

# La Gazette du Midi

L'HEBDOMADAIRE REGIONAL D'INFORMATION ECONOMIQUE ET JURIDIQUE - GROUPE FORUM ECO

MIDI-PYRENEES

21/03/2016

A la une

## L'agroalimentaire fait sa fusion

Alors que va se dérouler en juin le 7<sup>e</sup> forum Sud Ouest Découverte, une convention d'affaires destinée à mettre en relation des entreprises de l'agroalimentaire et des acheteurs régionaux, nationaux et étrangers, les associations qui regroupent les entreprises de l'agroalimentaire en Languedoc-Roussillon (LRIA, 130 adhérents) et Midi-Pyrénées (Aria MP, 160 adhérents) ont fusionné. Une suite logique à la fusion administrative des deux régions et qui devrait permettre de mutualiser les forces et les actions, et pourquoi pas définir une marque unique. La région Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées génère 10 % du CA de l'agroalimentaire en France (15 Mds€ sur près de 158 Mds€ en 2014) et se hisse au 3<sup>e</sup> rang des régions françaises en nombre d'établissements. Le secteur est devenu, avec la fusion, le premier employeur de la nouvelle région. P. 8



**Agroalimentaire.** Les associations qui regroupent les entreprises de l'agroalimentaire en Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées ont fusionné.

## Agroalimentaire: les Aria fusionnent à l'échelle de la grande région

Toulouse accueillera en juin la 7<sup>e</sup> édition de Sud Ouest Découverte, une convention d'affaires destinée à mettre en relation des entreprises de l'agroalimentaire et des acheteurs régionaux, nationaux et étrangers (une cinquantaine est attendue sur les 400 acheteurs prévus, issue d'une vingtaine de pays d'Europe). Sud Ouest Découverte est organisé par Coop de France Midi-Pyrénées qui regroupe 150 coopératives et une centaine de filiales (agriculteurs et transformateurs) dont des poids lourds comme Vivadour, Arterris, Capel ou Unicor, et l'Association régionale des entreprises agroalimentaires (Aria) de Midi-Pyrénées. Près de 110 entreprises participeront à l'événement dont les trois-quarts sont issus de Midi-Pyrénées. À l'image des éditions passées, la manifestation accueillera une vingtaine d'entreprises d'Aquitaine. Mais, cela constitue la nouveauté de cette année: une dizaine d'entreprises de Languedoc-Roussillon fera également le déplacement à Diagona où se déroulera le salon.

Il faut y voir la conséquence logique du rapprochement des Arias de Languedoc-Roussillon (LRIA, 130 adhérents) et de Midi-Pyrénées (ARIA MP, 160 adhérents) qui, sur le modèle des régions administratives, ont entrepris de fusionner, donnant naissance à l'Area, association régionale des entre-

prises de l'agroalimentaire.

### COMPLÉMENTARITÉ

Une alliance rendue possible grâce à une convergence de vues, selon Didier Ageorges, le président de l'Aria Midi-Pyrénées et coprésident de la nouvelle structure (le second coprésident est Didier Barral, le président de LRIA). « Les deux Arias partagent le même esprit: faire ensemble ce qu'on ne peut pas faire tout seul. Or 80% des ressortissants de l'Aria sont des entreprises de moins de 20 salariés et travaillent en milieu rural; pour elles, la mise en marché est très compliquée », explique-t-il.

La fusion, qui sera effective au 1<sup>er</sup> janvier 2017, est aussi possible « parce que nos régions ont des produits complémentaires, assure Didier Ageorges: le vin, les produits de la mer et les fruits pour Languedoc-Roussillon; la viande et les fromages pour Midi-Pyrénées. Cela simplifie les choses: commercialement, nous sommes faits pour faire des affaires! »

### 10% DU CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL

La fusion des Arias devrait aussi donner plus de poids aux actions menées par l'organisme en faveur des entreprises d'un secteur dont le poids économique, suite à la fusion des régions, est devenu déterminant. Le Languedoc-Roussillon Midi-Pyrénées

génère 10% du chiffre d'affaires de l'agroalimentaire en France (15 Mds€ sur près de 158 Mds€ en 2014) et se hisse au 3<sup>e</sup> rang des régions françaises en nombre d'établissements (de l'ordre de 7000) pour 45000 salariés (l'agroalimentaire est devenu le premier employeur de la région).

Sur le plan des missions aussi, les deux ex-Arias veulent jouer la complémentarité, malgré des moyens très différents. L'Aria de Languedoc-Roussillon dispose d'un budget de 1,2 M€ dont 70% de subventions et 30% de cotisations entreprises tandis que l'Aria Midi-Pyrénées bénéficie d'un budget de 600 K€ issus pour 70% des entreprises et de 30% de subventions. « L'enjeu de 2016 est de travailler au modèle économique qu'adoptera l'Area au 1<sup>er</sup> janvier prochain », indique Vincent de Lagarde, le DG de l'Area LRMP.

Les actions que mène l'Aria de Languedoc-Roussillon, sur les problématiques très en amont de la filière, telles que la performance industrielle, la qualité et les RH peuvent désormais bénéficier également aux entreprises de Midi-Pyrénées. Tandis que les actions menées plus en aval, par l'Aria de Midi-Pyrénées sur les questions de commercialisation, vont pouvoir profiter à l'ensemble des adhérents de la nouvelle structure. « L'objectif n'est pas de générer des dépenses supplémentaires, assure Didier



Ageorges, mais de mutualiser l'offre ». Basée aujourd'hui à Montpellier, l'Area s'appuie sur cinq chargés de mission qui couvriront l'ensemble du territoire de la grande région.

### MARQUE SUD DE FRANCE

« Pour nous, la fusion est une réelle opportunité », martèle Didier Ageorges, qui voit dans ce rapprochement la possibilité notamment pour les entreprises de Midi-Pyrénées de bénéficier de la dynamique créée par la marque Sud de France (4200 produits). Initiée en Languedoc-Rou-

sillon dès 2006, elle n'a pas d'équivalent en Midi-Pyrénées, malgré l'initiative des conseils régionaux de Midi-Pyrénées et d'Aquitaine de créer, en 2012, une bannière interrégionale Sud Ouest France (1400 produits). « Nous avons un grand savoir-faire en Midi-Pyrénées, mais un petit faire savoir, déplore le coprésident de l'Area. Il faut que nous apprenions à faire venir les clients vers nos spécialités ». Alors que l'avenir de la marque Sud Ouest France n'est toujours pas scellé, une vingtaine d'entreprises de Midi-Pyrénées, issues du secteur des viandes, a déjà sollicité son adhésion à la marque Sud de France.

### CHARTRE AVEC LES DISTRIBUTEURS

Parmi les travaux qui seront menés par l'Area au cours de cette année, figure la préparation d'une charte avec Coop de France et surtout la Fédération du commerce et de la distribution (FCD) de Midi-Pyrénées. « L'objectif est d'en finir avec les logiques d'affrontement, résume Didier Ageorges, et de conclure une charte pour la mise en valeur de nos produits dans les rayons des grandes et moyennes surfaces régionales. » Les différents acteurs ont l'intention de signer cette convention lors du prochain Sisqa (salon de la qualité alimentaire) qui devrait avoir lieu en décembre 2016.

AGNÈS BERGON