

FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

CONSEIL SPECIALISE PPAM

Séance du 10 février 2012

SOUTIEN A LA PROMOTION DANS LA FILIERE PPAM

Bilan du soutien financier de FranceAgriMer apporté aux actions de promotion de la filière PPAM en 2011

Le prévisionnel budgétaire de l'année 2011 prévoyait une enveloppe d'un montant de 88 K€ pour le soutien aux actions de promotion de la filière PPAM. En définitive, le montant de 116.7 K€ a été conventionné soit 28.7 K€ de plus que le prévisionnel (+ 32 %), grâce aux possibilités de redéploiement budgétaire de lignes sous consommées.

17 actions ont été subventionnées dans le cadre de conventions ou de décisions. Ces projets sont de part leur nature et leur dimensionnement très variés, et les crédits accordés varient de 900 € à 16 400 €.

Les 3 secteurs des plantes à parfum, aromatiques et médicinales ont bénéficié du soutien financier à la promotion :

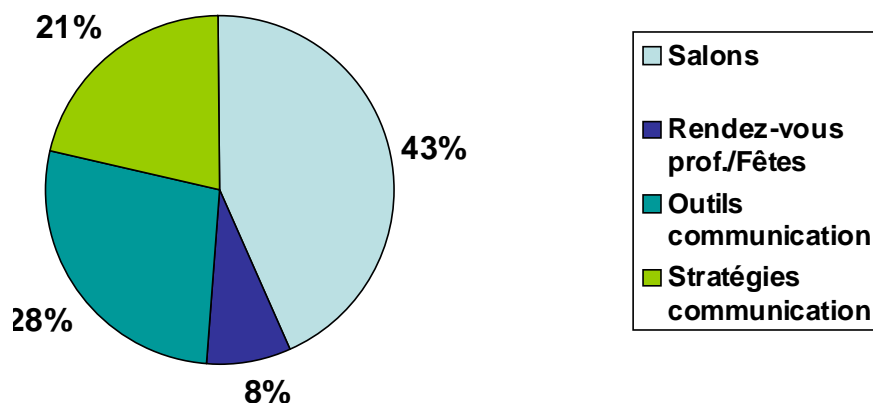
Les plantes à parfum 54.9 K€, soit 47 % du montant total.

Les plantes aromatiques 8.8 € soit 8 %.

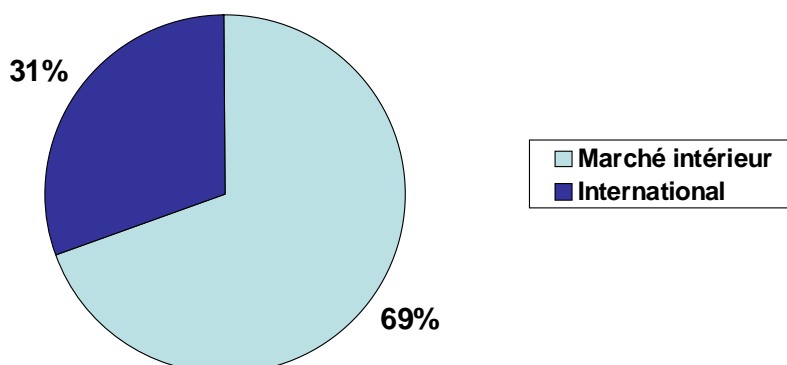
Les plantes médicinales 12K € soit 10 %.

Les projets multi filières 41K € soit 35 %.

La répartition des crédits par type d'actions



La répartition des crédits à l'international et sur marché intérieur



Les nouvelles dispositions d'accompagnement des projets promotion par FranceAgriMer en 2012

Un projet de décision relative à la mise en place d'un cadre d'intervention pour les actions de promotion et de publicité nationale et internationale est en cours de validation au sein de FranceAgriMer.

Cette décision est mise en œuvre avec pour finalité d'optimiser et de rationaliser les crédits alloués aux actions de promotion, de publicité et de communication sur le territoire national, de l'UE et dans les pays tiers, par FranceAgriMer et le Ministère de l'Agriculture.

Elle devrait aussi permettre de préciser pour chacune des filières agricoles ou agro-alimentaires, le périmètre des actions à mener et les axes prioritaires à soutenir.

Bien que non encore actées, les principales évolutions attendues porteraient sur :

- la contribution des bénéficiaires : les filières agricoles et agro-alimentaires concernées apporteraient une participation financière au budget alloué à hauteur de 50 % minimum pour les actions de promotion et de publicité sur le territoire national, dans l'Union Européenne et les pays tiers.
- l'évaluation des actions financées : il faudrait prévoir une évaluation des actions menées et l'impact du programme proposé, sur la base de critères préalablement définis. Ces évaluations pourraient être déléguées à un prestataire externe compétent.
- le planning de la procédure :
 -
 - o Définition en début d'année du plan de promotion de la filière (objectifs, porteurs de projets, actions, premier chiffre éventuel) par la commission promotion. Celle pour la filière PPAM s'est tenue le 24 Janvier 2012 à Avignon.
 - o Validation du plan promotion par le Conseil Spécialisé de la filière.
 - o Présentation au comité promotion FranceAgriMer / Ministère de l'Agriculture.
 - o Etablissement des conventions de financement.

Pour 2012, 70 K€ sont « pré-fléchés » dans le prévisionnel budgétaire pour la promotion relative à la filière PPAM.

Le plan de promotion de la filière PPAM pour 2012

Ce plan a été discuté et validé pour la commission promotion de la filière PPAM qui s'est tenue le 24 Janvier 2012 à Avignon.

Les responsables professionnels présents se sont accordés sur les points présentés ci-après qui vont constituer le plan de promotion de la filière PPAM pour 2012 - début 2013.

Les enjeux et objectifs de promotion :

Pour les plantes aromatiques sèches, il s'agit de renforcer la **notoriété** de ces productions sur le marché intérieur (France et Europe du Nord) afin de consolider leur commercialisation. Il est nécessaire de se distinguer de la concurrence étrangère forte en mettant en avant les atouts très qualitatifs de la production (Label Rouge) et son origine typée Provence (projet d'IGP).

Pour les plantes médicinales l'enjeu consiste à **développer la communication auprès des acheteurs** (laboratoires, extracteurs, négociants) du marché intérieur (France et Europe), sur la disponibilité de l'offre française. La qualité de la production est un atout reconnu par ces professionnels.

Pour les plantes à parfum, il s'agit de **consolider la commercialisation** des huiles essentielles produites en France auprès des **acheteurs internationaux**. Fortement concurrencées par les produits de synthèse et les huiles essentielles étrangères, l'enjeu consiste à mettre en avant la qualité de nos productions (développement durable, agriculture biologique) et à faire valoir la garantie de disponibilité de ces matières premières, à un prix acceptable par l'industrie.

Les types d'actions promotion envisagées :

	Aromates	Médicinales	Huiles essentielles Et Plantes parfum
Zones cibles			
France	X	X	X
UE	X	X	X
Pays Tiers			X
Cibles prioritaires			
Consommateur final	X		
Distributeur/Professionnel	X	X	X
Presse/Prescripteur	X		
Restauration			
Actions prioritaires			
Publicité Média			
Actions Points de vente			
Salon	X	X	X
Relation Presse	X		X
Relation Publique	X		
Formations			
Prospection			X
Actions de crise			

Les professionnels présents à la commission promotion ont souhaité que la filière PPAM poursuive et accentue à moyen terme sa participation à divers salons professionnels en France ou à l'international (Biofach, le Sial, WPC, salon des matières premières de la parfumerie, In Cosmetics, Natexpo, FIE, Vitafood...).

En parallèle, pour appuyer et relayer la présence de la filière sur ces salons, des opérations presse pourront être organisées.

Des actions ponctuelles de prospection commerciale ou de développement de nouvelles applications internet (réseaux sociaux, outils vidéo dédiés...) pourraient être réalisées selon les besoins et opportunités.

Dans le cadre des nouvelles dispositions du soutien à la promotion, l'interprofession (CIHEF) pourrait être porteur de projet dans le secteur des plantes à parfum. Pour les secteurs des aromatiques et médicinales les organismes assurant cette mission sont à préciser en fonction des projets.