

Synthèse des débats du 28 juin 2018

CLÉS DE SUCCÈS POUR SE DÉVELOPPER SUR LES MARCHÉS À L'HORIZON 2020

- ⇒ **Mettre en place une stratégie claire et cohérente** dans les réponses aux enjeux agroalimentaires (nutritionnels, origine des ingrédients, environnement...)

 - ⇒ **Aborder le digital comme une opportunité pour :**
 - **Créer du lien avec le consommateur** et lui transmettre les informations qu'il recherche (traçabilité ; composition des produits, recettes...). Le consommateur est de plus en plus à considérer comme un « ambassadeur de la marque ».
 - **Mettre en place une stratégie omnicanal, se développer sur de nouveaux marchés** en France et à l'international et **faire émerger de nouveaux modèles** tels que des offres et parcours d'achats personnalisés.

 - ⇒ **Mettre l'Humain au centre**
 - **En interne**, s'attacher à communiquer, donner du sens, motiver, former, accompagner les évolutions et changements. Le management intermédiaire joue un rôle essentiel dans la dynamique des entreprises.
 - **En externe**, ne pas négliger le contact humain au profit de la digitalisation.

 - ⇒ **Adapter son offre**
 - Répondre aux **attentes du consommateur et des enseignes**: bio, local, traçabilité, transparence, confiance, « manger mieux », retour du plaisir et de la gourmandise ...
 - S'appuyer sur des **marques et labels** pour donner confiance mais ne pas surcharger – nécessité d'avoir un **message clair et de raconter une histoire**.
 - **Raisonner en « part d'estomac »** plutôt que part de marché, et en **solution / service**

 - ⇒ **Développer une stratégie Export** (seul ou au travers de mutualisation entre plusieurs entreprises ou via un grossiste). Les tendances sont les mêmes que le marché intérieur (bio, qualité, réassurance, digital ...).

 - ⇒ **Organiser l'interne** avec méthodes et outils ad hoc en veillant à **préserver les atouts des PME** : adaptabilité, rapidité d'exécution, agilité, flexibilité, amélioration continue de l'organisation en permanence.
-

BONNES PRATIQUES

ORGANISATION DE LA PRODUCTION

- **Mettre en place méthodes** (organisation, ordonnancement, rangement, gestion des temps morts,) et **outils adaptés** (pilotage de l'information, planification...)
- **Veiller à pérenniser l'organisation dans le temps tout en développant une dynamique et une culture d'amélioration continue.**
- **Mettre l'Homme au cœur de la performance, impliquer les salariés** dans l'organisation, les former, donner du sens aux métiers et aux changements, donner envie, reconnaître l'engagement, les progrès... Insister sur le **rôle critique des managers** de proximité comme relais terrain et pour accompagner les changements. Ne pas négliger **la transmission** des savoirs, des méthodes et de la culture de l'entreprise.

FINANCEMENT DE LA CROISSANCE

- **Anticiper les demandes de financement** : Les entreprises demandent trop souvent dans l'urgence, alors que les processus de décision sont souvent longs.
- **Préparer un dossier de qualité pour toute demande** (condition majeure pour les partenaires financiers)
- **Maîtriser les outils et les attentes des financeurs.** La recherche des dispositifs appropriés prend du temps. Certains outils sont méconnus (exemple : dispositifs bancaires, accessibles lorsque l'on dépasse la limite du financement classique, sans atteindre le plancher exigé par les fonds d'investissement)

METTRE EN PLACE UNE FILIÈRE AMONT-AVAL

- **Développer une collaboration entre les maillons de la filière** (partage des objectifs – intégration des contraintes de chacun – volonté partagée) et **s'engager sur la durée** en terme de volumes, rémunération et partage de la valeur.
- **Apporter une véritable différence sur le marché** (modes de production, qualité produit, service...)
- **Communiquer** : transparence vis à vis du consommateur, marque simple à identifier, valorisation de la filière auprès du consommateur si possible au travers des Hommes (animations, portes ouvertes....)