

L'État à la rescousse des entreprises bio

L'agroalimentaire français est dans l'impasse, mais le bio peut encore être sauvé

Depuis le début des années 2000, la France subit le déclin de son industrie agroalimentaire. La bonne performance des vins et spiritueux est l'arbre qui cache la forêt : la balance commerciale hors boissons est en chute libre. Nos voisins européens ont, quant à eux, mis en œuvre des stratégies ambitieuses de modernisation ou de différenciation qui leur a permis d'accroître leurs exportations.

La France continue de miser avant tout sur son agriculture. Exportatrice de produits bruts et importatrice de produits transformés, son modèle est atypique pour un pays développé. Bien que des montants considérables soient dépensés, la stratégie des pouvoirs publics pour l'alimentation manque de clarté, à tel point qu'on peut finir par s'interroger sur son existence au-delà d'actions désordonnées pour éteindre les crises successives. Face au poids de la grande distribution et au prix des matières premières agricoles, l'industrie agroalimentaire française peine à exporter.

Pouvoirs publics et médias se tournent à l'unisson vers ce qui apparaît être une solution miracle : l'alimentation biologique. Car le bio a tout pour plaire : plus sain, plus respectueux de l'environnement, il génère en prime des marges plus importantes pour tous les acteurs de sa chaîne de valeur. La France serait donc en mesure de lutter contre la compétitivité coût de ses voisins par une stratégie de différenciation, sans avoir à changer son modèle agricole.

Malheureusement, nous nous préparons à faire vivre à la filière bio encore jeune le même sort qu'au reste du secteur : les produits bio transformés, qui représentent la majorité des ventes, sont de plus en plus importés et les transformateurs semblent absents de la stratégie publique. Il n'est pas trop tard pour prendre les mesures qui s'imposent pour faire du bio français une filière d'excellence et entamer la reconquête de sa compétitivité, du champ à l'assiette... en passant par l'usine !

La France, puissance agroalimentaire en déclin

Les industries agroalimentaires constituent le premier secteur manufacturier français avec un peu plus de 17 000 entreprises et 550 000 emplois¹. Il s'agit d'un secteur clef pour la France avec une participation positive à la balance commerciale de 8 milliards

commercial s'est creusé lentement au cours des quinze dernières années avec tout d'abord un décrochage par rapport à l'Allemagne et les Pays-bas et plus récemment avec l'Espagne et l'Italie.

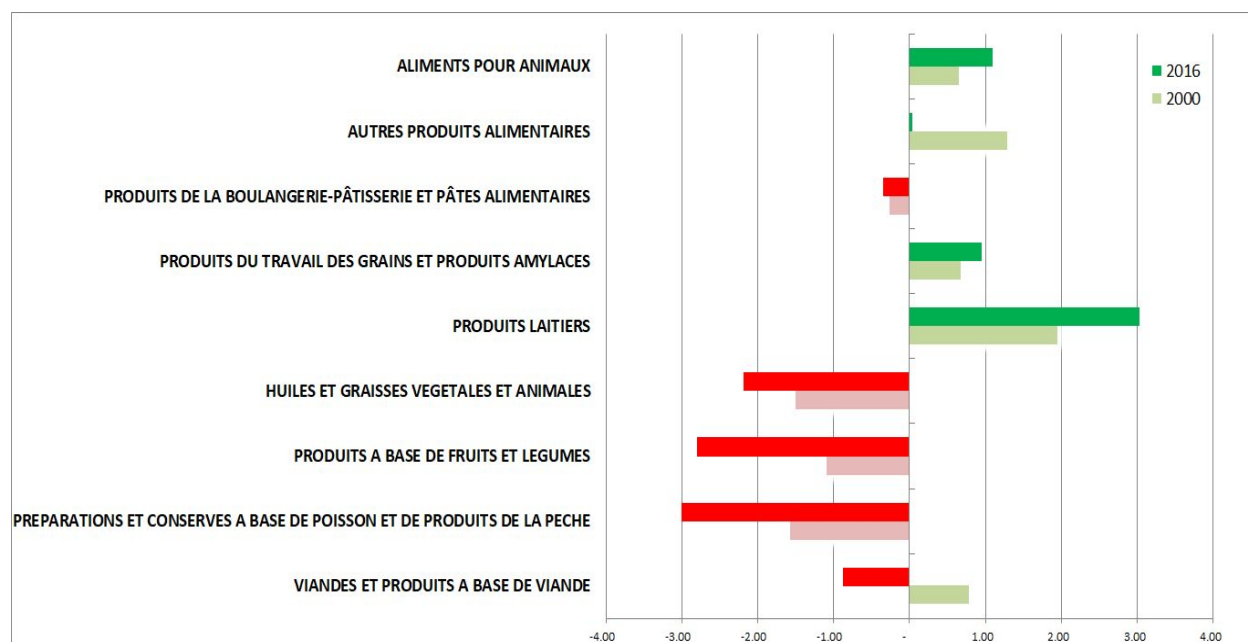


Figure 1 : Evolution du solde de la balance commerciale agroalimentaire entre 2000 et 2016 par filière

d'euros,² troisième secteur derrière les produits chimiques et l'aéronautique. Mais ce bon résultat provient du secteur des boissons, qui affichent un solde positif de 12 milliards d'euros alors que les industries hors boissons souffrent d'un déficit d'environ 4 milliards d'euros. Ainsi, étant donné la substituabilité assez faible entre les deux marchés, nous nous intéresserons dans cette note uniquement au secteur de l'industrie agroalimentaire hors boissons, dont le solde

Comme le montre la figure 1, le solde de la balance commerciale n'a pas diminué dans tous les secteurs, la France reste leader européen sur les produits laitiers, grâce aux groupes Danone et Lactalis, ainsi que pour le travail des grains. Les secteurs où la balance s'est le plus creusée sont les viandes, les produits de la mer, les autres produits alimentaires (notamment biscuiterie et confiserie) et les fruits et légumes.

Les secteurs des produits de la pêche et des fruits et légumes sont des secteurs présentant des particularités géographiques fortes et des produits importés de pays

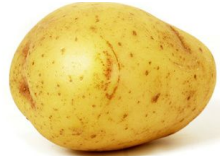
¹ Source : Direction Générale des Entreprises

² Données des Douanes

tiers (fruits exotiques, crevettes asiatiques). Cependant, la plupart des soldes qui se sont creusés concernent des matières premières qui auraient pu être produites en France et proviennent avant tout de nos proches voisins.

The “Parmentier Paradox” :

Une pomme de terre exportée sur cinq revient transformée en France !



L'exemple de la pomme de terre est caractéristique de la situation particulière dans notre pays : en 2016 la France exportait environ 2 600 000 tonnes nettes de pommes de terres brutes pour un solde positif de 770 M€³ mais importait 420 000 tonnes nettes de pommes de terres transformées (surgelées et en conserves) pour un déficit de 360 M€⁴, majoritairement de Belgique, des Pays-Bas et d'Allemagne. La France semble donc compétitive pour les produits agricoles bruts mais beaucoup moins pour les industries de transformations.

Même situation pour la viande de boeuf, où les Charolaises, Aubrac et autres Salers font la fierté des français. La France est le premier pays producteur de boeuf en Europe avec 19 millions de têtes⁵. Elle exporte environ 220 000 tonnes de boeufs vivants par an pour 1,2 Milliards de solde commercial positif. En revanche, elle importe 85 000 tonnes de viandes fraîches et réfrigérées pour un déficit commercial agroalimentaire

³ FranceAgriMer, Les filières des fruits et légumes- données 2016

⁴ Données Douanes

⁵ FranceAgriMer, Données et bilan 2017, Les produits carnés : Viande Bovine

de 330 M€ en provenance majoritairement d'autres pays d'Europe.

Loin de s'améliorer, la situation de l'industrie agroalimentaire française va en se dégradant, contrairement à ce que l'on observe chez nos voisins européens. La figure 2 représente la balance commerciale agroalimentaire hors boissons pour différents pays en 2016 et sa variation sur la période 2012 - 2016⁶. On note que sur la période récente, la France est le seul pays dont la balance commerciale agroalimentaire hors boissons continue de se détériorer.

	Balance commerciale 2016 (m \$)	Variation 2012 - 2016 (million \$)
France	-6 700	-2 300
Italie	-4 700	3 400
Allemagne	4 900	400
Espagne	5 400	2 300

Figure 2 : Solde commercial et évolution des grands pays européens

L'Italie, en déficit comme la France, a récemment entamé un rattrapage. L'Allemagne et l'Espagne ont des balances positives qui s'améliorent encore, avec une dynamique particulièrement favorable pour l'agroalimentaire espagnol.

⁶ Source données WITS, Banque mondiale

La mauvaise élève de l'Europe

Les trois pays que nous avons présentés ci-dessus ont chacun à leur façon réussi à tirer partie de leurs avantages dans la compétition agroalimentaire internationale. Entre 2015 et 2017 la balance commerciale italienne s'est réduite de 4 Mds de dollars, sous l'effet d'actions ciblées de la puissance publique pour améliorer l'image des produits italiens. Le "made in Italy" est ainsi devenu le fer de lance du Ministère italien des politiques agricoles, alimentaires et forestières. De l'autre côté du Rhin, les Allemands ont été les premiers à se lancer dans la course aux exportations agroalimentaires, qui se sont néanmoins stabilisées au cours des dernières années. Le succès de l'industrie allemande s'explique globalement par les mêmes facteurs pour tous les secteurs manufacturiers et réside dans sa maîtrise des processus industriels, de la robotique et dans la compétitivité du coût de sa main d'œuvre. À la différence du modèle italien, l'Espagne n'a pas choisi de se positionner uniquement sur le haut de gamme en se limitant aux produits régionaux, à l'instar de sa célèbre charcuterie. L'industrie espagnole s'est également développée sur un segment moyenne gamme, tirant ainsi parti de leur image globale de qualité. Ce développement a été accompagné par les pouvoirs publics qui n'ont cessé d'œuvrer pour débloquer de nouveaux marchés à la production, en étant les premiers exportateurs en Asie et principalement en Chine.⁷

Ce décrochage progressif de la France est le résultat d'une longue histoire. Tout d'abord, la France possède des désavantages structurels. Les industries agroalimentaires constituent un secteur très éclaté, avec 37% du chiffre d'affaire réalisé par des PME contre 14% en moyenne dans les industries

manufacturières.⁸ La France possède des grands groupes leaders dans les produits laitiers et les céréales, bien que leur taille soit très inférieure aux géants mondiaux.⁹ Le secteur de la grande distribution est très concentré en France, avec des accords récents de fusion de centrales d'achats.¹⁰ Le coût du travail en France est souvent mis en avant pour expliquer la baisse de compétitivité de nos industries. Ces facteurs existent et ne jouent certainement pas en faveur de nos industries. Néanmoins, ils ne peuvent expliquer à eux seuls le déclin français, surtout relativement à des pays similaires en Europe.

La France accuse des désavantages pour les industries manufacturières mais la responsabilité des industriels et de l'Etat doivent être montrés du doigt pour le cas des IAA !

Chez les industriels de l'agroalimentaire, le secteur a longtemps été considéré comme peu innovant. En 2012 la dépense de R&D des entreprises agroalimentaires s'élevait à 0,7% du chiffre d'affaire, bien loin des Etats-Unis qui affichent un taux près de deux fois supérieur. Néanmoins, Ce budget est en progression de 74% par rapport à 2001, reflétant une prise de conscience tardive et l'intensification de la concurrence sur les marchés.¹¹

⁸ Source INSEE

⁹ Danone est par ex. La 11e entreprise mondiale en terme de CA

¹⁰ En 2014, trois fusions de centrales d'achats ont eu lieu

¹¹ *Les industries agroalimentaires en France*, Jean-Louis Rastoin & Jean-Marie Bouquerie, 2015, La documentation française

⁷ Le succès de la filière porcine espagnole, Le Figaro 2015

Le positionnement stratégique des entreprises est également trop tourné vers le haut de gamme, avec une offre parfois inadaptée sur les marchés français et européens. Premier exportateur de produits haut de gamme, la France est passée de 10% à 15% en parts de marché sur ce segment entre 2006 et 2011¹², alors que sur la même période ses parts de marchés totales passaient de 7% à 5%!¹³ Sur ce dernier point, l'exemple de la filière porcine est éclairant : l'offre française peine à se positionner entre l'offre allemande plus compétitive et l'offre espagnole qui jouit d'une meilleure image. Les entreprises peinent ainsi à valoriser l'image de qualité et souffrent d'un manque d'investissement pour diminuer leurs coûts.¹⁴

Le rôle de la puissance publique dans cet échec est le plus préoccupant. L'absence d'un pilotage et d'une politique agroalimentaire française handicape la prise de décision politique.¹⁵ Par le passé, une délégation interministérielle ou un secrétariat d'Etat aux industries agroalimentaires a pu exister. Aujourd'hui, la tutelle des IAA est partagée par le Ministère de l'agriculture et le Ministère de l'économie. Cependant, l'absence de concertation avec d'autres instances publiques (BPIFrance, Business France) est un frein à une politique claire dans le domaine.

En 2013, BPIFrance a consacré 7,5% des aides à l'innovation pour le secteur agroalimentaire, soit environ 44 millions d'euros investis.¹⁶ Un montant complété par d'autres dispositifs, notamment 50 millions d'euros par

¹² *De nouveaux modèles de croissance pour les industries agroalimentaires françaises ?*, La fabrique de l'industrie

¹³ *Le commerce extérieur agricole et agroalimentaire français - Principaux résultats*, DG Trésor

¹⁴ *L'industrie porcine en quête de compétitivité*, L'Usine Nouvelle n°3340, juillet 2013

¹⁵ Voir le rapport de l'inspection générale des finances, *Une stratégie publique pour les industries agroalimentaires*

¹⁶ Source Panorama des industries agroalimentaire 2016

an pour le fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER)¹⁷ et 40 millions d'euros pour FranceAgriMer pour le programme investissement d'avenir.¹⁸ Des sommes importantes, donc, mais sans stratégie claire de l'État et sans coordination des différents organismes.

Une réflexion est également menée pour valoriser le patrimoine gastronomique français, et se concrétisera par la création de cités de la gastronomie dans quatre villes de France en 2019¹⁹. À l'opposé, la France a également choisi d'assouplir en 2013 sa réglementation sur les enregistrements d'élevages aux installations classées pour être en adéquation avec les normes européennes.

150 millions d'euros dépensés chaque année pour l'industrie agroalimentaire française et aucun objectif fixé par l'Etat ?

Tirillée entre compétitivité et haut de gamme, la France ne sait donc pas choisir une direction claire. Dernièrement, les Etats Généraux de l'alimentation ont confirmé la position délicate de l'industrie agroalimentaire française dans les arbitrages nationaux. La contractualisation souhaitée par le Président Macron à partir des coûts de production risque d'avoir un impact fort sur la compétitivité des industries agroalimentaires françaises, déjà en retard par rapport aux autres pays d'Europe.

¹⁷ 300 millions d'euros sur la période 2014-2020

¹⁸ 120M€ pour 2014-2017 pour 3 appels à projets

¹⁹ Lyon, Dijon, Paris Rungis, Tours

Le bio : un sauvetage par l'argent

La France s'est mal adaptée à l'ouverture des frontières, et les Français restent très opposés à la production intensive. Mais le bio représente un espoir pour la filière car il assure des marges plus importantes à tous les acteurs. Il permettrait donc de regagner de la compétitivité sans aligner le modèle agricole français sur celui de l'Allemagne.

Le constat est donc sans appel : l'agroalimentaire français, hors vins et spiritueux, est en déclin. Le manque cruel d'investissements pendant plusieurs décennies a laissé le tissu agricole français dans un état de faibles industrialisation et concentration qui pénalise aujourd'hui la compétitivité des producteurs et transformateurs. Pourtant les Français, selon les enquêtes d'opinion faites récemment, conservent une bonne image de leur agriculture²⁰ et restent très défavorables au modèle de production intensif adopté par certains de nos voisins européens, mettant notamment en avant les problèmes de pollution des sols et les effets sanitaires causés par ces méthodes²¹. Ils considèrent que l'agriculture telle qu'elle est organisée en France est une valeur culturelle à sauvegarder, car elle appartient à notre patrimoine. Ces choix nationaux, dans un contexte de concurrence européenne et internationale, ont laminé la compétitivité prix des produits agroalimentaires français.

Cependant, les mutations profondes des habitudes alimentaires sont peut-être en train de redonner du souffle à ce modèle qui semblait dépassé, et de lui ouvrir de nouvelles portes : celles du marché du bio. Depuis plusieurs années, les consommateurs exigent des produits plus sains, plus respectueux de l'environnement et des agriculteurs, plus traçables et

transparents, renouant ainsi avec une tradition pas si lointaine où l'on consommait localement ce qui était produit localement. Cette demande s'exprime sous des formes multiples : à travers la création de circuits courts, la montée du véganisme, la mode des produits sans gluten, et bien sûr la forte croissance du bio. Ces nouvelles tendances de consommation sont suivies de près par les distributeurs, qui se lancent à fond dans la distribution spécialisée bio (Carrefour bio, Leclerc bio), ou lancent des chaînes de magasins « concept » s'adressant à toutes ces tendances, comme Franprix Noé²². Le bio, qui existe depuis plusieurs décennies, semble s'être imposé comme une offre à la confluence des différentes attentes des consommateurs : un sondage réalisé par l'agence bio montre que les trois premiers facteurs du choix du bio par le consommateur sont la santé, le respect de l'environnement, et le goût. À travers un label créé dès 1985, et s'appuyant sur un réseau de distribution spécialisé, le bio a su créer une image de confiance auprès du consommateur : d'après une étude UFC-Que Choisir réalisée en 2016 sur l'image des labels, 88% des consommateurs font confiance au bio et 85% estiment comprendre sa signification.

Le bio est en ce moment au centre de l'actualité : des états généraux de l'alimentation (et l'objectif phare

²⁰ *Le baromètre de l'image des agriculteurs, Vague 18*, IFOP, 25 février 2018

²¹ Sondage IFOP sur la transition agricole et alimentaire, mars 2017

²² *Bio, vegan, consommation responsable... Franprix multiplie ses magasins "Noé"*, Challenges, 15 novembre 2017

annoncé de 50% de bio dans les cantines d'ici 2022) au salon de l'agriculture, le bio est présenté comme la voie de sortie des crises de l'agroalimentaire français. Et pour cause : en plus d'être en très forte croissance (+21% en 2017, et une croissance moyenne de 15% par an depuis 1999²³), le bio semble mettre tout le monde d'accord sur la soutenabilité de son modèle. Le surcoût que le consommateur est prêt à payer pour les aliments bio se distribuerait harmonieusement sur la chaîne de valeur, permettant aux agriculteurs et petits transformateurs de se rémunérer de manière décente.

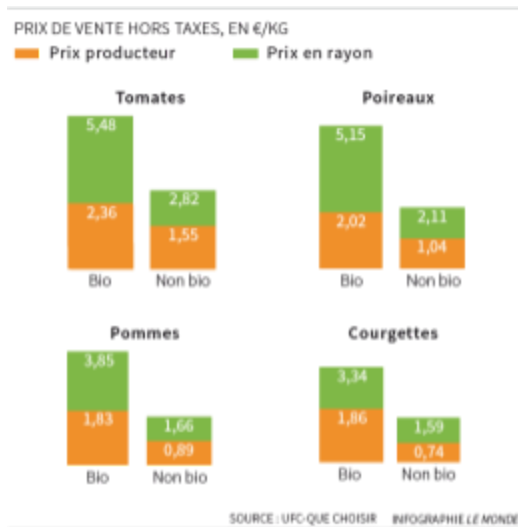


Figure 3 : Prix producteur et rayon de quatre fruits et légumes dans l'étude UFC-Que choisir

Il n'est malheureusement pas encore possible de donner davantage de précisions sur la répartition des marges dans le bio, à l'exception d'une enquête de l'UFC-Que choisir sur les fruits et légumes bio. C'est pourquoi, lors des États Généraux de l'Alimentation, il a été demandé à l'observatoire des prix et des marges de lancer une mission d'étude approfondie des marges dans le bio.

²³ Taille du marché bio, Agence bio

Il est donc question de bio dans tous les discours sur l'agroalimentaire, depuis celui d'Emmanuel Macron aux États Généraux de l'Alimentation ou s'adressant aux jeunes agriculteurs à l'Élysée²⁴, jusqu'à Nicolas Hulot vantant dans un entretien au JDD les excellents rapports de son ministère avec la filière agroalimentaire à travers le projet commun de développer le bio²⁵. On semble avoir trouvé la solution miracle pour sauver l'agroalimentaire français et lui faire reconquérir sa

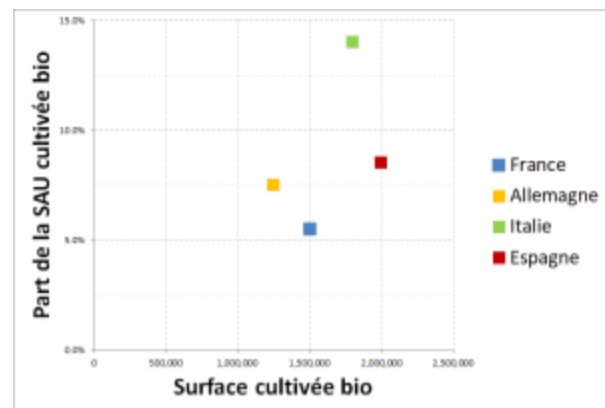


Figure 4 : Surfaces cultivées bio et parts dans les SAU nationales

compétitivité. Mais il faudra évidemment compter, à nouveau, avec la concurrence des pays voisins : s'agissant des surfaces agricoles, alors que la France dispose de 1,5 millions d'hectares agricoles bio (soit 5,5% de la SAU), l'Espagne est déjà en avance avec un peu plus de deux millions d'hectares convertis au bio (soit 10% de sa surface agricole utile), et l'Italie en est à 1,8 million (presque 15% de sa SAU).

²⁴ Discours du Président de la République à la nouvelle génération agricole, elysee.fr, 22 février 2018

²⁵ Nicolas Hulot au JDD : « Je suis toujours debout », Le Journal du Dimanche, 28 février 2018

L'importance des produits transformés dans le bio

Les produits transformés représentent plus de la moitié du marché du bio, et sont de plus en plus importés. Pourtant, les industries de transformation semblent absentes de la stratégie française pour le bio.

Lorsqu'on se penche sur l'action des pouvoirs publics pour développer le bio, comme le plan Ambition Bio ou l'action du fonds Avenir Bio, une chose est frappante :

l'absence quasi-totale de considération de l'industrie de transformation des produits biologiques. Il est vrai qu'à première vue, bio ne semble pas rimer avec usine, mais une brève étude des chiffres de la filière révèle une réalité

toute autre : les produits transformés, notamment les produits d'épicerie où la transformation est à forte valeur ajoutée, représentent plus de la moitié du marché des produits alimentaires biologiques. Ce constat est d'autant plus important qu'une ambition affichée par les pouvoirs publics semble être la reconquête de la compétitivité de la France via le développement du bio. Il est alors crucial de noter, comme l'a fait Emmanuel Macron lors de son discours aux jeunes agriculteurs invités à l'Élysée, que la France affiche un déficit commercial d'environ 1 milliard d'euros sur le bio, pour un marché de seulement 7 milliards d'euros. Mais lorsque Emmanuel Macron dresse ce constat, c'est pour conclure que la France doit remonter la pente en

visant l'objectif de 15 % des surfaces en bio d'ici 2022 figurant dans le plan Ambition Bio, avec une priorité donnée à la conversion dès 2018 pour accompagner

la tendance et un renforcement du fonds Avenir Bio.

Or, que nous apprennent les chiffres ? D'après la figure 5 (reprenant les données de l'agence bio), les produits agricoles bruts ne représentent que la moitié environ du

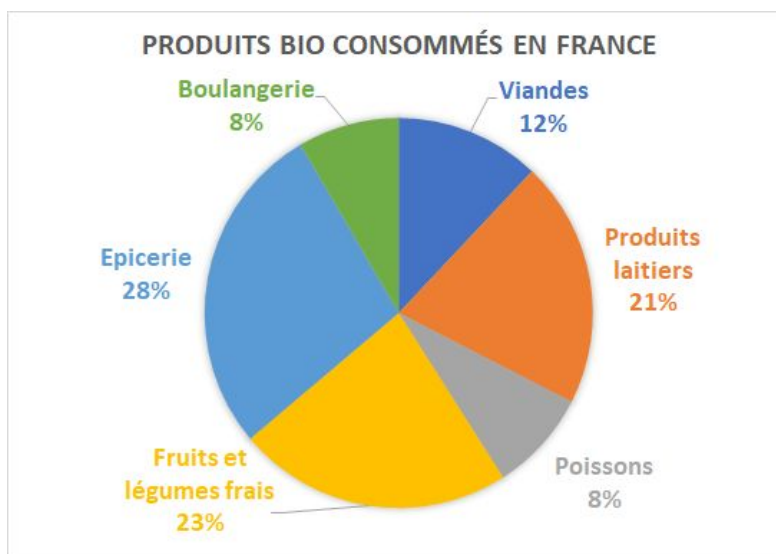


Figure 5 : Répartition par type de produit du marché bio français

marché bio français. En particulier, les produits d'épicerie représentent à eux seuls 2 des 7 milliards d'euros du marché bio. Là encore, les données disponibles sont très limitées et des moyens statistiques plus importants sont en train d'être déployés. Mais, si l'on en croit l'agence bio et la littérature spécialisée²⁶, les aliments transformés tirent le marché vers le haut et leur part est vouée à encore augmenter.

Si l'on se penche sur la provenance des produits par catégorie (voir figure 6, source agence bio), on

²⁶ Les industries agroalimentaires en France, Jean-Louis Rastoin & Jean-Marie Bouquerie, 2015, La documentation française

constate que près de 60% des produits d'épicerie bio sont importés, dont environ 30% en provenance de l'Union Européenne et 30% en provenance de pays tiers. La proportion de produits importés est comparable sur le marché des fruits, et sur des segments moins importants comme la Mer ou les produits traiteur et surgelés. La France se fournit en revanche principalement sur sa production domestique en ce qui concerne les produits laitiers, la boulangerie, les viandes et les œufs. Au regard des importations, un argument communément utilisé est qu'ils sont majoritairement constitués de produits exotiques ou méditerranéens très peu ou pas produits en France, comme les bananes ou les olives.

Cet argument, bien que n'étant pas totalement faux, est légèrement fallacieux pour deux raisons : premièrement, car la moitié des importations provient de pays de l'Union Européenne et concerne majoritairement des produits qui pourraient être produits en France ; deuxièmement car la faible production française de certains de ces produits est due à des décisions stratégiques et non aux données climatiques (c'est par exemple le cas de la banane, pouvant être produite aux Antilles, ou de l'olive, autrefois produite dans le sud de la France mais remplacée dans les années 60 par des arbres fruitiers alors plus rentables). Et cet argument ne concerne pas les produits d'épicerie : la France importe environ

1,2 milliards d'euros de produits d'épicerie bio, ce qui est colossal lorsqu'on considère que les importations bio tous produits confondus représentent 1,9 milliards d'euros. Encore plus alarmant : ces chiffres vont en s'aggravant. En effet, la production française de produits d'épicerie bio n'a augmenté que de 6% entre 2016 et 2017 alors que le marché croissait de plus de 21%.

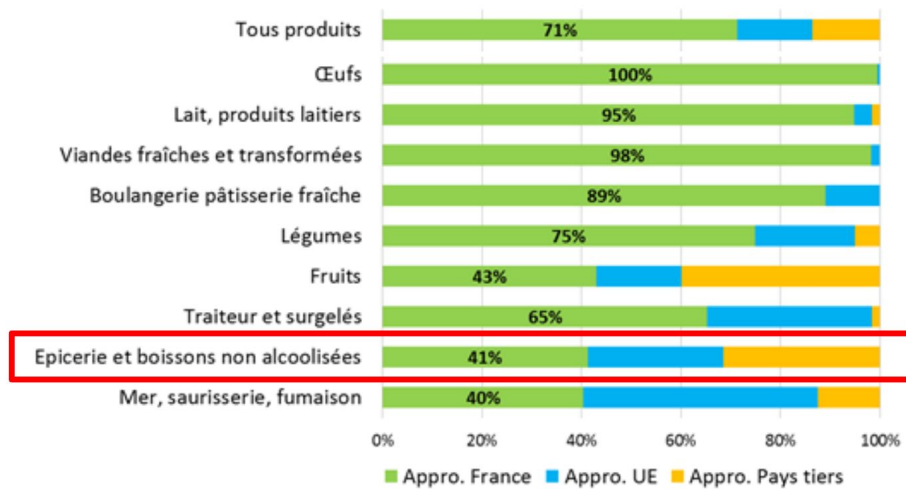


Figure 6 : origine des approvisionnements bio par type de produit

Il apparaît alors urgent de développer les industries de transformation françaises dans le bio et de rétablir leur compétitivité. Sans mesure adéquate, la filière bio semble se diriger à grands pas vers le même sort que le reste de l'agroalimentaire français hors boissons : exportatrice de produits bruts et importatrice de produits transformés. Pour cela, la priorité doit être de favoriser l'investissement industriel. Les acteurs de la transformation peuvent s'appuyer sur une production agricole importante et de qualité ainsi que sur un marché en très forte croissance.

Trois propositions pour redresser le bio

Nous concluons cette note par trois propositions adressées aux pouvoirs publics pour mieux observer et piloter la stratégie française dans le bio, et redonner sa place à la transformation dans les plans ambitieux de développement portés par le gouvernement.

1. Mettre en place un suivi chiffré accompagné d'objectifs pour le bio

Il est aujourd'hui très ardu d'obtenir des statistiques fiables, précises et détaillées sur le bio au-delà de celles produites par l'agence bio. La mission confiée à l'observatoire des prix et des marges va dans le bon sens mais cette exigence de chiffrage devrait être généralisée aux autres statistiques de la filière (impossible par exemple de trouver des chiffres sur le chiffre d'affaires des transformateurs, ou d'examiner la balance commerciale avec la précision de la méthodologie des douanes).

Afin de mener des politiques publiques qui auront de l'impact, il est aujourd'hui nécessaire de se fixer des objectifs précis, chiffrés, et d'établir un suivi annuel précis de l'évolution des indicateurs ciblés. Les transformateurs doivent également faire partie intégrante du prochain plan ambition bio, avec des contreparties sur l'argent investi par la puissance publique.

2. Étendre le crédit d'impôts de l'agriculture aux IAA du bio

Le crédit d'impôts bio et les aides à la conversion sont aujourd'hui réservés aux seules entreprises agricoles.

Afin d'agir sur l'ensemble de la filière bio et de favoriser la transition des industriels, il serait opportun d'étendre ces aides publiques aux entreprises de transformation de produits biologiques. En utilisant les investissements dédiés aux bio comme assiette pour le calcul du crédit d'impôt, une telle mesure inciterait à une augmentation indispensable des investissements industriels.

3. Créer un fonds de la transformation biologique doté de capitaux publics et privés

Il est aujourd'hui urgent de relancer l'investissement dans l'agroalimentaire et notamment dans le bio. L'investissement dans les outils de transformation est aujourd'hui tellement important pour l'ensemble de la chaîne de valeur que l'on voit apparaître des initiatives de la part des distributeurs aidant leurs fournisseurs, souvent transformateurs, à moderniser leur chaîne de production via des fonds privés dédiés. C'est par exemple le cas de Biocoop avec son fonds *Défi Bio*.

L'État pourrait accompagner ces initiatives, en créant un fonds Transformation Bio pour l'investissement dans les outils de transformation biologique, complémentaire du fonds Avenir Bio dédié à la conversion des exploitations agricoles. Ce fonds pourrait fonctionner sur un modèle de co-investissement public-privé, et serait piloté par la BPI, qui réalise de nombreux investissements sur ce modèle dans d'autres secteurs d'activités.