relatif aux enjeux de la production et de l'approvisionnement alimentaires en Île-de-France, par Maurice TOULLALAN
- « Nourrir la région capitale : réalités et défis » – Actes du colloque de juin 2009 – CERVIA
- Présentation sur la filière Agroalimentaire en Ile-de-France, *source ARIA (septembre 2011)*
- Intervention de Dominique Bussereau à l'occasion du colloque « Comment développer la filière agroalimentaire en Ile-de-France ? » (mai 2007)
- Etude « La Filière agroalimentaire en IDF : une filière en mutation et au fort potentiel » *Source CROCIS Enjeux n°95 décembre 2006*
- Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural 2007-2013 Volet régional Île-de-France du Programme de Développement Rural, *Source MAAF, 9 juillet 2012*
- Quelles perspectives d'évolution pour le marché de Rungis ? *Source IAU Note Rapide n°605 Septembre 2012*
- Agreste Ile-de-France Numéro 117 Février 2012 « Recensement agricole 2010 : les circuits courts en Ile-de-France »
- DRIAAF : Mémoire de fin d'études Agrocampus Ouest à Rennes « Rôle des circuits courts de proximité dans le maintien de la valorisation d'une agriculture multifonctionnelle en Ile-de-France » Laurène Joly
- Etats Généraux Conversion Ecologique et Sociale : rapport provisoire ECOLENS, Assemblée plénière du 13 février 2013, Conseil Régional d'Ile-de-France
- Rapport du Conseil Régional d'Ile-de-France février 2013 : Mise en œuvre de la Stratégie Régionale de Développement Economique et d'Innovation un nouveau cadre d'intervention régionale en faveur de l'artisanat, des métiers d'art et de création
- Colloque francilien de l'Enseignement et des Métiers Agricoles – APECITA - 5 décembre 2011
- Présentation provisoire de l'atelier « Comment Favoriser l'emploi, adapter les formations aux besoins et améliorer les conditions de travail dans les filières agricoles et agroalimentaires en Ile-de-France ? », *source DRIAAF (Direction Régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche) (février 2012)*

### Etudes Régionales sur les Industries Agroalimentaires (IAA)

- Etude « PME agroalimentaires, Ratios sectoriels et facteurs de performance, Régions IDF & Centre », *Source KPMG (2010)*
- Rapport « d'évaluation de la mise en œuvre de la Charte de coopération pour le soutien et l'accompagnement des entreprises de production et de transformation du secteur de l'agroalimentaire et de leurs salariés », *Source Cabinet Alixio (2011) pour la DRIAAF Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi*
- Enjeux n°152 – Janvier 2013 – « L'emploi salarié francilien dans l'industrie divisé par deux en vingt ans » - *source CROCIS*

### Etudes Régionales sur la Restauration et l'Hôtellerie

- « La restauration rapide tire profit de la crise », Enjeux n°145 de mars 2012, *source CROCIS*
- « L'hôtellerie francilienne : une offre importante mais potentiellement insuffisante », Enjeux n°153 de Février 2013, *source CROCIS*
- Portrait régional Ile-de-France 2010, de la FAFIH (OPCA de l'Hôtellerie –Restauration),
- Note de l'URSSAF Com-229-1 –(11.12) « Emploi dans le secteur de l'hébergement et la restauration en Ile-de-France »
- Les cafés franciliens face au défi de la restauration rapide, *Les cahiers du Crocis N°25 - juillet 2007*

### Etudes Régionales sur l'Artisanat & commerce

- Etude prospective « Artisanat et commerce alimentaire de proximité », *source CGAD, 2012*
- Fiche sectorielle commerce de détail septembre 2011 –*CROCIS*

### Etudes Régionales sur la Grande distribution alimentaire

- « Les grandes surfaces alimentaires en Ile-de-France : de nouvelles stratégies face au changement » Enjeux n°148 - juin 2012, *CROCIS*

### Presse & Autres

- Conclusions du rapport « les perspectives de renforcement des filières agroalimentaires par l'articulation agriculture IAA en Aquitaine », *Source CESER Aquitaine (juillet 2011)*
- Fiche sur « les risques à l'origine des Troubles Musculosquelettiques dans les IAA » – *Source ARACT Méditerranée*
- Document sur « la Prévention en Action – IAA » – *Source ARACT Méditerranée*
- Article sur l'Industrie agroalimentaire en panne de compétitivité/ Isabelle Senand *Source Xerfi Previsis « l'Audace ou le déclin, Prévisions économiques 2012/2017 » (décembre 2011)*
- Communiqué de presse du 11 janvier 2013 (Ministre de la Culture, Ministre de l'Agroalimentaire et la Forêt, en faveur de la création d'un réseau des cités de la Gastronomie (Paris-Rungis, Tours, Dijon, et également Lyon)
- Dossier de Presse: légumerie BIO des Mureaux, 14 mars 2012, [www.fermes-bio-idf.fr](http://www.fermes-bio-idf.fr)
- Article « Limagrain fait germer un modèle intégré » / Jean-François Arnaud, *source Challenge n°277 (novembre 2011)*
- Article « les entreprises agroalimentaires françaises résistent à la crise et remontent leurs prix » / *Marie-José Cougard les Echos du 23 mai 2012*
- Ouvrage "Itinéraire d'un patron rebelle" de Pascal Gayraud
- Rapport du CESER Midi-Pyrénées « Une dynamique pour l'industrie agroalimentaire » 18 juin 2012
- Colloque Nutripole du 28 juin 2012 « Nourrir les métropoles » sous le haut patronage de Stéphane Le Foll
- Magazine « point de vente » n°1127 & 1128, janvier 2013, « la grande ruée vers le Drive »

## ANNEXES

### **ANNEXE 1**

#### **Détails des diverses productions agricoles françaises en Europe**

---

##### **La production agricole en 2008**

(valeur au prix de base en milliards d'euros) Source : Eurostat

	UE 27	UE 15	France
<b>Production végétale</b>	200,4	163,2	37,8
Céréales (y compris semences)	53,5	38,6	11,1
Betteraves sucrières	3,1	2,6	0,7
Pommes de terre (y compris semences)	9,7	7,3	1,3
<b>Production animale</b>	151,8	127,8	25,7
Animaux	89,6	76,7	15,8
Bovins	30,8	28,1	8,0
Porcins	32,9	27,2	3,2
Ovins et caprins	5,2	4,7	0,7
Volailles	17,4	13,5	3,4
Lait	52,9	44,5	8,9
Oeufs	7,7	5,4	0,8
Production de biens agricoles	352,1	291,0	63,5
Production de services agricoles	15,2	13,5	3,3
<b>Production agricole</b>	<b>367,3</b>	<b>304,5</b>	<b>66,8</b>

La production agricole dans l'Union européenne à 27 est constituée à 55% de produits végétaux et à 41% de produits animaux. Les 4% restants correspondent aux services agricoles et aux activités secondaires comme l'agritourisme. Les agricultures méditerranéennes sont, par tradition, tournées vers les productions végétales. Avec 57% de produits végétaux, l'agriculture française se rapproche de celles des pays du Sud.

Source : Ministère de l'Agriculture, l'Agroalimentaire et de la Forêt

## **ANNEXE 2**

### **Produits alimentaires : l'Europe, premier exportateur et importateur mondial (Farm)**

---

La France Agricole / Actualités

Publié le mercredi 29 février 2012 - 17h39

« L'UE domine le commerce mondial de produits alimentaires », tant à l'exportation qu'à l'importation, même si son leadership s'érode, analyse la fondation Farm.

« Le dernier rapport statistique de l'OMC (1) montre le poids prépondérant de l'Europe et de l'Amérique du Nord, l'essor de l'Amérique latine et de l'Asie et la marginalisation de l'Afrique dans les exportations mondiales de produits alimentaires », analyse la Fondation mondiale pour l'agriculture et la ruralité dans le monde (Farm) dans une note de février 2012 (2).

En 2010, l'Europe a réalisé plus de 40 % des exportations totales de produits alimentaires, devançant la région Asie/Océanie (20 %) et l'Amérique du Nord (15 %, Mexique inclus).

L'Europe est également le premier importateur mondial de produits alimentaires, devant, là encore, l'Asie/Océanie et l'Amérique du Nord. Si l'on considère le solde des échanges, l'Amérique centrale et du Sud (hors Mexique) apparaît comme le premier exportateur net de nourriture, devant l'Amérique du Nord.

La part de l'UE dans les échanges mondiaux de produits agricoles alimentaires a diminué ces dernières années, revenant de 20 % en 2006 à 17 % en 2010. Ce recul a bénéficié au marché commun sud-américain (Mercosur), à la zone de libre-échange nord-américaine (Alena) et à l'Asie du Sud-Est (Anase). « La croissance des échanges de produits alimentaires, depuis dix ans, provient essentiellement des pays émergents », constate Farm.

La note souligne encore « la sous-exploitation des énormes capacités productives de l'agriculture africaine ». L'intégration commerciale, engagée dans plusieurs régions du continent, est jugée de bon augure. Même si « beaucoup reste à faire pour favoriser l'éclosion d'un véritable marché panafricain et, surtout, accroître la production et la transformation agricoles. »

---

(1) *Statistiques du commerce international 2011*, octobre 2011, OMC (Organisation mondiale du commerce).

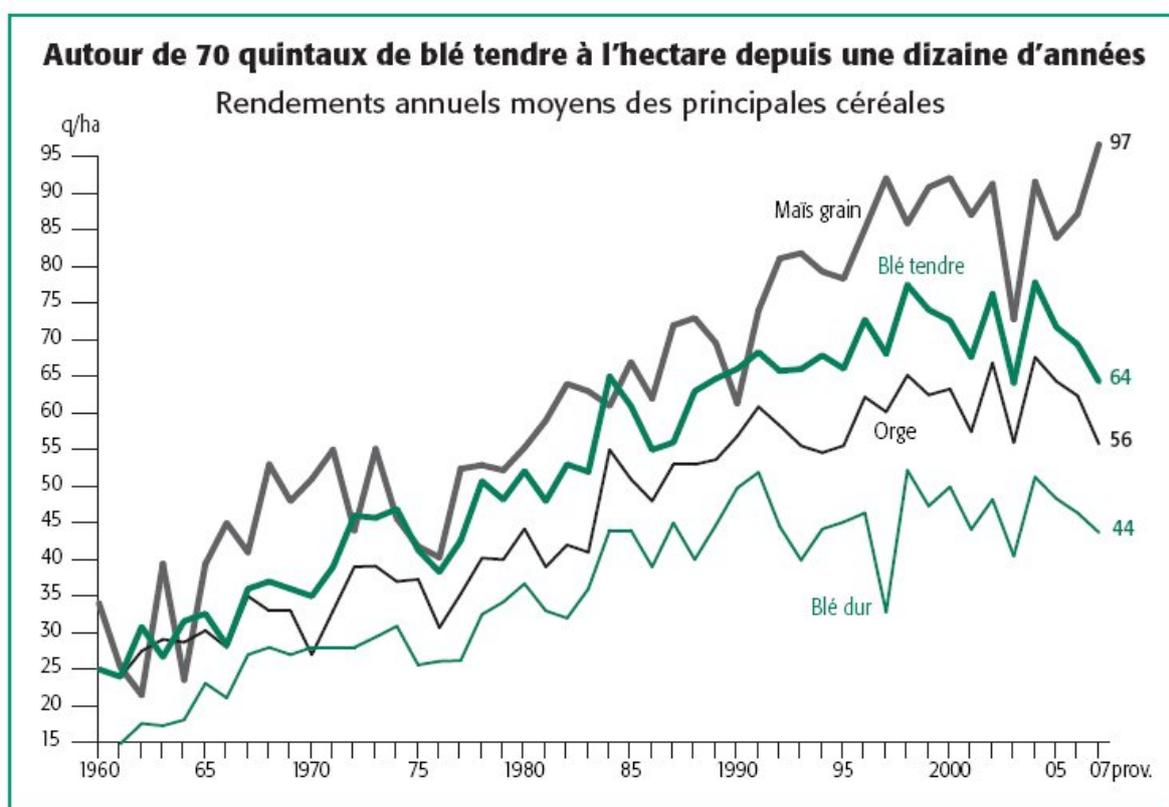
(2) « *Les échanges alimentaires mondiaux : essor de l'Asie et de l'Amérique du Sud, marginalisation de l'Afrique* », Farm, Notes, février 2011.

### ANNEXE 3

#### La croissance des rendements s'essouffle

Les rendements des grandes cultures stagnent depuis une dizaine d'années. Cela constitue un réel changement puisqu'ils ne cessaient d'augmenter depuis la fin de la seconde guerre mondiale. La plupart des grandes cultures sont concernées. Les plus importantes comme le blé tendre et le maïs, qui couvrent aujourd'hui 4,8 millions et 1,5 million d'hectares. Mais aussi d'autres céréales comme le blé dur et l'orge ou encore le triticale plus récemment introduit. Et même les cultures oléagineuses que sont le colza et le tournesol. Source AGRESTE.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/primeur210.pdf>



Source : Agreste - Statistique agricole annuelle

## **ANNEXE 4**

### **La culture hors sol**

---

La culture hors-sol, aussi appelée hydroponie ou culture hydroponique, consiste à cultiver des plantes sans sol, sur un substrat neutre et inerte. Ce substrat, minéral ou organique, peut être du sable, des fibres de coco, de la laine de roche, de la pouzzolane ou encore des billes d'argile. Pour assurer la croissance des plantes, le substrat est régulièrement irrigué à l'aide d'une solution nutritive qui apporte aux plantes sels minéraux et nutriments.

Les origines de la culture hors-sol sont vraisemblablement très anciennes puisque les Aztèques pratiquaient déjà la culture de plantes sur l'eau. La culture sans sol était aussi utilisée dans les fameux jardins suspendus de Babylone et en Chine, où l'on perpétue depuis des millénaires la culture sur gravier. La culture hydroponique telle qu'on la pratique de nos jours est née en Allemagne au XIXe siècle. Elle a été expérimentée en 1860 par deux chercheurs allemands qui réussirent à faire pousser des plantes sur un milieu composé uniquement d'eau et de sels minéraux. Le premier système hydroponique a été commercialisé aux Etats-Unis dans les années 1930. Il a notamment été utilisé pour approvisionner l'armée en légumes frais pendant la Seconde Guerre mondiale. Les cultures hors-sol, introduites en Europe dans les années 1970, représentent aujourd'hui des millions d'hectares dans le monde. Les produits concernés sont principalement la tomate et la fraise mais aussi le concombre, le poivron, l'aubergine, la courgette et l'endive, sans oublier de nombreuses fleurs coupées comme la rose, le gerbera et l'œillet...

La culture hors-sol permet de maîtriser tous les éléments nécessaires au développement des plantes : la lumière, la température et l'hygrométrie, le pH et les éléments nutritifs (eau, sels minéraux et oligo-éléments).

Ce procédé a pour avantages de :

- limiter la consommation d'eau ;
- limiter les attaques de nuisibles du sol (ce qui permet des traitements phytosanitaires réduits et ciblés) ;
- accélérer le processus de croissance des plantes et de maturation des fruits.

Quant à la qualité gustative des légumes ainsi obtenus, c'est au consommateur de juger.

Depuis ses débuts, la culture hors-sol a connu un grand perfectionnement de ces techniques. Ses plus récentes évolutions sont l'aéroponie et l'ultraponie, deux techniques où les plantes sont alimentées par un brouillard nutritif produit par un brumisateur.

Les partisans des techniques hors-sol y voient une solution d'avenir pour remédier au manque d'eau et à la menace de malnutrition et de sous-production agricole de notre planète.

Les fermes verticales (projets de gratte-ciels consacrés à l'agriculture en ville) reposent d'ailleurs sur l'utilisation de l'hydroponie.

La culture hors sol est aussi une solution que les chercheurs envisagent pour les voyages spatiaux de longue durée et la colonisation future de Mars ou de la Lune.

## **ANNEXE 5**

### **Qu'est-ce que le brevetage du vivant ?**

---

par [Inf'OGM](#) (veille citoyenne), février 2003

« Breveter le vivant consiste à faire reconnaître par l'Office des Brevets (européen ou américain) qu'un composant du « vivant » appartient à une personne ou une entreprise. Ainsi, à l'instar des brevets déposés sur des inventions de type industriel, des entreprises ont réussi par extension à breveter un gène qu'elles ont décodé ou modifié, le principe actif d'une plante qu'elles ont pu isoler et caractériser. Le brevetage du vivant est aujourd'hui autorisé, en effet le premier organisme vivant breveté date des années 80. Auparavant, la propriété intellectuelle ne pouvait pas s'appliquer à la matière vivante. De plus, les conditions d'obtention d'un brevet varient selon les législations. L'une des plus souples est la législation nord-américaine. En Europe, une directive gère ce problème : la directive 98/44 qui n'est pas encore transposée dans les législations nationales car elle soulève beaucoup de questions. Par exemple, la condition pour breveter un gène est définie par la nécessité d'avoir isolé le gène, d'avoir introduit une modification dans ce gène par génie génétique, de démontrer que cette modification est profitable pour une utilisation industrielle de ce gène modifié. Un autre exemple de brevetage du vivant peut être celui du brevetage du principe actif de la plante. Des firmes comme Monsanto effectuent des recherches sur les plantes et leur utilisation. Après étude des pratiques médicales en Chine, Amazonie... les chercheurs analysent la plante utilisée dans ces pratiques, en isolent le principe actif (i.e. la molécule de la plante qui agit effectivement dans ces pratiques médicales) et Monsanto ou consorts finit par breveter cette molécule. La conséquence du brevetage du vivant est que le produit breveté appartient au détenteur du brevet et que toute tierce personne désirant utiliser ce produit doit rémunérer financièrement le propriétaire. Ces pratiques sont dénoncées par ceux qui visent à défendre les cultures et savoirs traditionnels ayant mis en évidence les propriétés de ces plantes comme du « biopiratage » industriel. »

## ANNEXE 6

### Compétitivité des IAA

2007

	Effectif Entreprises	Salariés (b)	CA total M€	CA export M€	CA Export/CA total	Résultat M€ (c)	Résultat /CA
<b>IAA</b>	10 282	405 309	143 830	25 892	18%	6 173	4,3%
<b>Viandes</b>	2 239	115 499	30 133	2 963	10%	398	1,3%
<b>Poisson</b>	250	12 245	2 987	341	11%	65	2,2%
<b>Fruits, légumes</b>	740	27 022	7 978	1 343	17%	262	3,3%
<b>Corps gras</b>	135	2 415	2 487	505	20%	161	6,5%
<b>Lait</b>	969	56 254	26 262	4 331	16%	678	2,6%
<b>Travail grains</b>	502	13 813	6 131	2 550	42%	408	6,7%
<b>Boulangerie, pâtisserie, pâtes</b>	1 012	45 513	9 546	987	10%	449	4,7%
<b>Boissons</b>	1 597	40 576	22 648	6 817	30%	2 286	10,1%
<b>Aliments animaux</b>	428	18 954	10 645	1 414	13%	184	1,7%
<b>Autres IAA(a)</b>	2 410	73 018	25 012	4 640	19%	1 283	5,1%

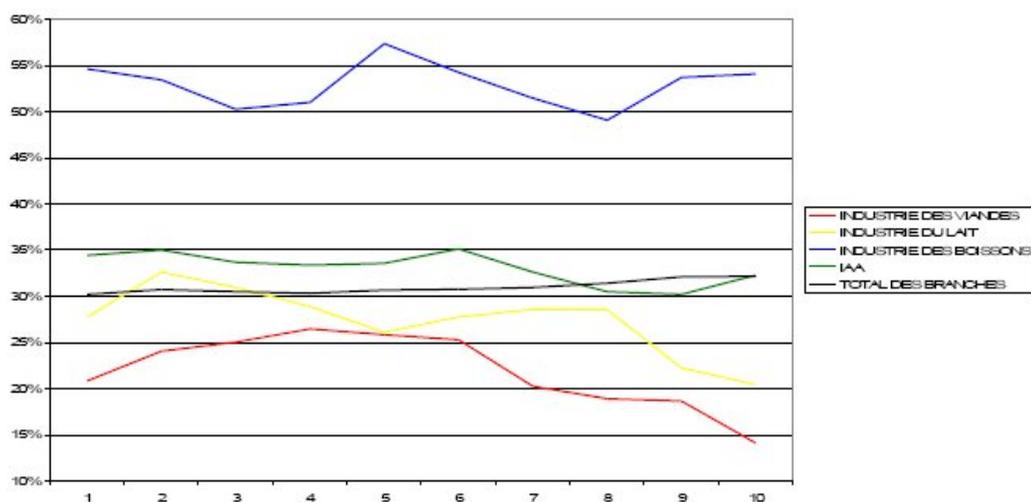
a) Sucre, chocolaterie, confiserie, transformation de thé et de café, condiments et assaisonnements, plats préparés...

b) Fin 2007 hors intérim

c) Avant prise en compte des produits et charges exceptionnels et avant impôts

Source : Agreste, CGEFI

**Figure 25 : évolution du taux de marge des IAA et de l'ensemble des branches de l'économie (Excédent brut d'exploitation/ Valeur ajoutée brute), en %**



Source : INSEE, Comptes nationaux, tableaux de synthèse détaillés niveau G, CGEFI

Source Analyse comparée de la compétitivité des industries agroalimentaires françaises par rapport à leurs concurrentes européennes

## **QUELS SONT AUJOURD'HUI LES PRINCIPAUX ENJEUX DES IAA FRANÇAISES ?**

Les IAA ont à faire face à un certain nombre de défis qui – sans être exhaustif – sont les suivants :

- Les marchés alimentaires, en Europe tout au moins, sont matures, avec en général peu de croissance (il peut néanmoins y avoir quelques exceptions sur certains marchés), mais ils sont stables et non cycliques. La croissance des entreprises se fait donc par l'innovation produits ou services, l'internationalisation et l'achat de parts de marché. Tout cela, conjugué à une rentabilité récurrente mais limitée du secteur (meilleure dans les deuxième et troisième transformations que dans la première) induit une concentration inéluctable. L'atteinte d'une taille critique est nécessaire pour développer une politique d'innovation, de recherche, s'internationaliser, soutenir des marques par la publicité.
- Dans leur offre produits, les IAA doivent intégrer de nouvelles demandes du consommateur : préoccupations nutritionnelles, sécurité sanitaire des produits, origine et traçabilité des produits tout au long de la chaîne. S'y ajoutent depuis peu des préoccupations environnementales et de développement durable : contribution à l'équilibre alimentaire mondial, prévention des pollutions de l'eau, prévention pour les rejets, économies d'énergie tout au long des processus de production et des transports de marchandises, de réduction des emballages... Dans le même temps, le budget des ménages consacré à l'alimentation est passé de 35 % dans les années 1960, à moins de 15 % aujourd'hui, traduisant notamment les gains de productivité considérables du secteur.
- Depuis plusieurs années, les IAA sont confrontées à une concurrence internationale accrue, ce qui pose le problème de la compétitivité des entreprises, des normes, des règles environnementales, sociales, fiscales... existant dans chaque pays. Dans les dernières années, la France a perdu de la compétitivité par rapport à l'Allemagne. En productions animales, le Brésil affiche une stratégie collective de conquête des marchés mondiaux, fondée non seulement sur la compétitivité de son agriculture et de ses coûts de main-d'œuvre, mais aussi sur la

mobilisation des capitaux nationaux autour de cet objectif. Les décideurs politiques et le secteur bancaire sont fortement engagés dans le soutien aux principaux groupes agro-industriels nationaux dans leur processus de concentration et de développement international, en particulier dans les filières d'élevage.

- Enfin, une question revenant régulièrement sur la scène et que le législateur tente de régler périodiquement par de nouvelles lois, circulaires ou ordonnances : les rapports entre les industriels et la grande distribution qui représente le plus grand débouché des industriels. D'un côté, 6 ou 7 grandes chaînes de distribution, de l'autre 10 000 entreprises françaises, sans compter les firmes étrangères. Un rapport de force très déséquilibré, tout ou moins en ce qui concerne les PME qui ne travaillent que sur le marché français. Sauf à opérer dans des niches très spécialisées, celles-ci n'ont d'autre stratégie que de fabriquer des marques de distributeurs. Cela peut représenter des volumes importants, mais les marges dégagées sont faibles, surtout lorsqu'il y a pléthore de fournisseurs possibles.

#### ***Un exemple de filière structurée : les huiles végétales***

Face à ces défis, la structuration récente de certains secteurs illustre la capacité mobilisatrice de filières ayant bien identifié leurs enjeux. Paradoxalement, l'exposition à la concurrence internationale de longue date a sans doute favorisé une structuration efficace de certains secteurs. Il en est ainsi des huiles et protéines végétales, domaine dans lequel la mobilisation en amont des agriculteurs, soumis dans ces espèces depuis des décennies aux prix mondiaux, a permis la constitution d'un modèle innovant pour valoriser les productions de colza et de tournesol.

Après une phase initiale de restructuration industrielle sous l'égide de l'établissement financier spécialisé de cette filière, celui-ci s'est mobilisé sur la recherche de nouveaux débouchés dans les énergies vertes (biocarburants). Consolidant rapidement un véritable groupe industriel, Sofiprotéol a misé sur le regroupement des principales marques permettant la meilleure valorisation des huiles auprès des consommateurs (Lesieur, Fruit d'Or, Isio 4, Puget...). Enfin les synergies récentes développées entre les métiers de l'alimentaire, du biodiesel, de la chimie verte et de la nutrition animale (débouché des fonctions protéines des graines) permettent aujourd'hui, par la compétitivité de ce dispositif intégré, de réaliser une création de valeur durable. Aujourd'hui, sans négliger sa première mission, l'alimentaire, le groupe devenu leader européen des biocarburants, se positionne résolument à l'international. Enfin, au travers d'une approche contractuelle avec ses agriculteurs fondateurs, le groupe a bâti une véritable démarche de progrès environnemental destinée à donner aux productions françaises une avance stratégique pour satisfaire les besoins du consommateur citoyen. Cette mobilisation des agriculteurs est favorisée par leur implication effective au travers de Sofiprotéol dans l'ensemble des métiers d'aval.

Une telle approche intégrée constitue un projet innovant pour les secteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire, des énergies renouvelables et de la chimie verte. Il démontre le bénéfice de l'équilibre entre les débouchés de toute une filière qui a, ici, conduit à la constitution d'un véritable champion international.

## La grande distribution passe au drive

*Ce croisement entre supermarché et Internet devient un relais de croissance.*

Sur les sept premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires du drive – qui permet de faire ses courses sur la Toile et d'aller les récupérer dans son hypermarché sans descendre de voiture – a dépassé le milliard d'euros, selon le cabinet d'études Kantar Worldpanel. Cette niche représente désormais une part de marché de 2,5%. La France compte 1576 drives, deux fois plus qu'il y a un an.

Toutes les grandes enseignes ouvrent leur drive. La question de la rentabilité, qui freinait certains comme Carrefour, n'est plus de mise. Ce croisement entre supermarché et Internet est devenu un relais de croissance. Une ouverture peut se faire en quelques semaines, contre des années pour un hypermarché. « Le drive n'est peut-être pas encore très rentable, mais il est en symbiose avec le magasin au-



SOURCE : KANTAR WORLDPANEL RÉFÉRENCIAGE EXPERT 2012

quel il est rattaché, explique Frédéric Valette, directeur du pôle distribution de Kantar Worldpanel. Il fidélise fortement le consommateur. » Notamment pour les courses de base, comme l'eau, le lait, les boîtes de conserve ou les pâtes. « Soit un ticket moyen de 88 euros chez Leclerc, c'est-à-dire deux fois plus qu'en magasin », soulignait en

Le drive représente désormais 2,5% du marché de la grande distribution.

décembre Pascal Payraudeau, en charge des drives. Les achats plus festifs, comme l'alcool, les produits frais ou les cosmétiques, restent l'apanage des magasins.

Mais le succès du drive pourrait avoir un impact sur leur achalandage, avec une réduction de l'épicerie au profit des fruits et légumes ou du high-tech, par exemple. « On est à la limite du modèle des années 1970 fondé sur la croissance du parc, remarque Delphine Mathez, senior partner chez Roland Berger. Il est temps de réfléchir à une vraie complémentarité de l'offre, à de nouveaux outils. » Comme le fait Casino, par exemple, qui va tester le mois prochain un « mur de commandes » à Lyon. Un supermarché virtuel où l'on scanne les produits avec son portable pour aller les chercher en magasin ou les recevoir chez soi. **S. B.**

34 • CHALLENGES N° 314 - 27 SEPTEMBRE 2012

### LA VENTE DE PRODUITS ALIMENTAIRES SUR INTERNET : ETAT DES LIEUX EN 2009

Selon le CREDOC : « Le chiffre d'affaires du commerce électronique de détail devrait atteindre 25 milliards d'euros en 2009. Dans ce total, on estime que la vente de produits alimentaires représenterait au mieux 1 milliard d'euros. Les denrées alimentaires figurent parmi les catégories de produits les moins recherchées par les cyberacheteurs : à peine 11% d'entre eux déclarent avoir fait une commande de ce type au cours des 12 derniers mois, contre près de 50% dans certaines autres familles de produits. Dans les autres pays d'Europe, à l'exception notable du Royaume-Uni, la part des internautes acheteurs de produits alimentaires est également très faible : 2 à 4% en général. En 2003, selon le SESSI, le volume des achats alimentaires effectués en ligne par les ménages français était compris entre 224 et 258 millions d'euros. Quatre enseignes détiennent l'essentiel de cette activité. Il s'agit des quatre supermarchés en ligne historiques : Auchandirect, Ooshop, Houra et Télémarket, dont le chiffre d'affaires cumulé s'élevait à 143 millions d'euros en 2003 (dernière année pour laquelle on dispose des comptes de Télémarket). Le chiffre d'affaires des quatre cybermarchés français historiques était estimé à 154 millions d'euros en 2004 (Benchmark Group), soit entre 40 et 46% du volume des achats en ligne de produits alimentaires estimé par le SESSI, et à 250 millions d'euros en 2008 (www.ecommercemag.fr) ».

## **ANNEXE 9**

### **La CUMA Bio Val de Seine**

---

Pour valoriser au mieux les légumes bio produits localement, une idée émerge : pourquoi ne pas proposer des légumes de 4e gamme (légumes crus sous vide prêts à consommer) en circuits courts ?

Pour cela, des bâtiments, des équipements et du petit matériel sont nécessaires. Xavier Dupuis, un des repreneurs de la ferme de la Haye investit lui-même dans le bâtiment et les équipements d'épluchage, d'éboutage, de lavage, ainsi que dans une chambre froide pour stocker les matières premières

(87 000 € d'investissement dont 47 000 € de subvention). En complément avec trois autres agriculteurs et une association de producteurs biologiques, il crée la CUMA Bio Val de Seine dont il devient président. Le réseau CUMA participe à la mise en place de cette nouvelle CUMA qui investit à son tour dans deux modules contenant une chambre froide et une ligne de conditionnement pour le lavage, triage et calibrage des légumes. Ces investissements collectifs bénéficient de l'appui financier de l'Agence de l'Eau Seine Normandie qui finance 50 % des investissements de la CUMA. Au préalable, la DRIAIF Ile de France a financé une étude de faisabilité conduite par la société de Conseil Vivrao. Et pour parachever ce montage collectif, la SAS Isomir entre au capital social de la CUMA avec 5 % des parts, en tant qu'associé non coopérateur. Ce qui lui permet de réaliser un apport en compte courant (remboursable sur cinq ans, aux termes desquels elle pourra revendre les parts détenues). Ce montage financier a pour avantage de procurer à la CUMA la trésorerie nécessaire pour démarrer, au taux avantageux de 3,8 %. Au total, la CUMA Bio Val de Seine investit 107 000 €. Le coût de la prestation de transformation (avec sacherie) est estimé à 0,74 €/kg pour un volume prévisionnel de 118 tonnes traité (sont exclus le stockage, le transport, le broyage et le calibrage des produits bruts). Soit un chiffre d'affaire de 87 000 € au démarrage.

La transformation est assurée par de la main d'œuvre qualifiée embauchée soit directement par la CUMA soit mise à disposition par Xavier Dupuis lui-même. Chaque membre de la CUMA Bio Val de Seine vend ses produits transformés soit directement, soit par Ferme Bio Ile de France (outil économique créé par les agriculteurs Bio d'Île-de-France) qui se charge du transport et de la commercialisation. Pour l'instant, sont traités essentiellement dans la CUMA, des carottes et des pommes de terre. Demain, devraient suivre des betteraves et des choux blancs, rouges et verts... L'inauguration officielle de ces installations a eu lieu le 14 mars 2012 en présence des membres de la CUMA et de Pascal Seingier, président de la Frcuma 77-IDF Ouest, qui est venu expliquer devant de nombreux représentants de collectivités locales, et de responsables de restauration collective, les avantages de la formule CUMA. A ses côtés, avaient pris place tous les principaux acteurs de cette démarche collective : Région Île-de-France, SAFER, DRIAIF, Agence de l'eau Seine Normandie, Chambre d'Agriculture, Groupement des agriculteurs biologiques... réunis pour relever ensemble les nombreux défis alimentaires, fonciers, environnementaux et agricoles propres à ce territoire rural...

Pour limiter le coût, permettre une réalisation rapide et faciliter l'évolution de travail, le choix de la construction modulaire (préfabriqué) a été fait pour le bâtiment de la CUMA Bio Val de Seine. Puisque la création d'une activité nouvelle de transformation de produits agricoles est souvent complexe, Isomir, entreprise solidaire, propose un accompagnement avant, pendant et après la mise en service de l'outil : définition de l'outil technique en fonction des productions envisagées, montage du plan d'affaires, identification du besoin de financement, élaboration du dossier de permis de construire et du dossier d'agrément sanitaire, offres de matériels.

Par ailleurs, un partenariat financier pour l'investissement a également été mis en place avec deux objectifs : conforter les fonds propres de l'entreprise grâce à une avance en compte courant d'actionnaire à 3,8 %, sans garantie, et faciliter l'accès aux financements bancaires. Actuellement, nous suivons une vingtaine d'ateliers en collectif en projet, comme celui-ci.

## **ANNEXE 10**

### **Le Plateau Francilien d'Etudes Céréalières**

---

**Le Plateau Francilien d'Etudes Céréalières**, le Frece, a officiellement vu le jour le jeudi 3 mars 2011 à Massy.

Comment faire pour obtenir une mie de pain épaisse ? Quels sont les facteurs qui influencent la gélatinisation de l'amidon ? Est-il possible de créer un biscuit à vocation satiété avec peu de sucre et peu de matière grasse ? Les consommateurs ne se posent sans doute pas ces questions. Mais les scientifiques et ingénieurs de recherche du secteur agroalimentaire, font de ces problématiques leur... pain quotidien !

Pour aller plus loin dans les recherches, un nouveau plateau a officiellement vu le jour le jeudi 3 mars à Massy : le Plateau FRancilien d'Etudes CERéalières (FRECE). "C'est un nouvel outil de travail. Le Frece sera au coeur d'un triptyque innovation/transfert technologiques - recherche - formation, notamment la formation continue", commente avec enthousiasme Camille Michon, physico-chimiste et professeur en sciences des matériaux alimentaires à l'école d'ingénieurs AgroParisTech. Un enthousiasme bien compréhensible puisque la chercheuse est partie prenante dans le projet.

Le plateau, dont la création est portée par trois établissements d'enseignement supérieur de la région parisienne (AgroParisTech, Polytech'Paris UPMC et Le Cnam), est installé sur le campus d'AgroParisTech de Massy. L'Inra (Institut national de la recherche agronomique) est également associé à l'opération. "Nous nous enrichissons mutuellement sur cette activité céréalière. En Ile-de-France, nous avons besoin d'un outil de ce genre", observe Camille Michon. Depuis 2006, la région, AgroParisTech et Polytech, avaient perdu leur centre technique céréalière et leur école de formation sur ces métiers. La mise sur pied du FRECE vient donc combler ce manque.

Le plateau FRECE comprend un atelier de panification avec notamment 5 pétrins instrumentés en parallèle, des zones de préparation et de cuisson. Un dispositif très similaire à ce que l'on trouve chez un boulanger et doté d'une instrumentation beaucoup plus importante permettant d'opérer des mesures. L'atelier est intégré dans un hall technologique qui abrite également des pilotes permettant la fabrication de produit dans des conditions pertinentes par rapport à l'industrie. Un laboratoire d'analyses des farines, des pâtes et des produits finis complète le dispositif. "A termes, il faudra prévoir d'embaucher deux personnes à temps plein pour faire tourner la structure", précise Camille Michon.

Deux axes de recherches :

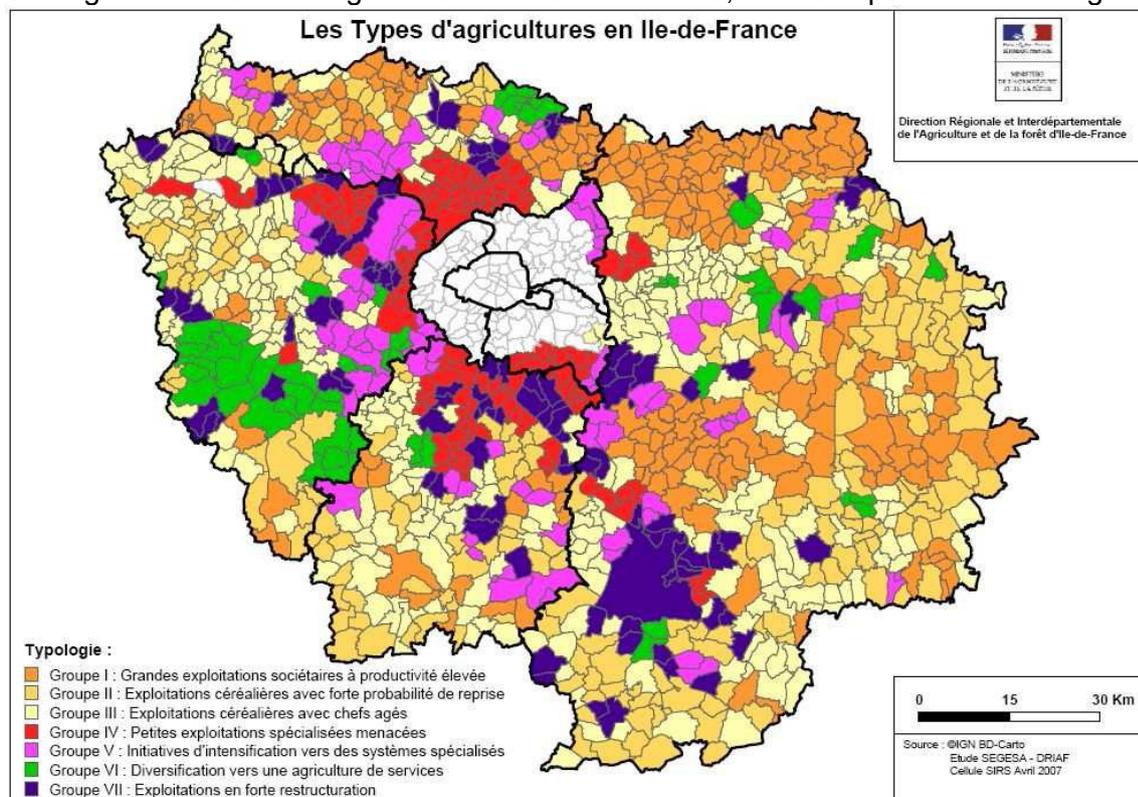
Outre l'outil de formation, deux axes de recherche ont fait l'objet de nombreuses études qui impliquent plusieurs disciplines : le génie des procédés (avec en particulier la cuisson). Et la physico-chimie, avec la chimie et la perception sensorielle (pour faire le lien avec les consommateurs), avec en ligne de mire des applications très concrètes pour les professionnels. "Nos études vont de la farine aux produits finis, rappelle Camille Michon." Comment s'opèrent les transferts thermiques du four vers le produit ? Comment optimiser ces transferts ? Quelles transformations subissent les composants de la pâte à pain ? Comment évolue la structure de la mie ? Quelles molécules se créent lors d'une cuisson ? L'idée est de décortiquer les réactions qui se font au cours de la cuisson du pain", précise la chercheuse.

Côté physico-chimie, les chercheurs veulent comprendre la manière dont les éléments d'un même produit interagissent pour aboutir au produit final. "Ces connaissances permettent ensuite de concevoir de nouvelles recettes qui, en jouant également sur le procédé de fabrication, permettent d'innover en partant du produit fini que l'on souhaite obtenir - c'est un processus d'ingénierie inverse", commente Camille Michon.

L'opération a pu être montée avec 800 000 euros de budget. Le financement en a été assuré à hauteur de 18% par ASTRE (Action de soutien à la recherche et à la technologie en Essonne), l'appel annuel à proposition du Conseil général de l'Essonne. Le reste des fonds est fourni à 35% par la Région Île de France (Action de soutien DIM ASTREA) et 47% par AgroParisTech et Polytech'Paris UPMC.

## ANNEXE 11 Composition de l'agriculture francilienne

Une agriculture associant grandes cultures dominantes, cultures spéciales et élevage



Source Version 5 du DRDR Île-de-France validée le 9 juillet 2012 12/318

Orientation technico-économique (Otex)	Région Île-de-France		
	Nombre d'exploitations	SAU (km <sup>2</sup> )	Part de la SAU régionale
Céréaliculture et plantes oléagineuses et protéagineuses	3 002	3 924	69%
Grandes cultures	879	1 357	24%
Légumes et champignons	85	14	0%
Fleurs et horticulture diverse	255	30	1%
Viticulture	S	1	0%
Cultures fruitières et autres cultures permanentes	61	9	0%
Exploitations bovines orientation lait	36	30	1%
Exploitations bovines orientation élevage et viande	27	12	0%
Exploitations bovines lait, élevage et viande combinés	3	1	0%
Exploitations spécialisées ovines et caprines	30	5	0%
Exploitations avec ovins, caprins et autres herbivores	203	31	1%
Exploitations porcines spécialisées	3	2	0%
Exploitations avicoles spécialisées	45	7	0%
Exploitations avec diverses combinaisons de granivores	7	1	0%
Exploitations de polyculture et polyélevage	382	262	5%
<b>Ensemble</b>	<b>5 026</b>	<b>5 686</b>	

Source : Agreste, recensement agricole 2010

**ANNEXE 12****Volume de Travail Annuel (UTA) par type d'exploitation**

---

	2000	2010	Evolution 2010/2000 (%)
Grandes cultures	6 924	5 305	-23
Cultures spécialisées	3 781	2 062	-45
Élevage	1 483	1 215	-18
Autres	513	482	-6
TOTAL	12 701	9 064	-29

source PRAD

## ANNEXE 13

### Evolution de l'emploi dans les divers secteurs industriels en Ile-de-France et en province

	Ile-de-France			Province			France métropolitaine		
	1990 (en %)	2010 (en %)	Evolution 1990/2010 (en points)	1990 (en %)	2010 (en %)	Evolution 1990/2010 (en points)	1990 (en %)	2010 (en %)	Evolution 1990/2010 (en points)
Fabrication de matériels de transport	17,2	19,2	2,0	19,2	11,4	-7,8	11,4	12,5	1,1
Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac	8,4	12,3	3,9	12,3	20,0	7,7	13,4	19,0	5,6
Fabrication de produits informatiques, électroniques et optiques	10,1	11,9	1,8	11,9	3,7	-8,2	5,0	4,8	-0,2
Autres industries manufacturières, réparation et installation de machines et d'équipements	10,7	10,9	0,2	10,9	9,8	-1,1	10,3	10,0	-0,3
Métallurgie et fabrication de produits métalliques	10,4	7,7	-2,7	7,7	14,6	6,9	13,8	13,7	-0,1
Industrie chimique	8,6	7,3	-1,3	7,3	4,5	-2,8	5,5	4,9	-0,6
Industrie pharmaceutique	5,1	6,2	1,1	6,2	2,5	-3,7	2,1	2,9	0,8
Travail du bois, industries du papier et imprimerie	7,3	5,5	-1,8	5,5	7,7	2,2	8,4	7,4	-1,0
Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique ainsi que d'autres produits minéraux non métalliques	5,9	5,5	-0,4	5,5	10,8	5,3	9,2	10,1	0,9
Fabrication de textiles, industries de l'habillement, industrie du cuir et de la chaussure	7,3	4,9	-2,4	4,9	3,9	-1,0	10,1	4,0	-6,1
Fabrication de machines et équipements n.c.a.	5,5	4,9	-0,6	4,9	6,9	2,0	6,7	6,6	-0,1
Fabrication d'équipements électriques	3,5	3,7	0,2	3,7	4,2	0,5	4,1	4,1	0,0
Total	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	

Source : Insee, Estimations d'emploi

## **ANNEXE 14**

### **Le manque d'attractivité dans les IAA, selon l'ANIA**

---

Intervention de Morgan OYAUX, ANIA (Association Nationale des Industries Agroalimentaires) auprès du CESER, en 2012

« Paradoxalement, alors que la France connaît un niveau élevé de chômage, nous connaissons des difficultés de recrutement. Des simulations ont été effectuées, qui tiennent compte des départs naturels, nous avons identifiés des besoins de recrutement d'environ 30 000 personnes par an. Ainsi nous avons identifié une liste de métiers en tension pour lesquels nous avons du mal à recruter : acheteurs / négociateurs de matières premières, responsables / opérateurs logistiques, nutritionnistes, responsables qualité, exportateurs, responsables recherche & développement.

Une première enquête réalisée en juin 2011 sur l'image de l'industrie alimentaire auprès des directeurs des universités et d'écoles d'enseignement supérieur spécialisées dans l'alimentaire montre un déficit d'image du secteur auprès des jeunes. Une seconde enquête réalisée par notre Observatoire des métiers sur la perception du secteur par les jeunes en juin 2008 a permis de constater notre déficit d'image et d'attractivité : absence d'identification de notre industrie et une mauvaise image de l'industrie. Ces enquêtes révèlent une image négative de l'industrie, à cause des conditions de travail contraignantes et des faibles rémunérations. Par ailleurs, l'enquête révèle également une confusion entre les industries alimentaires et d'autres secteurs d'activité, comme l'hôtellerie-restauration ou la grande distribution. L'image de notre secteur d'activité est également mise à mal par les médias, qui ne relatent que les événements tragiques. Pourtant, nos entreprises ont de nombreux atouts : une image très positive à l'étranger, des produits de qualité, des emplois sur tout le territoire, des recrutements en 2012, de nombreuses PME familiales... De plus cette mauvaise image s'appuie sur des représentations obsolètes des conditions de travail en usine. Dans la grande majorité des cas la réalité n'a rien à voir avec celle-ci. Des progrès techniques et ergonomiques ont été faits, ce qui ne veut pas dire qu'il ne faille pas continuer à travailler sur les conditions de travail, notamment la pénibilité (c'est un chantier 2011-2012 compte tenu des obligations réglementaires). En matière de rémunération, les entreprises, pour attirer des talents, sont obligées d'être au prix du marché. »

## **ANNEXE 15**

### **AGROPARISTECH, Institut des sciences et industries du vivant et de l'environnement**

---

Le ministère de l'Agriculture a lancé en 2004 une réflexion nationale afin de regrouper en pôles géographiques toutes les compétences existantes en formation, recherche et développement dans le domaine des sciences et technologies du vivant. Les réflexions sur les orientations de la politique scientifique d'AgroParisTech sont conduites à ce stade dans le cadre des travaux plus larges engagés au sein de plusieurs de ces pôles (Paris, Nancy, Montpellier, Clermont-Ferrand) et, en particulier, au sein du Pôle Paris Ile-de-France en Sciences et Technologies du Vivant et de l'Environnement (STVE).

Chiffres clés : ce Pôle rassemble plus de 1350 chercheurs et enseignants-chercheurs - dont 410 doctorants, dont la moitié inscrits à l'Ecole doctorale ABIES (Agriculture, Alimentation, Biologie, Environnement, Santé) - pour une communauté en recherche de plus de 3000 personnes, regroupées au sein d'une centaine d'unités de recherche.

Les partenaires :

- AgroParisTech
- ANSES ((Agence Nationale de sécurité sanitaire, de l'Alimentation, de l'Environnement et du Travail)
- Cemagref
- ENSP (Ecole nationale supérieure du paysage)
- ENVA(Ecole nationale vétérinaire d'Alfort)
- INRA(Institut national de recherche agronomique)

Objectifs :

- la construction et la mise en œuvre d'une stratégie commune de recherche et d'enseignement supérieur qui devrait se traduire notamment par une participation accrue des chercheurs à l'enseignement, une plus grande synergie dans les programmes de recherche et des politiques de recrutement mieux concertées ;
- la structuration d'un pôle de recherche et d'enseignement supérieur en sciences du vivant et de l'environnement, pôle d'envergure internationale mieux à même de renforcer les associations existantes avec les universités et les grands centres de recherche européens ;
- le renouvellement des formes de partenariat régional et national, par la mise en place et l'animation d'une structure de dialogue et de transfert chargée de répondre à la demande économique et sociale et de favoriser des formes d'innovation compatibles avec le développement durable.

Structure :

Un Groupement d'Intérêt Scientifique a été constitué en 2006 qui matérialise cette volonté, sans préjudice d'évolutions structurelles ultérieures, notamment dans le cadre de la nouvelle Loi sur la Recherche.

Les travaux de ce GIS portent sur deux champs finalisés bien identifiés :

- "Aliments, alimentation, nutrition, santé" ;
- "Espaces, ressources, milieux sous emprise urbaine" prenant chacun appui sur des ensembles de compétences plus disciplinaires "Biologie intégrative", "Sciences du complexe, intégration des connaissances" et "Gouvernance du vivant".

## ANNEXE 16

**Les pôles de compétitivité constituent un axe essentiel de la politique du Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche (MAAP) en faveur des industries agroalimentaires**

Intitulé du pôle de compétitivité	Régions concernées	Principales thématiques
Agrimip Innovation	Midi - Pyrénées	Agro - chaînes
Aquimer	Nord Pas-de-Calais	Pêche-aquaculture : Production, transformation et valorisation des produits aquatiques
Céréales Vallée	Auvergne, Rhône - Alpes	Céréales
Industrie & Agro-Ressources	Champagne - Ardennes, Picardie	Valorisation de la biomasse, chimie du végétal, bioraffinerie
Nutrition santé Longévité	Nord Pas - de - Calais	Nutrition, santé, biotechnologies, maladies métaboliques, cardiovasculaires et liées au vieillissement
Pôle Européen Innovation Fruits et Légumes (PEIFL)	Provence Alpes Côte d'Azur, Languedoc Roussillon et Rhône Alpes	Fruits et légumes
Qualiméditerranée	Languedoc - Roussillon	Fruits et légumes, vigne et vin, céréales et cultures méditerranéennes
Qualitropic	La Réunion	Produits tropicaux
Valorial	Bretagne, Pays de Loire et Basse-Normandie	Aliments de demain, secteur du lait, de la viande et des ovo-produits, technologies agroalimentaires et nutrition
Végépolys	Pays de la Loire	Sélection variétale, horticulture, végétal spécialisé, paysages
Vitagora	Bourgogne, Franche - Comté	Goût, nutrition, santé
Xylofutur	Aquitaine	Filière bois, exploitation et valorisation des ressources forestières
PASS	PACA, Rhône Alpes	Production de plantes à parfum et aromatiques, arômes, parfumerie, cosmétique et chimie
Filière équine	Basse Normandie	Filière équine, secteur du trot, du galop et du sport.

## **ANNEXE 17**

### **La Cité de la gastronomie**

---

#### *Source Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires*

- Un lieu de culture et de découvertes

La Cité de la gastronomie proposera des activités pluridisciplinaires à travers :

- des espaces didactiques de découverte et de dégustation ;
  - l'organisation de rencontres et de conférences (ponctuelles ou par cycle en partenariat avec les établissements universitaires) ;
  - la programmation d'expositions autour, par exemple, des mouvements culinaires, des personnalités marquantes, des manières de table, « festins, banquets et peintures de genre », « les interdits alimentaires », « qu'est-ce que la cuisine moderne ? », « la publicité aux fourneaux », « architectures gourmandes »... ;
  - le centre de création et d'innovation culinaire ;
  - des résidences de chefs chargés de créer « un chef-d'oeuvre » ;
  - la programmation d'un festival des Cinq Sens témoignant des échanges innombrables entre les disciplines artistiques et les arts culinaires ;
  - la « Cité hors-les-murs », politique d'itinérance et d'échanges culturels en France et dans le monde.
- La Cité de la gastronomie s'impliquera dans toutes les grandes manifestations nationales.

- Un centre de ressources et de formation

La Cité de la gastronomie, lieu d'apprentissage de l'art du bien manger et du bien boire, offrira de nombreux espaces et manifestations alliant pédagogie et information à travers :

- une bibliothèque-médiathèque publique d'information rassemblant les grands classiques de la littérature gourmande et des livres de cuisine du monde entier ;
- l'installation, en partenariat avec l'IEHCA<sup>124</sup>, d'un Institut Mémoires des Arts Culinaires et de découverte des cuisines du monde ;
- une plate-forme d'information et d'orientation aux métiers de bouche
- des ateliers de découvertes et de formations (cycles de Masterclass animés par des chefs, cours de cuisines pour adultes, ateliers d'éducation au goût pour enfants) ;
- les « Tables de la Cité » : organisation tous les mois d'un repas conçu et réalisé par des amateurs
- les « Anciens de la Cité » : encouragement au dialogue intergénérationnel par la transmission de savoirs et savoirs faire ;
- des espaces d'accueil dédiés aux acteurs associatifs ;
- la création d'un parcours sensoriel et d'un jardin potager.

- Un pôle de développement économique et touristique

La Cité de la gastronomie se composera de lieux de commercialisation intégrés au sein de l'espace public dans l'esprit des halles couvertes : pavillons, caves, restaurants...

Elle comportera :

- des espaces d'initiation et de dégustations commentées : œnothèque/vinothèque, caves à fromages, épices, fruits, poissons, charcuteries, thés, cafés, chocolat, huiles... ;
- la grande halle des « trésors gastronomiques du monde » ;
- des restaurants à thème ;
- la grande salle des banquets susceptible d'accueillir des « repas gastronomiques » ;
- des cafés-librairies/maisons de la presse internationale ;
- des magasins dédiés aux Arts de la table (coutellerie, textile, vaissellerie...) ;
- l'Office d'information du tourisme et des paysages gastronomiques français ;
- un pôle d'ingénierie culturelle et de coopération internationale.

---

<sup>124</sup> L'Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation (IEHCA).

## **REMERCIEMENTS**

Le rapporteur et les membres de la commission Emploi et Développement Economique adressent leurs sincères remerciements aux personnalités et organismes qui ont bien voulu apporter leur contribution à la préparation du présent rapport :

*- au cours d'auditions :*

Madame Catherine LE DANTEC, Déléguée Générale de l'Association Régionale des Industries Agroalimentaires d'Ile-de-France (ARIA)

Madame Isabelle BRICARD, Secrétaire Générale Adjointe de la Confédération Générale des l'Alimentation en Détail

Monsieur Christian PEPINEAU, Président d'UNIGROS (Union générale des syndicats de grossistes du MIN de Rungis)

Madame Catherine NASSER, Déléguée Générale du CARIF OREF francilien et Monsieur Morad BEN MEZIAN, en charge des données Emploi-Formation

Monsieur Morgan OYAUX, Directeur des Affaires Sociales de l'Association Nationale des Industries Agroalimentaires (ANIA)

Madame Diane GRANDCHAMPS, Confédération Générale du travail pour l'Agroalimentaire

Madame Agnès RICROCH, maître de conférences hors-classe en génétique évolutive et amélioration des plantes à AgroParisTech

*- au cours d'entretiens et/ou de réunions de travail (liste non exclusive) :*

Madame Laure DE BIASI, chargée d'études au Département Environnement Urbain et Rural, et Madame Carole DELAPORTE-BOLLEROT, chargée d'études au Département Economie et Développement de l'Institut de l'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Ile-de-France

Madame Marie-Christine DE GUENIN, directrice régionale et interdépartementale adjointe du Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de Forêt

Madame Annie KIRTHICHANDRA, du Service régional d'information statistique et économique (SRISE) de la DRIAAF

Madame Michelle LE LOUARN, Chargée de mission pour la DIRECCTE Ile-de-France

Madame Marielle DHUNE, Chef de projets au sein de la division Développement Economique et Emploi, INSEE DR Ile de France - Service des Etudes

Madame Danielle MEYRUEIX, Directrice, Marc GRAINDORGE, Responsable département Innovation et Qualité et Bénédicte DUPONT, Responsable département Marketing & Promotion du CERVIA

Monsieur Renaud GALVEZ, Chef du service accompagnement des PME, Direction du développement économique et de l'innovation, Région Île-de-France

Madame Sophie SAVEREUX, Directrice de l'Agence Régionale d'Amélioration des Conditions de Travail Île-de-France

Madame Catherine OUSSET, Responsable développement économique, Direction du développement et des grands projets, Communauté d'Agglomération Melun Val de Seine

Monsieur Benoît LELAURE, Chargé de mission Agriculture de l'Agence des espaces verts de la Région d'Ile-de-France

Monsieur Frédéric BLAISOT, de la Jeune Chambre Economique de Paris

Madame Isabelle SAVELLI-THIAULT, du CROCIS, Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

Monsieur Pierre SANNER, de la Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires

Monsieur Steven MARCHAND, Chargé de mission IAE/Emploi de la Fédération nationale des associations d'accueil et de réinsertion sociale (FNARS) Ile-de-France

Madame Clémence GHIRARDELLI, Chargée de mission Communication à la Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants Agricoles de l'Ile de France

Monsieur Bruno GARCIA, Délégué régional UREI Ile de France

Madame Valérie GOULET, Direction Générale / DGACSP, Direction Services aux Clients, Responsable Pôle ROME de Pôle Emploi

Le rapporteur souhaite remercier tout particulièrement Madame Catherine LE DANTEC, Madame Isabelle BRICARD, Monsieur Christian PEPINEAU, et Madame Bénédicte DUPONT, qui se sont montrés particulièrement disponibles.