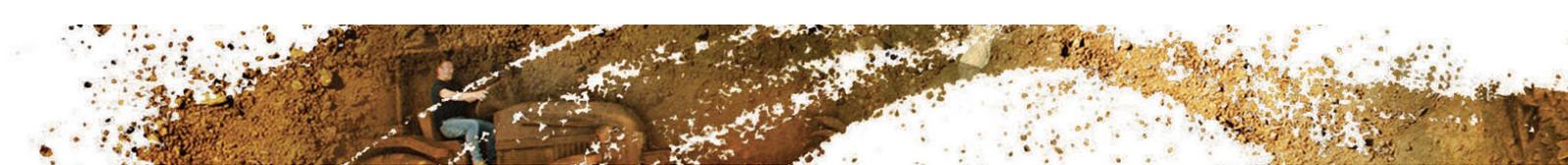


COOP DE FRANCE 2020

UNE STRATÉGIE AU SERVICE
DE LA PERFORMANCE
DES ENTREPRISES COOPÉRATIVES





UN OBJECTIF :

Réaffirmer Coop de France comme un syndicat national d'entreprises, représentation unifiée des coopératives dont les adhérents sont en prise directe avec les marchés, les clients finaux et les consommateurs, qu'ils se situent aux niveaux local, national, européen ou international.

UNE AMBITION :

Défendre et promouvoir les valeurs portées par le modèle coopératif, accompagner ses évolutions tout en recherchant les voies et les moyens d'une plus grande compétitivité pour ses entreprises.

S'inscrire pleinement dans les débats de société en réaffirmant le rôle essentiel des coopératives agricoles : dans l'alimentation de nos concitoyens et en réponse aux attentes des consommateurs ; en matière de développement durable en veillant aux équilibres entre développement économique, préservation de l'environnement et enjeux sociétaux, notamment l'emploi.

UN PROJET QUI S'INSCRIT DANS UNE DYNAMIQUE DE PRESQUE 15 ANS

Création de Coop de France en 2003, puis fusion avec quatre fédérations nationales en 2006 : un porte-voix politique des entreprises coopératives auprès des pouvoirs publics, des médias et de la société civile, pour faire valoir la singularité du modèle d'entreprise coopératif et asseoir le rôle de ces entreprises au sein des filières.

Programme d'action 2007-2009 : cap politique vers un syndicat d'entreprises, émergence « organique » de Coop de France sous l'angle social, organisationnel et immobilier.

Programme d'action 2010-2013 : renforcement de l'efficacité de la gouvernance et de la capacité d'expertise de Coop de France.

2014 : lancement d'une campagne de communication de grande ampleur, structuration de la démarche de formation (Institut de la Coopération Agricole) et mise en place du pôle agroalimentaire.

■ QUATRE ENJEUX PRIORITAIRES

PROMOUVOIR LES PRINCIPES ET LES VALEURS DE LA COOPÉRATION

Sociétés de personnes, mode de gouvernance démocratique selon le principe « une personne, une voix », propriété collective et impartageabilité des réserves, attachement territorial : les coopératives agricoles sont non délocalisables, non opéables et pérennes. Ce lien unique entre les agriculteurs et leur entreprise coopérative, basé sur la solidarité, est économiquement garant du meilleur retour aux producteurs. Ce statut demeure insuffisamment connu, trop souvent critiqué. Les politiques publiques restent pensées pour les entreprises classiques (exemple du CICE).

Coop de France confirme le caractère prioritaire de la stratégie de différenciation du modèle coopératif en agriculture, source de valeurs et d'atouts.

DÉFENDRE LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES COOPÉRATIVES

Résister à la concurrence et déployer leurs potentiels sont les défis qui concernent toutes les coopératives. Or, si demain nos secteurs agricole, agroalimentaire et forestier, ne sont plus en mesure d'affronter les marchés européens et internationaux, ils seront condamnés à une réduction drastique de leurs capacités de production. Notre pays sera alors condamné à importer des parts de plus en plus significatives de produits agricoles et alimentaires, avec des conséquences sur les emplois et les savoir-faire.

Coop de France choisit de porter l'enjeu de la compétitivité dans le débat économique. Ce levier de performance est aujourd'hui devenu un enjeu incontournable dans une économie globalisée.



AFFIRMER NOTRE CAPACITÉ À CONQUÉRIR DE LA VALEUR

Les coopératives agricoles sont créatrices de valeurs. Le modèle d'entreprise est créateur de valeur économique tout au long de la chaîne alimentaire, des agriculteurs aux consommateurs. Internationalisation, concentration, innovation, sont également des leviers de croissance à activer pour créer de la valeur dans la durée. Elles créent également de la valeur pour la société et les territoires dans lesquelles elles sont implantées. Dans cet esprit, la responsabilité sociétale des entreprises donne du sens et de la légitimité aux actions de nos coopératives.

Coop de France affirmera et renforcera la capacité des coopératives agricoles à créer de la valeur pour leurs adhérents, la société, les territoires, notre pays.

ÊTRE PRÉSENTS ET IMPLIQUÉS SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE

L'activité des coopératives a très majoritairement pour finalité l'alimentation humaine. Leur ancrage territorial et leur positionnement particulier entre l'amont et l'aval leur permettent d'être des acteurs incontournables de la chaîne alimentaire. Elles sont idéalement placées pour répondre efficacement aux attentes, parfois contradictoires, du consommateur notamment en termes de traçabilité, de transparence, de qualité et de sécurité sanitaire des aliments. Coop de France se positionne en interaction avec les citoyens et les consommateurs, comme un acteur du débat de société.

Coop de France poursuivra le développement de son positionnement en matière d'alimentation en renforçant son pôle agroalimentaire et en orientant sa campagne de communication « La Coopération agricole » sur l'alimentaire coopératif.

TROIS EXIGENCES À SATISFAIRE

UNE EXPERTISE DE HAUTE QUALITÉ

Coop de France veut mobiliser un haut niveau d'expertise, qu'il soit technique, économique, juridique, fiscal ou social. Elle veut également promouvoir l'interdisciplinarité et les analyses croisées.

Développer une stratégie à 5 ans pour renforcer les compétences.

Investir certaines thématiques prioritaires : économie et financement, internationalisation, nouvelles technologies.

Engager une démarche d'évaluation de la qualité du service rendu aux adhérents.

UNE MEILLEURE RÉACTIVITÉ ET ANTICIPATION

Dans un monde d'immédiateté et de communication, la force d'une organisation professionnelle repose sur sa capacité à anticiper, à réagir rapidement et à faire face à des sollicitations imprévues. Il est devenu ainsi indispensable d'accroître la réactivité et la capacité d'anticipation de nos structures :

Meilleure organisation (création d'une cellule prospective, amélioration de notre système d'information, etc.).

Développement des technologies du numérique.

UNE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE EXEMPLAIRE

La proximité entre la RSE et les coopératives est évidente : gouvernance démocratique, ancrage territorial, prise en compte du « long terme », « transmission aux générations futures. De plus en plus de coopératives agricoles s'impliquent dans des démarches collectives de RSE. Le secteur agroalimentaire a été l'un des premiers sous l'égide de Coop de France à s'engager. Valoriser ses engagements vis-à-vis de la société est une condition pour réussir durablement.

Cet engagement sociétal s'impose également pour notre organisation professionnelle. Coop de France s'appuie en effet sur des valeurs et des principes de fonctionnement suivants :

- Ethique de la coopération : humanisme, respect des autres, solidarité, proximité, démocratie,
- Professionnalisme au service des adhérents,
- Partenariat et travail en réseau,
- Respect des règles et des principes par tous.

Coop de France engagera une démarche RSE dans une volonté d'exemplarité.



■ DEUX LEVIERS D'ACTION À PRIVILÉGIER

LA FORCE DU COLLECTIF

La force de Coop de France repose sur son collectif et son maillage territorial. Coop de France n'est pas la simple addition d'entités régionales ou de filières.

Il est donc essentiel que ce collectif soit organisé, compris de tous et mobilisé. Il s'agit d'apporter la cohérence nécessaire et de gagner en réactivité et en anticipation, tout en faisant vivre une diversité indispensable à notre réseau.

Coop de France réaffirmera l'importance de son réseau et veillera à la bonne articulation de ses structures nationales et régionales.

LA CAPACITÉ D'INFLUENCE

La stratégie d'influence de Coop de France repose sur 5 piliers - expression politique, campagne de communication « La Coopération agricole », relations publiques et institutionnelles, positionnement européen et international, et formation - qui doivent faire l'objet d'une coordination renforcée.

Cela passe prioritairement par l'interconnexion des axes majeurs que sont l'expertise alimentaire et la campagne de communication. Le lobbying européen devra être repositionné en prévision de la renégociation de la PAC en 2020.

Coop de France accroîtra sa notoriété, sa reconnaissance et son audience, afin que ses positions soient mieux prises en compte.

■ TROIS ORIENTATIONS PRIORITAIRES

- 1 CONSOLIDER LE PÔLE AGROALIMENTAIRE DE COOP DE FRANCE EN CRÉANT « COOP DE FRANCE AGROALIMENTAIRE »
- 2 RÉAFFIRMER L'IMPORTANCE ET LE RÔLE DU RÉSEAU RÉGIONAL DE COOP DE FRANCE
- 3 CONFIRMER LE RÔLE CENTRAL DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION « LA COOPÉRATION AGRICOLE » COMME OUTIL MAJEUR DE LA STRATÉGIE D'INFLUENCE DE COOP DE FRANCE



COOP DE FRANCE

43 rue Sedaine - CS 91115 - 75538 Paris CEDEX 11
Tél. : 01 44 17 57 00 - Fax : 01 48 06 52 08 - email : contact@coopdefrance.coop

Site : www.coopdefrance.coop
www.lacooperationagricole.coop