

## **PROJET IN.AGRO (Innovation pour l'agroalimentaire)**

Programme de coopération maritime Interreg Italie-France 2014/2020.

"Promotion de la compétitivité des entreprises dans les secteurs prioritaires transfrontaliers".

## ***Dossier***

# **Renforcer la capacité de pénétrer et de maintenir les marchés transfrontaliers principaux**

## Préface

Le projet **IN.AGRO** Innovation pour l'Agroalimentaire est un programme de coopération maritime Italie-France 2014-2020 qui a impliqué les territoires suivants: la Ligurie, avec la CCIAA Riviere di Liguria comme chef de file, le Var avec la CCI de Var, la Sardaigne avec Confcommercio Nord Sardegna, la Toscane avec la CCIAA de Pise et la Corse avec la CCI de Corse. Dans le cadre du projet, le partenariat a identifié et sélectionné un certain nombre de consultants hautement spécialisés dans les domaines des stratégies de communication et de marketing, de la stratégie et de l'organisation des entreprises, de l'innovation technologique et de l'internationalisation des entreprises, afin de soutenir un groupe d'entreprises du secteur économique agroalimentaire (production, commercialisation et utilisation de produits agroalimentaires de qualité) par le biais de services de consolidation et d'expansion des entreprises.

L'objectif du projet était donc de mettre en œuvre, à travers la collaboration du système territorial d'entreprises avec le système de services, une série d'actions synergiques permettant l'échange de savoir-faire et d'expériences de travail entre les entreprises, ayant leur siège dans chacun des territoires partenaires (Ligurie, Sardaigne, Toscane, département du Var français, Corse) opérant dans les secteurs de la production agroalimentaire, du commerce et du tourisme.

Le projet a permis de réunir des groupes hétérogènes d'entreprises des différents territoires partenaires afin de parvenir à renforcer leur capacité à pénétrer et à occuper les principaux marchés transfrontaliers, en termes de débouchés, d'approvisionnement en facteurs de production et de technologies, grâce à la fourniture d'outils de soutien pour la mise en œuvre de projets intégrés et d'initiatives agrégées de promotion, de pénétration et de coopération commerciale internationale.

## Développement des activités de conseil aux entreprises

Dans le cadre du projet, les partenaires ont identifié et sélectionné un certain nombre de consultants hautement spécialisés dans les domaines de la communication et des stratégies de marketing, de la stratégie et de l'organisation des entreprises, de l'innovation technologique et de la gestion des ressources humaines.

L'internationalisation des entreprises, afin de soutenir un groupe d'entreprises du secteur économique agroalimentaire (production, commercialisation et utilisation de produits agroalimentaires de qualité) par des services de consolidation et d'expansion des entreprises.

### **Les activités de conseil qui ont été fournies**

Ce sont les domaines d'intervention détaillés des experts pour les services de conseil spécialisés dans l'appel:

- le marketing opérationnel et l'internationalisation;
- les stratégies de communication;
- le transfert de technologie et l'innovation;
- la chaîne de production, la sécurité alimentaire et l'emballage;
- la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire.

### **Entreprises bénéficiant d'activités de conseil :**

Il s'agit d'entreprises des secteurs agricole, touristique et agroalimentaire, à vocation touristique et environnementale.

Les entreprises qui, à l'issue de la procédure, et après avoir été jugées éligibles, ont bénéficié du service de soutien d'experts sont les suivantes :

Pour la région de Ligurie

- Terra Ligure S.r.l.;
- l'entreprise individuelle Cristina Puppo,
- Azienda Agricola Paolo Gazzotti
- L'entreprise Terrazze di Olivi
- LSS S.r.l.
- 

Pour la région Sardegnna

- Viva Risto Events S.r.l.s.
- Alma S.r.l.
- ITHIRI di Luigi Appddu

#### Pour la région Toscana

- Vinis s.a.s. di Lorenzo Radica & C.
- Soc. Agricola La Ghiraia
- E-creativik
- Levante Spirits roduzione di bevande
- Az. Agr. Colle Prana di Giovanni Sforzin
- La Lumaca del Parco Soc. Consortile
- Angiolini Cioccolato srl
- Fattoria Uccelliera di Ezio Bulleri

#### Pour le VAR

- Entreprise ENIGMANIAC
- Brasserie CARTERON
- Brasserie By Pasta Nonna
- Les tontons fromton
- Les Halles :
- OMQ :
- Puget Villa
- La Gamelle du midi

#### Pour la Corse

- Brasserie di u Monte Kyrie Eleison
- Sarl L'Altrium

### Objectifs atteints et points à améliorer:

Le principal objectif atteint par le projet In.Agro a été l'initiation d'un processus de changement et de renforcement des forces commerciales spécifiques qui a été généré dans les entreprises impliquées, qui ont bénéficié des services de soutien fournis par des experts dans leurs domaines respectifs.

S'agissant d'un projet transfrontalier, l'objectif était de définir un programme de renforcement des entreprises qui présuppose la volonté des entreprises de coopérer avec de nouvelles entreprises d'autres territoires.

La participation et la satisfaction des propriétaires qui ont pris part aux différentes réunions de formation et d'échange et qui ont bénéficié des services de conseil spécialisé ont été accompagnées de l'activation d'un processus d'interaction

transfrontalière entre les entreprises bénéficiaires, favorisé par les mêmes activités de formation et de conseil, grâce auquel il a été possible de se concentrer sur les éléments sur lesquels les intérêts convergent pour la création d'un réseau transfrontalier et son développement dans les différentes zones couvertes par le projet, à mettre en œuvre et à renforcer afin d'impliquer un plus grand nombre d'entreprises de toutes les zones concernées, dans le but d'encourager la prédisposition des entreprises à travailler en réseau, en mettant en œuvre des cours de perfectionnement périodiques dans la perspective d'un projet de formation continue.

### **Points forts pour l'entrée et la présence sur les principaux marchés transfrontaliers**

L'objectif principal atteint par l'In. Agro Project, en plus de la consolidation de l'activité de l'entreprise à travers la définition de plans structurés et d'initiatives de développement, a certainement été l'initiation d'un processus de changement et de renforcement des forces spécifiques de l'entreprise qui ont été générées dans les entreprises impliquées, qui ont bénéficié des services de soutien fournis par des experts dans leurs domaines d'intervention respectifs.

L'accent mis sur les possibilités d'entrer et d'opérer sur les principaux marchés transfrontaliers s'est concentré sur deux aspects :

- **Tendances, perspectives, innovations dans les agro-industries**
- **Opportunités de tourisme expérientiel et durable. Agro-productions et tourisme alimentaire.**

En ce qui concerne le premier aspect "Tendances, perspectives, innovations en matière d'agro-transformation", les entreprises ont pu prendre conscience de certains éléments qui caractérisent les secteurs agro-alimentaire et vinicole, qui sont souvent aussi liés dans un sens touristique, et qui sont largement constitués d'un tissu de micro-entreprises principalement familiales.

En ce sens, les dynamiques environnementales et socio-économiques en cours ont contribué à un intérêt croissant pour les thèmes de l'alimentation propre, des cultivars indigènes et des traditions authentiques.

Dans ce contexte, l'ensemble du territoire devient compétitif s'il identifie, avec des stratégies opérationnelles appropriées, les marchés auxquels dédier des produits et des propositions particulières et de plus en plus ciblées, d'où la nécessité de initier des synergies réelles en ligne et hors ligne entre les entreprises pour renforcer les liens au bénéfice de tous.

Les opportunités d'entrer sur le marché transfrontalier sont également évaluées par les entreprises à travers l'analyse et les différences dans l'art de la table en Italie et en France : éléments caractéristiques et distinctifs des deux cultures ainsi que l'étude des points de contact entre les cultures gastronomiques des deux zones géographiques, qui ont toujours été caractérisées par un échange intense et historique.

La relation entre le Made in Italy dans le secteur agroalimentaire et la France voisine, en tant que marché de destination de la plupart des exportations italiennes, est particulièrement évidente, notamment pour certains secteurs spécifiques, tels que les produits laitiers, le vin, la charcuterie et les fruits et légumes, ce qui justifie une analyse plus spécifique des facteurs de succès et des possibilités de consolidation de cette tendance.

D'autre part, l'accent a été mis sur les forces individuelles du marché agroalimentaire français, les principaux critères de sélection, les tendances de croissance et le potentiel d'innovation, dictés par certaines régions leaders.

D'autres éléments sur lesquels l'attention s'est portée sont ceux relatifs aux méthodes de communication, avec une attention particulière au profilage des utilisateurs potentiels, notamment en ce qui concerne les produits locaux et leurs caractéristiques en vue d'optimiser leur utilisation culinaire et leur service aux clients.

En ce qui concerne " l'agroproduction et le tourisme alimentaire en relation avec les opportunités qui peuvent être générées pour activer le tourisme expérientiel et durable ", les centres d'intérêt étaient les suivants:

- La tendance progressive à s'éloigner des produits commerciaux et des destinations touristiques de masse, provoquée par la prise de conscience alimentaire croissante de la part des consommateurs, qui projette également ses

effets sur le tourisme;

- La préservation des ressources environnementales et alimentaires (de la matière première aux recettes de la mémoire) au centre d'un tourisme doux et lent à impact minimal et d'une offre permettant d'interagir avec un touriste et un gourmet de plus en plus attentif et "connecté", qui souhaite partager de manière active la vie quotidienne (métiers, saveurs, artisanat) du lieu qui l'accueille ;
- Optimisation des destinations touristiques par rapport à la nécessité de désaisonnaliser les flux touristiques ;
- Le thème de la durabilité, avec le désir du touriste d'obtenir des produits totalement écologiques, est un thème important;
- L'identification du "touriste expérientiel" et ses principales caractéristiques;
- La valorisation des micro-entreprises familiales typiques du territoire italien;
- La formation comme moteur des partenariats et du co-marketing ;
- Le "tourisme alimentaire" est un nouveau modèle de tourisme expérientiel dans lequel l'interaction entre l'offre et la demande est fermement positionnée dans le réseau, un lieu de dialogue où acheteurs et vendeurs se rencontrent et se mettent d'accord à distance.