

LA FILIÈRE
PRODUITS D'ÉPICERIE
À L'INTERNATIONAL



Sommaire

CARACTÉRISTIQUES DE LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE	2
LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE DANS LE MONDE	2
1) PRINCIPALES TENDANCES : UN MARCHÉ MONDIAL EN CROISSANCE	2
2) MARCHÉS PORTEURS POUR L'ÉPICERIE SUCRÉE	6
3) MARCHÉS PORTEURS POUR LES AUTRES PRODUITS D'ÉPICERIE	7
LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE EN FRANCE	8
1) CHIFFRES CLÉS	8
2) TENDANCES PAR SEGMENT D'ACTIVITÉS	8
LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE EN NOUVELLE-AQUITAINE	10
1) CHIFFRES CLÉS	10
2) TENDANCES PAR SEGMENT D'ACTIVITÉS	10
3) DES CENTRES DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	15
LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE AUJOURD'HUI	16
LES ENTREPRISES NÉO-AQUITAINES DE LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE À L'INTERNATIONAL	17
LES ENTREPRISES EXPORTATRICES	18
1) PROFIL DES ENTREPRISES EXPORTATRICES	18
2) DES ZONES D'EXPORTATION PLUS DIVERSIFIÉES QUE POUR L'ENSEMBLE DES ACTIVITÉS AGROALIMENTAIRES	22
3) UNION EUROPÉENNE ET AMÉRIQUE, ZONES DE PROSPECTION PRIORITAIRES	23
4) 10 % DES ENTREPRISES ONT UNE IMPLANTATION À L'ÉTRANGER	23
STRATÉGIE ET ACCOMPAGNEMENT A L'INTERNATIONAL	25
1) STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL	25
2) ACCOMPAGNEMENT PAR LES PARTENAIRES DE L'EXPORT	28

CARACTÉRISTIQUES DE LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE

LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE DANS LE MONDE

1) PRINCIPALES TENDANCES : UN MARCHÉ MONDIAL EN CROISSANCE

FABRICATION DE CHOCOLAT

▪ Production :

Le cacao, principal intrant de la production de chocolat connaît une forte concentration de sa production (4 millions de tonnes en 2016), 85 % des volumes sont produits dans 4 pays : **Côte d'Ivoire, Ghana, Vietnam et Equateur**. La transformation et la consommation sous forme de chocolat sont très éloignées des zones de production de la matière première.

Les activités de première transformation du cacao (broyage des fèves de cacao) et de transformation en produits finis ont lieu principalement **en Europe**, qui est également la première zone de consommation de chocolat. Le continent européen concentre 56 % de l'activité de première transformation des fèves de cacao.

Principaux producteurs européens de chocolat : Allemagne, Pays-Bas, Royaume-Uni, Belgique, France et Suisse. *Source : International Cocoa Organization*

▪ Echanges mondiaux :

Les quantités échangées de chocolat et autres produits alimentaires à base de cacao augmentent : hausse de 12 % entre 2012 et 2016.

En 2016, les 3 principaux pays exportateurs sont :

- **Allemagne**, avec 830 milliers de tonnes exportées, soit 15 % des exportations mondiales
- **Belgique**, avec 577 milliers de tonnes exportées, soit 10 % des exportations mondiales
- **Pays-Bas**, avec 405 milliers de tonnes exportées, soit 7 % des exportations mondiales

La France avec un volume de 330 milliers de tonnes de chocolat exportées se situe au **5^e rang mondial des pays exportateurs**.

Les principaux pays importateurs sont :

- **Etats-Unis**, 650 milliers de tonnes importées, soit 12 % des importations mondiales
- **Allemagne**, 470 milliers de tonnes importées, soit 8 % des importations mondiales
- **France**, 444 milliers de tonnes importées, soit 12 % des importations mondiales

principaux acteurs du commerce international de chocolats en 2016

	1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	Autres
Exportations	Allemagne	Belgique	Pays-Bas	France (5 ^e)
Importations	Etats-Unis	Allemagne	France	

Source : Trade Map, International Trade Center

FABRICATION DE CONFISERIE

▪ Production :

Le sucre est principalement utilisé pour la fabrication de confiserie. En 2015, la production de sucre brut représente 140 millions de tonnes de sucre.

Les principales zones de production sont :

- le **Brésil** (35,4 millions de tonnes) et l'**Inde** (25,7 millions de tonnes).

L'Union européenne (18,7 millions de tonnes) est la 3^e zone majeure de production. Il est issu de la culture de betteraves. Le sucre intervient dans la fabrication de tous types de sucreries (chewing-gum, dragées, pâtes de fruits, bonbons gélifiés). *Source : OCDE FAO*

Le 1^{er} octobre 2017, les quotas de production de sucre en Europe ont été abandonnés. La filière sucre va donc subir une réorganisation dans les prochaines années avec de **grands enjeux pour les producteurs** : la gestion de la volatilité des productions et des prix, la compétitivité de leur production vis-à-vis des grands acteurs mondiaux tels que le Brésil, l'Inde ou encore la Thaïlande.

▪ Échanges mondiaux :

En 2016, les quantités échangées de confiserie ont représenté un volume de 3,3 millions de tonnes, soit une croissance de +10 % entre 2012 et 2016.

En 2016, les 3 principaux pays exportateurs sont :

- **Mexique**, 414 milliers de tonnes exportées, soit 11 % des exportations mondiales
- **Chine**, 303 milliers de tonnes exportées, soit 8,3 % des exportations mondiales
- **Allemagne**, 300 milliers de tonnes exportées, soit 8,2 % exportations mondiales

La France, avec 45 milliers de tonnes de confiseries exportées se situe au 22^e rang mondial des pays exportateurs.

En 2016, les 3 principaux pays importateurs sont ::

- **Etats-Unis**, 631 milliers de tonnes importées soit 19 % des importations mondiales
- **Royaume-Uni**, 188 milliers de tonnes importées soit 6 % des importations mondiales
- **Allemagne**, 165 milliers de tonnes importées soit 5 % des importations mondiales

Avec près de 113 milliers de tonnes de confiserie importées en 2016, **la France est le 6^e pays importateur de confiserie.**

s principaux acteurs du commerce international de confiseries en 2016

	1 ^e	2 ^e	3 ^e	Autres
Exportateurs	Mexique	Chine	Allemagne	France (22 ^e)
Importateurs	Etats-Unis	Royaume-Uni	Allemagne	France (6 ^e)

Source : ITC Trade Map

Avec 414 milliers de tonnes de confiserie exportées en 2016, **le Mexique est le premier exportateur de confiserie du monde.** Cependant, les confiseries mexicaines ne sont pas exportées dans le monde entier, elles se concentrent en grande partie vers les Etats-Unis, et dans une moindre mesure, le Canada.

FABRICATION DE MIEL

▪ Production :

La production mondiale de miel **est relativement stable** avec un taux de croissance annuel moyen de 0,2 % entre 2010 et 2014. Elle ne parvient pas satisfaire une demande mondiale en plein essor. De cette situation de déséquilibre sont apparus de nombreux produits contrefaits sur le marché mondial.

Ces produits falsifiés apparaissent sous différentes formes : miel mélangé à du sirop de sucre, étiquetage faux, origine trafiquée.

De nombreux pays importent du miel dans le but de l'étiqueter comme produit local et de le réexporter par la suite. Les producteurs de miel confrontés, aux conséquences de l'utilisation des pesticides sur leurs productions, doivent désormais faire face à un nouvel enjeu : les contrefaçons de miel.

▪ Échanges mondiaux :

En 2016, les échanges mondiaux de miel se sont accrus de 19 % sur les 5 dernières années pour atteindre 1,8 milliard d'€ en valeur.

En 2016, les principaux pays exportateurs sont :

- **Chine**, qui est également le premier pays producteur, 128 milliers de tonnes exportées, soit 19 % des exportations mondiales.
- **Argentine**, 81 milliers de tonnes exportées, soit 12 % des exportations mondiales.
- **Ukraine**, 54 milliers de tonnes exportées, 9 % des exportations mondiales.

La France se classe au **24^e rang des pays exportateurs** avec environ 5 milles tonnes de miel exportées en 2016.

En 2016, les principaux importateurs sont :

- **Etats-Unis**, 166 millions de tonnes importées, soit 26 % des importations mondiales.
- **Allemagne**, 81 millions de tonnes importées, soit 13 % des importations mondiales.
- **Japon**, 48 millions de tonnes importées, soit 8 % des importations mondiales.

Avec 35 milliers de tonnes de miel importées en 2016 (6% des importations mondiales), **la France se classe 5^e rang des pays importateurs.**

Principaux acteurs du commerce international de miel en 2016

	1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	Autres
Exportateurs	Chine	Argentine	Ukraine	France (24 ^e)
Importateurs	Etats-Unis	Allemagne	Japon	France (5 ^e)

Source chiffres : International Trade Center ; Trade Map

ALIMENTS HOMOGÉNÉSÉS, DIÉTÉTIQUES, NUTRITION INFANTILE :

La quantité d'aliments homogénéisés pour usages diététiques ou alimentation infantile s'élève à 1,1 millions de tonnes (2,6 milliards d'euros en valeur), **est restée stable sur les 5 dernières années.**

En 2016, les trois premiers pays exportateurs sont :

- **Etats-Unis**, 185 milliers de tonnes exportées, (412 millions d'€), 16 % des exportations,
- **Canada**, 136 milliers de tonnes exportées, (141 millions d'€), 12 % des exportations,
- **Espagne**, 65 milliers de tonnes exportées, (127 millions d'€), 6 % des exportations

La France avec 46,8 milliers de tonnes exportées est le **7^e pays exportateur** de produits homogénéisés. En valeur les exportations se portent à 116 millions d'€.

En 2016, les trois premiers pays importateurs sont :

- **Etats-Unis**, 169 milliers de tonnes importées, (237 millions d'€), 15 % des importations
- **Canada**, 72 milliers de tonnes importées, (180 millions d'€), 6 % des importations
- **Royaume-Uni**, 69 milliers de tonnes importées (186 millions d'€), 6 % des importations

Avec un volume de 45,9 milliers de tonnes d'aliments homogénéisés importés, la France est au 7^e rang des importateurs de produits homogénéisés (180 millions d'€).

	1 ^e	2 ^e	3 ^e	Autres
Exportations	Etats-Unis	Canada	Espagne	France (7^e)
Importations	Etats-Unis	Canada	Royaume-Uni	France (7^e)

Source : Trade Map ; ITC

Les Etats-Unis et le Canada occupent les deux premiers rangs pour les pays exportateurs et importateurs de produits homogénéisés du fait de l'importance du commerce entre ces deux nations.

CONDIMENTS/ASSAISONNEMENTS

Les échanges internationaux de condiments et produits d'assaisonnement ont augmenté de +20 % entre 2012 et 2016 (soit 6,2 millions de tonnes, 10,2 millions d'€).

En 2016, les premiers pays exportateurs sont :

- Pour les sauces (moutarde, ketchup, sauce soja ...)
 - **Etats-Unis**, 993 milliers de tonnes, (1,5 milliard d'€), 17 % des exportations mondiales
 - **Chine**, 617 milliers de tonnes, (838 millions d'€), 11 % des exportations mondiales
 - **Pays-Bas**, 494 milliers de tonnes, (703 millions d'€), 9% des exportations mondiales
- Pour le vinaigre
 - **Italie**, 120 milliers de tonnes, (252 millions d'€), 22 %des exportations mondiales
 - **Allemagne**, 53 milliers de tonnes (28,7 millions), 10 % des exportations
 - **Espagne**, 43 milliers de tonnes (28,8 millions), 8 % des exportations

La France se classe 5^e exportateur de condiments et vinaigre (156 milliers de tonnes exportées).

En 2016, les principaux importateurs de condiments et assaisonnements sont :

- **Etats-Unis**, 683 milliers de tonnes
- **Royaume-Uni**, 548 milliers de tonnes
- **Canada**, 496 milliers de tonnes
- **France**, 407 milliers de tonnes

2) MARCHÉS PORTEURS POUR L'ÉPICERIE SUCRÉE

DE NOUVELLES ZONES DE CONSOMMATION

- **LE MOYEN ORIENT** est la principale zone de consommation en développement. Ces marchés ont vu un **développement de leur consommation de confiseries et chocolats de +17 % en 5 ans**, avec une croissance soutenue aux **Emirats Arabes Unis (+40 % en 5 ans)**, **Turquie, Arabie Saoudite et Israël, et qui devrait se poursuivre ces prochaines années.**

Chocolat	Importations	Rang mondial	Evolution 2012 - 2016
Arabie Saoudite	108	12 ^e	+29 %
Emirats Arabes Unis	68	18 ^e	+19 %

Source : ITC Trade MAP 2016 En milliers de tonnes – 2016

Confiserie	Importations	Rang mondial	Evolution 2012- 2016
Emirats Arabes Unis	44	15 ^e	+14 %
Arabie Saoudite	42	17 ^e	+16 %

Source : ITC Trade MAP 2016, en milliers de tonnes – 2016

▪ **CORÉE DU SUD**

Les importations coréennes de produits sucrés ont enregistré une **hausse de 18,5 %** entre 2014 et 2015

- Les importations depuis la France représentent 3 % du total des importations.
- Les produits sucrés sont les produits agroalimentaires les plus importés devant les produits laitiers et les boissons non-alcoolisées.
- Développement dans ce pays de magasins spécialisés dans les produits sucrés
- Fort développement des achats en ligne de produits d'importation.
- **« Origine France » reconnue par professionnels et consommateurs** (qualité et haut de gamme)

▪ **BRÉSIL**

L'appétit des catégories les plus aisées de la population (entre 30 et 40 millions de personnes) pour les produits importés a fortement augmenté au cours des années 2000.

- **Les produits de boulangerie/pâtisserie/biscuiterie sont les principaux produits gourmets exportés depuis la France vers le Brésil.**
- les produits gourmets français bénéficient d'une solide réputation en ce qui concerne le **savoir-faire, la qualité et la tradition.**
- Les exportateurs vers le Brésil doivent obligatoirement avoir un importateur local qui se porte garant des produits. **Le système de taxes douanières est assez complexe au Brésil** et nécessite une étude approfondie au préalable.

DES OPPORTUNITÉS EXISTENT ÉGALEMENT SUR DES MARCHÉS MATURES OÙ LA CONSOMMATION STAGNE :

- Les marchés occidentaux suivent une tendance de stabilité voire de récession de la consommation de produits de l'épicerie sucrée. Dans ces pays, la consommation de tels produits est plus raisonnée (USA et Allemagne -1 % en 2016).
- **Cependant, une offre qualitative et de spécialités, pour connaisseurs, avec un élargissement des saveurs se développe afin de faire face à la concurrence liée à la diversification du snacking, et aux tendances du « mieux se nourrir ».**
- **Pays à viser : DANEMARK, JAPON, NORVEGE**

Source : Business France

3) MARCHÉS PORTEURS POUR LES AUTRES PRODUITS D'ÉPICERIE

- **Les aliments homogénéisés et diététiques tels que les produits « sans » ainsi que les produits de l'alimentation infantile** ont des potentiels de croissance intéressants. Par ailleurs en Europe la demande de tous types de **produits biologiques** se fait de plus en plus importante.
 - **AMÉRIQUE DU NORD (CANADA ET ETATS-UNIS) :**
 - Ce sont les 2 premiers pays importateurs d'aliments homogénéisés, diététiques et d'alimentation infantile (près de 20 % des volumes).
 - Les consommateurs se tournent de plus en plus vers des **produits plus sophistiqués et qualifiés de « gourmet »**, qui véhiculent une image de produits de qualité, de terroir, bons pour la santé.
 - **EUROPE :**
 - **Danemark, Norvège, Finlande, Suède** : les consommateurs scandinaves sont de plus en plus sensibles aux problématiques de santé et d'apport nutritionnels des aliments qu'ils consomment. De ce fait, les produits sains et « sans » ainsi que les produits biologiques sont très prisés par les consommateurs.
 - Autres pays d'Europe où ces produits ont un important potentiel : **Allemagne, Belgique, Espagne, Royaume-Uni.**
 - **AUSTRALIE :**
 - Les aliments et plats emballés prêts à consommer sont un segment porteur avec **2% d'augmentation chaque année.**
 - Le marché des produits alimentaires « naturels, bon pour la santé » est **en croissance de 12% sur les 5 dernières années.**
- **Les condiments et assaisonnements**
 - **AUSTRALIE**
 - Les sauces, vinaigrette et condiments ont augmenté de 2% en valeur en 2016 (et devraient augmenter de 1% par an sur les 5 prochaines années.

Source : Business France

LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE EN FRANCE

1) CHIFFRES CLÉS

Chiffre d'affaires : 17,8 milliards d'€

- 12 % du CA national des IAA
- 27 % du CA réalisés à l'export

3 700 entreprises

- un quart des entreprises IAA de France

53 700 salariés

- 14 % des effectifs des entreprises IAA

2) TENDANCES PAR SEGMENT D'ACTIVITÉS

FABRICATION DE CHOCOLAT ET DE CONFISERIE

	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires (HT) En millions d'€	7 984	5 820	5 804
dont CA à l'exportation	23,1 %	24 %	23,4 %
Nb d'unités légales	1 481	1 379	1 430
Effectifs salariés	21 587	21 517	21 188

Source : Statistiques structurelles sur les entreprises IAA ; AGRESTE ; 2016

En France, la **fabrication de chocolat est le premier sous-secteur des produits d'épicerie en termes de chiffre d'affaires**. Elle se divise en deux activités :

- la production de chocolat finis (tablettes, confiserie, pâtes, cacao en poudre, etc)
- la production de chocolat semi-fini utilisé comme intrants pour d'autres productions.

Les transformateurs français se fournissent principalement auprès de la **Côte d'Ivoire et du Ghana, ces deux pays représentent 75 % des fèves de cacao importées en France**.

La production française de chocolat connaît de nombreux débouchés à l'international. En 2015, **56 % des produits finis de chocolaterie ont été exportés**. Source : Syndicat du Chocolat ; Chiffres-clés 2015

France : 7^e consommateur de chocolat, derrière Allemagne, Autriche, Estonie, Royaume-Uni, Danemark, Finlande

FABRICATION DE MIEL

	2013
CA miel (millions €)	129,6
CA Autres produits de la ruche (gelée royale, pollen..) (millions €)	29,3
Production française (tonnes)	10-12 000
Taille du marché français (tonnes)	35-40 000

Source : Syndicat Français des Miels ; Chiffres-clés 2013

Une production en recul depuis plusieurs années – 40 % entre 2010 et 2013.

- plusieurs facteurs influent cette baisse : les conditions climatiques, la baisse des rendements, la mortalité des abeilles (pesticides, frelon asiatique), etc
- le taux d'auto approvisionnement de miel, structurellement inférieur à 50 %, s'est abaissé à moins de 30 % en 2013 (Source : Syndicat Français des Miels), les acteurs du miel se fournissent auprès d'apiculteurs sur le marché international. Source : Syndicat Français des Miels

TRANSFORMATION DU THÉ ET DU CAFÉ

	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires (HT) En millions d'€	1 699	3 595	3 414
Dont CA à l'exportation	8 %	15,5 %	16,3 %
Nb d'unités légales	434	581	650
Effectifs salariés	4 421	7 439	7 589

Source : Statistiques structurelles sur les entreprises IAA ; AGRESTE ; 2016

FABRICATION D'AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES

	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires (HT) En millions d'€	4 893	5 089	5 375
dont CA à l'exportation	38 %	37,6 %	37,8 %
Nb d'unités légales	1 211	1 043	1 259
Effectifs salariés	14 833	15 552	16 068

Source : Statistiques structurelles sur les entreprises IAA ; AGRESTE ; 2016

FABRICATION D'ALIMENTS HOMOGÉNÉSÉS, DIÉTÉTIQUES & ALIMENTS POUR ENFANTS

	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires (HT) En millions d'€	1 944	2 066	2 099
Dont CA à l'exportation	28,2 %	29,9 %	32,7 %
Nb d'unités légales	113	119	159
Effectifs salariés	5 087	5 389	5 493

Source : Statistiques structurelles sur les entreprises IAA ; AGRESTE ; 2016

La fabrication d'aliments homogénéisés se compose en deux catégories :

- Les produits de nutrition clinique sont des aliments diététiques destinés à des fins médicales spéciales prescrits aux patients dénutris ou à risque de dénutrition. Ils sont utilisés sous contrôle médical (par exemple les compléments nutritionnels oraux).
- Les produits de nutrition infantile tels que les aliments en pots pour nourrissons (fruits, desserts, légumes, viandes, légumes-viandes, potages...), plats-assiettes, purées et potages, jus et boissons, petits déjeuners...

FABRICATION DE CONDIMENTS ET ASSAISONNEMENTS

	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires (HT) En millions d'€	1 303	1 160	1 190
Dont CA à l'exportation	20 %	22,2 %	21,6 %
Nb d'unités légales	249	138	203
Effectifs salariés	4 029	3 194	3 390

Source : Statistiques structurelles sur les entreprises IAA ; AGRESTE ; 2016

LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE EN NOUVELLE-AQUITAINE

1) CHIFFRES CLÉS

Chiffres clés :

1,4 milliards d'€ de chiffre d'affaires pour les activités de transformation :

- 18% du CA des IAA régional
- 8^e région française
- 13 % du CA réalisés à l'exportation

480 entreprises de transformation

- 32 % des unités légales IAA de la région
- 689 établissements productifs

4500 salariés

- Soit 15 % des effectifs IAA de la région

2) TENDANCES PAR SEGMENT D'ACTIVITÉS

FABRICATION DE CHOCOLAT ET CONFISERIE

En 2016, la Nouvelle-Aquitaine recense **203 établissements de fabrication de chocolat et de confiserie**, et possède le **3^e tissu productif national pour cette activité**. Les acteurs de la filière sont principalement des artisans et ne produisent pas de gros volumes de chocolat.

	Moins de 10 salariés	Entre 10 et 50 salariés	Plus de 50 salariés
Part des établissements	87 %	10 %	3 %

Source : INSEE 2016

- 70 % de ces établissements ont le statut de siège.
- 96 % des établissements sont détenus par une entreprise ayant son siège social en Nouvelle-Aquitaine.

Principaux établissements en termes d'effectifs :

- 2 M D (79)
- BORZEIX BESSE (19)
- CEMOI CHOCOLATIER (33) – *Siège Hors Nouvelle-Aquitaine*
- CONFISERIES PARIÉS (64)
- CPK PRODUCTION France (86) – *Siège hors Nouvelle-Aquitaine*
- ELIODOR (64)
- FEERIE GOURMANDE (64)
- ILE DE RE CHOCOLATS (17)
- LINDT ET SPRUNGLI (64) – *Siège Hors Nouvelle-Aquitaine*
- MADEMOISELLE DE MARGAUX (33)
- L'ATELIER DU CHOCOLAT (64)
- STE GERSON (19)

La Nouvelle-Aquitaine compte **diverses spécialités de confiserie et de chocolat**. Fabriqués aussi bien par des artisans que par des industriels, ces **produits gourmets** sont identifiés à la région Nouvelle-Aquitaine.

- Bouchons de Bordeaux
- Canelé de Bordeaux
- Guinettes
- Kanouga
- Noisettine du Médoc
- Sarments du Médoc

1^{ère} filière exportatrice parmi les produits d'épicerie, 27,6 % des exportations de la filière épicerie
Echanges commerciaux de cacao, chocolats, confiseries

	2014	2015	2016
Exportations	95,9	113,7	119,2
Importations	151	158,8	191,9
Balance commerciale	-55	-45	-72

Source : Douanes 2016. En millions d'€

Principaux pays clients :

- Espagne, 28 % des exportations
- Australie, 16 % des exportations
- Royaume-Uni, 15 % des exportations
- Canada, 10 % des exportations
- Italie, 9 % des exportations

FABRICATION DE BISCUITS, BISCOTTES ET PATISSERIES DE CONSERVATION

Avec 177 établissements productifs en 2016, la filière biscuits, biscottes et pâtisseries de conservation se situe juste derrière la filière fabrication de chocolat et confiserie.

	Moins de 10 salariés	Entre 10 et 50 salariés	Plus de 50 salariés
Part des établissements	89 %	7 %	4 %

Source : INSEE - SIRENE (2016)

- 93 % ont le statut de siège
- 96 % sont détenus par une entreprise ayant son siège social en Nouvelle-Aquitaine

Principaux établissements en termes d'effectifs :

- BISCUITS POULT (40)
- La compagnie du biscuit (33)
- Madeleines Bijou (87)
- Mondelez France biscuit production (33)
- Pâtisserie les comtes de la marche (23)
- Société Nouvelle Colibri pâtisseries (17)
- Saint Michel Campagnac (24)

4^e filière exportatrice des produits d'épicerie, 12,6 % des exportations de la filière

Echanges commerciaux de biscuits, biscottes et pâtisseries de conservation

	2014	2015	2016
Exportations	67,3	66,4	54,4
Importations	28,2	30,8	31,4
Balance commerciale	+39,1	+35,6	+23

Source : Douanes 2016. En millions d'€

Principaux pays clients :

- Italie, 30,2 % des exportations
- Espagne, 14,3 % des exportations
- Belgique, 11,4 % des exportations
- Allemagne, 10,3 % des exportations
- Royaume-Uni, 8 % des exportations

TRANSFORMATION DE THÉ ET CAFÉ

En 2016, **122 établissements de transformation de café** sont recensés en Nouvelle-Aquitaine. Ce sont essentiellement des TPE, 53 % ont 2 salariés ou moins et 93 % ont moins de 10 salariés.

	Moins de 10 salariés	Entre 10 et 50 salariés	Plus de 50 salariés
Part des établissements	93 %	7 %	0 %

Source : SIRENE 2016

- 78 % des établissements ont le statut de siège
- 98 % sont détenus par une entreprise ayant son siège social en Nouvelle-Aquitaine.

Principaux établissements en termes d'effectifs :

- BRULERIE CORREZIENNE
- CAFE LAUNAY (47)
- CAFES LE BONIFEUR (40)
- CAFES MERLING (17)
- CAFES SOUBIRA (33)
- COMPAGNIE COLONIALE (86)
- DESTINATION (33)
- LE TEMPS DES CERISES (47)
- SARL LE GASCON (64)
- THEOUCAFE (64)

Moins de 1 % des exportations de la filière produits d'épicerie

Echanges commerciaux de thé et café transformés

	2014	2015	2016
Exportations	1,8	1,9	2,8
Importations	24	26,6	29,3
Balance commerciale	-22,2	-24,6	-26,5
Clients		Fournisseur	
Pays	% des exports.	Pays	% des imports.
Lituanie	14,7 %	Allemagne	24,6 %
Espagne	14,4 %	Pologne	15,9 %
Italie	10,1 %	Italie	11,5 %
Portugal	9,8 %	Pays-Bas	11,4 %
Allemagne	8 %	Belgique	10,2 %

Source : Douanes 2016 Source : Douanes 2016 En millions d'€

AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES

Cette filière recense des activités agroalimentaires non classées ailleurs, telles que la fabrication de miel, d'arômes et de colorants, de soupes, de desserts, de compléments alimentaires.

	Moins de 10 salariés	de 10 à 50 salariés	Plus de 50 salariés
Part des établissements	77 %	18 %	4 %

Source : SIRENE 2016

- 81 % des établissements ont le statut de siège
- 93 % sont détenus par une entreprise ayant son siège social en Nouvelle-Aquitaine.

Principaux établissements en termes d'effectifs :

- DANIVAL (47)
- ENNOLYS (40)
- FAMILLE MICHAUD APICULTEURS (64)
- LEA NATURE (17)
- PRODUITS JOCK (33)

24 % des exportations de la filière produits d'épicerie, 2^e filière exportatrice des produits d'épicerie

Echanges commerciaux d'autres produits alimentaires

	2014	2015	2016
Exportations	106,2	108,6	104
Importations	39,8	41,5	53,4
Balance commerciale	+66,3	+67	+50,5

Source : Douanes 2016 En millions d'€

Principaux pays clients

- Etats-Unis, 15 % des exportations
- Italie, 10 % des exportations
- Espagne, 9 % des exportations
- Allemagne, 7 % des exportations
- Pologne, 6 % des exportations

FABRICATION DE MIEL

- **2^e région productrice de France** derrière l'Occitanie, avec une production de 2 897 tonnes en 2016.
- **Une production en baisse de -6% entre 2015 et 2016**, baisse moins élevée qu'au plan national (-33 %). 2016 a été une année difficile pour les apiculteurs, pénalisée par des conditions météorologiques (fortes précipitations au printemps et sécheresse estivale). *Source : Bilan de campagne Miel 2016*
- **74 exploitations produisent du miel certifié Agriculture Biologique**. Cette production concerne 13 790 ruches, soit 12 % des ruches de la région, ce qui fait de la **Nouvelle-Aquitaine la 4^e région française productrice de Miel Biologique**. *Source : Agence Bio ; DISAR statistique agricole annuelle*
- Principales entreprises :
 - Groupe Famille Michaud ;
 - Coop Apicole de Charentes et du Poitou

FABRICATION DE CONDIMENTS ET D'ASSAISONNEMENTS

26 établissements

	Moins de 10 salariés	Entre 10 et 50 salariés
Part des établissements	88 %	12 %

Source : SIRENE 2016

Principaux établissements en termes d'effectifs :

- L'ATELIER DU PIMENT (64)
- BIPIA (64)
- DELOUIS MOUTARDE ET CONDIMENTS (87)
- VINAIGRERIE GENERALE (24)
- VINAIGRES FUCHS (17)

2,6 % des exportations de la filière produits d'épicerie

Echanges commerciaux de condiments et assaisonnements

	2014	2015	2016
Exportations	10,6	11,3	11,4
Importations	16,6	21,1	37,5
Balance commerciale	-6	-9,7	-26
Clients		Fournisseur	
Pays	% des exports.	Pays	% des imports.
Etats-Unis	15,1 %	Italie	28,2 %
Belgique	12,4 %	Pologne	15,8 %
Pays-Bas	10,8 %	Belgique	15,3 %
Espagne	9,6 %	Allemagne	10,6 %
Italie	7,8 %	Espagne	10,2 %

Source : Douanes 2016 - en millions d'€

FABRICATION D'HUILES ET GRAISSES

26 établissements

	Moins de 10 salariés	Plus de 10 salariés
Part des établissements	92 %	8 %

Principaux établissements :

- BIOPRESS (47)
- HUILERIE DE NEUVILLE (86)

20,7 % des exportations de la filière produits d'épicerie, 3^e filière exportatrice des produits d'épicerie

	2014	2015	2016
Exportations	58,5	63,6	89,5
Importations	165,4	171,7	179
Balance commerciale	-106,8	-107,9	-89,5
Clients		Fournisseur	
Pays	% des exports.	Pays	% des imports.
Espagne	34,1 %	Espagne	48,7 %
Royaume-Uni	28,6 %	Pays-Bas	12,1 %
Pays-Bas	12,2 %	Ukraine	11,6 %
Afrique du Sud	11,3 %	Belgique	6,7 %
Maroc	4,9 %	Roumanie	4,2 %

Source : Douanes 2016 En millions d'€

FABRICATION D'ALIMENTS HOMOGENEISÉS ET DIÉTÉTIQUES

17 établissements

Principaux établissements en termes d'effectifs :

- CEREBIO (33)
- COPMED (79)
- VITAGERMINE (33)
- YOOJI (47)

5,8 % des exportations de la filière produits d'épicerie

Echanges commerciaux d'aliments homogénéisés et diététiques

	2014	2015	2016
Exportations	13,9	19,5	24,9
Importations	2,8	7,5	1,9
Balance commerciale	+11,1	+12	+23

Source : Douanes 2016 En millions d'€

Principaux pays clients

- Chine, 21 % des exportations
- Royaume-Uni, 16 % des exportations
- Belgique, 15 % des exportations
- Allemagne, 10 % des exportations
- Suède, 10 % des exportations

3) DES CENTRES DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Centre de recherches et de développement de projets

- AGIR (33)
- AGROTEC (47)
- CVA (19)
- CIBIAL Limoges (87)
- CRITT IAA La Rochelle (17)
- INRA (33 et 86)
- ITERG (33)
- Test'IN (17)

Technopoles/Clusters/Pépinières

- AGROPOLE (47)
- AGRI SUD OUEST INNOVATION (33)
- Pôle Aliments et Santé (17)
- INTERBIO
- NOVAPOLE (19)
- Val Bio Ouest (17)
- Création AGRO (17)

LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE AUJOURD'HUI

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Une filière importante à l'échelle régionale, 4^e IAA régionale derrière les viandes, les produits laitiers et l'alimentation animale. - Une offre de produits gourmets/haut de gamme à forte valeur ajoutée pour toutes les filières produites d'épicerie. - Un fort savoir-faire dans le domaine de l'alimentation-santé, des produits Bio. - L'image produits de qualité des produits français. - Un potentiel d'innovation important porté par de nombreux centres de recherches au sein de la région. 	<ul style="list-style-type: none"> - Des produits ayant une importance relative à l'exportation. - Beaucoup de produits de niches à forte valeur ajoutée non destinés à la grande consommation. - Certains produits possèdent une forte identité en France, mais une popularité relative en dehors du territoire (Piment d'Espelette, chocolat de Bayonne).
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - De nombreuses opportunités pour les produits d'épicerie sucrée avec des zones de fort développement de conso. (Proche et Moyen-Orient, Corée du Sud, Asie du Sud-Est). - Des opportunités pour les produits diététiques, les produits « sans » produits Bio, ou la demande est en fort développement (Scandinavie, Allemagne, Espagne, Amérique du Nord, Chine, Japon). - Essor du e-commerce comme nouveau circuit de distribution pour les produits de l'épicerie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Volatilités des prix des matières premières (fin des quotas sucriers, production de cacao). - Pour les marchés hors-Europe, la France subit une importante concurrence européenne en ce qui concerne l'image d'excellence (Belgique, Italie, Suisse...) - Forte saisonnalité de certains produits (chocolat, confiserie...).

LES ENTREPRISES NÉO-AQUITAINES DE LA FILIÈRE PRODUITS D'ÉPICERIE À L'INTERNATIONAL

Méthodologie d'enquête

Cette partie présente l'analyse des résultats d'une enquête réalisée par l'Observatoire régional des échanges internationaux du 27 septembre au 18 octobre 2017 par courriel et téléphone.

257 entreprises de la filière « produits d'épicerie » ont répondu à l'enquête. Parmi elles, **134 entreprises ont déclaré avoir une activité à l'international**, et ont répondu sur leur exercice 2017.

Les résultats s'entendent pour les entreprises répondantes.

Ils se basent sur un poids identique donné aux répondants quelle que soit l'importance de leurs échanges à l'international. Ils diffèrent donc des analyses réalisées à partir des statistiques douanières qui portent sur les valeurs échangées.

Certaines données sont comparées avec les résultats de l'enquête sur l'ensemble des entreprises régionales de la filière agro-alimentaires, réalisée selon la même méthodologie, à la même période.

LES ENTREPRISES EXPORTATRICES

1) PROFIL DES ENTREPRISES EXPORTATRICES

Répartition sur le territoire

Une sur-représentation dans les Pyrénées-Atlantiques et Gironde

	Produits d'épicerie	Ensemble filière IAA
Pyrénées-Atlantiques	27,3 %	15,9 %
Gironde	19,4 %	12,1 %
Charente-Maritime	9,4 %	12,2 %
Dordogne	7,2 %	9,2 %
Landes	7,2 %	9,4 %
Lot-et-Garonne	7,2 %	14,1 %
Charente	5 %	4,9 %
Corrèze	5 %	5,8 %
Vienne	4,3 %	4,4 %
Deux-Sèvres	3,6 %	6,7 %
Creuse	2,2 %	1,9 %
Haute-Vienne	2,2 %	2,9 %

Note lecture : 27,3% entreprises répondantes pour la filière produits d'épicerie sont en Pyrénées-Atlantiques

Répartition par tranche d'effectifs

Plus de la moitié des entreprises exportatrices emploient moins de 10 salariés

L'effectif médian des entreprises exportatrices de la filière épicerie est de 8 salariés

Entreprises exportatrices	Produits d'épicerie	Ensemble filière IAA
< 10 salariés	53,5 %	49,9%
De 10 à 49 salariés	31,8 %	38,2%
50 salariés et plus	14,7 %	11,8%

Note de de lecture : 53,5% des entreprises répondantes pour la filière produits d'épicerie ont moins de 10 salariés

Démarche qualité et produits gourmets/haut de gamme

58 % des entreprises engagées dans des démarches « qualité »

	Agriculture biologique	Signes d'origine et de qualité	Certification qualité	Autres démarches qualité	Spécialité traditionnelle garantie	Certification environnementale	Aucune démarche qualité
Produits d'épicerie	24 %	23 %	22 %	8 %	8 %	6 %	42 %
Ensemb filières IAA	20,6%	30,2 %	22 %	8,8 %	3 %	5,8 %	40,1 %

* Signes d'origine et de qualité : AOP, IGP, Label rouge ; Certification qualité : ISO9001, IFS, BRC..., Certification environnementale : ISO 14001, AFAQ 26000, Agriconfiance, 3D...

La filière produits d'épicerie possède une **part d'entreprises engagées dans une démarche qualité plus faible que la moyenne des IAA** :

- **La certification agriculture biologique** est au premier rang des démarches qualité de la filière, avec près d'un quart des entreprises engagées dans cette démarche qualité contre seulement 20,6 % pour l'ensemble des filières IAA.
- Les **signes d'origine et de qualité** (AOP, AOC, Label Rouge) sont cités par 23% des entreprises, soit **7 points de moins** que pour l'ensemble des filières IAA
- A souligner : les **produits gourmets et haut de gamme** sont présents chez **63,4 % des entreprises de la filière**, soit **15 points de plus** que l'ensemble des filières.

Innovation

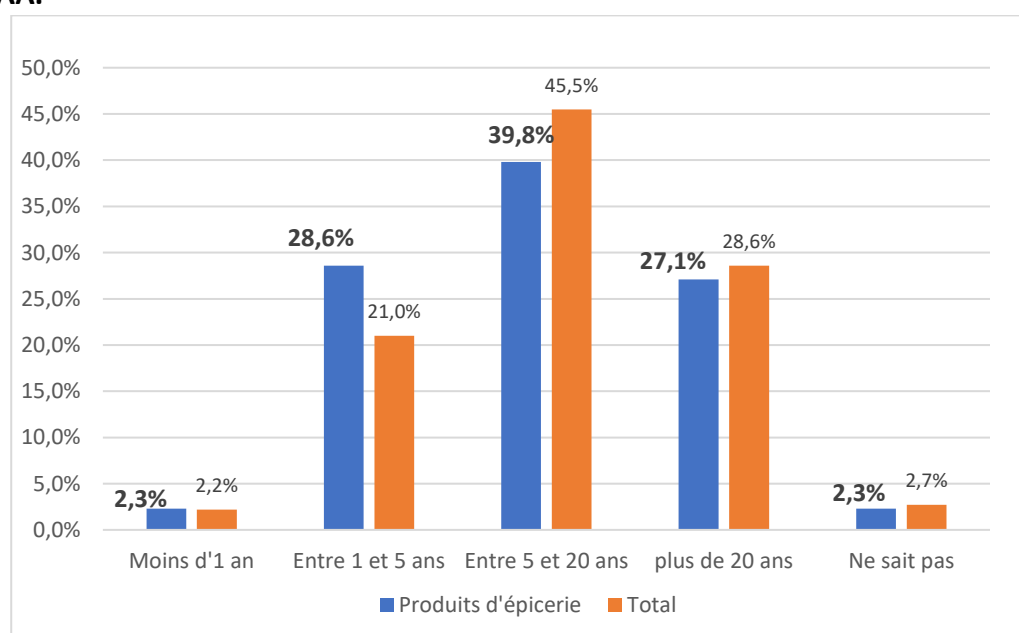
Des entreprises innovantes

	Innovation produit	Innovation marketing, packaging	Innovation process	Innovation organisationnelle	Aucun projet d'innovation
Produits d'épicerie	30 %	23,2 %	16,4 %	14,8 %	15,2%
Ens filières IAA	24,6%	20,5%	15,8%	13,8%	25,3%

85 % des entreprises de la filière produits d'épicerie ont mené un projet d'innovation au cours des 3 dernières années. Elles sont **globalement plus tournées** vers la démarche d'innovation que l'ensemble des filière IAA.

Expérience et structure à l'export

Les entreprises de la filière sont moins expérimentées à l'exportation que l'ensemble des filières IAA.



Note de lecture : 2,3% des entreprises répondantes exportatrices pour la filière produits d'épicerie exportent depuis moins d'un an

67 % des entreprises de la filière exportent depuis plus de 5 ans, cette part est inférieure de 7 points par rapport à la moyenne des entreprises IAA régionales.

Des entreprises dotées de davantage de compétences à l'export

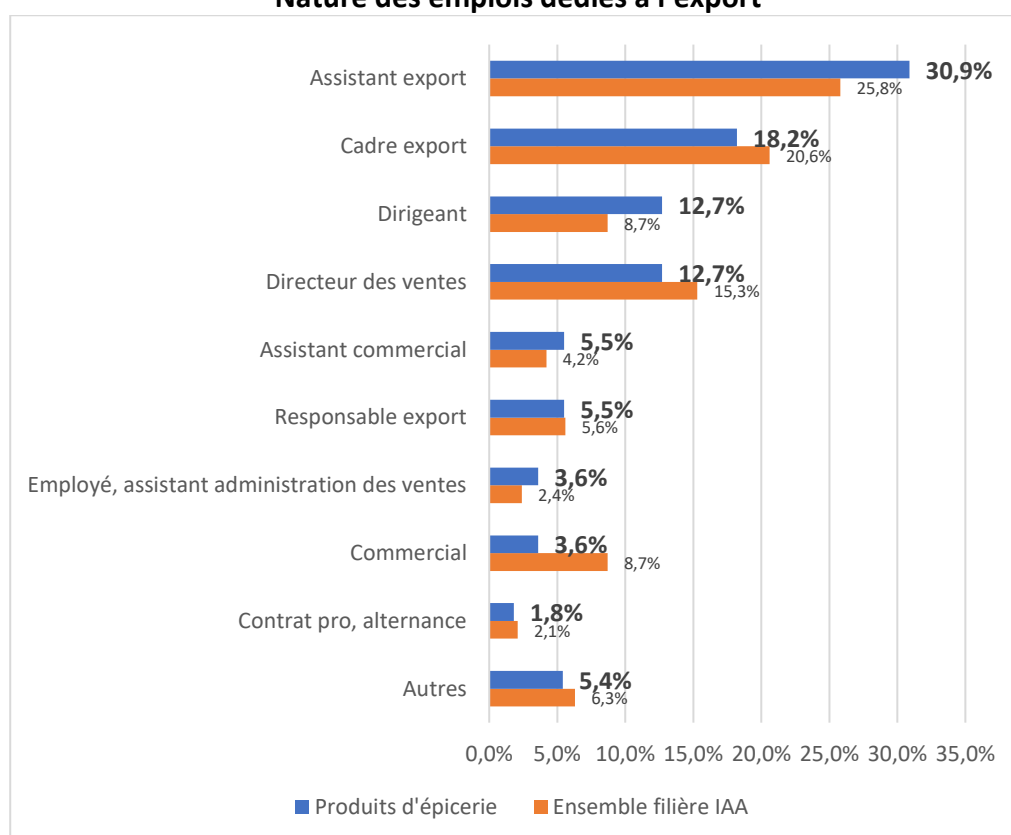
	Emplois dédiés à l'export	Souhait de renforcer les effectifs export
Produits d'épicerie	26,9 %	9,8 %
Ensemble filières IAA	22,3 %	9,1 %

36 entreprises, soit 26,9 % des entreprises **exportatrices** pour filière produits d'épicerie ont répondu avoir des emplois dédiés à l'export.

Nombre d'emploi export pour les entreprises de la filière produits d'épicerie :

- Minimum : 1 emploi (Ensemble des filières IAA : 0,5¹)
- Médiane : 1,5 emplois (Ensemble des filières IAA : 2)
- Maximum : 20 emplois (Ensemble des filières IAA : 30)

Nature des emplois dédiés à l'export



Note de lecture : 30,9 % des entreprises répondantes de la filière produits d'épicerie possède un emploi d'assistant export

11 entreprises soit 14,9 % des entreprises exportatrices de la filière produits d'épicerie ont répondu **vouloir renforcer leurs effectifs export**.

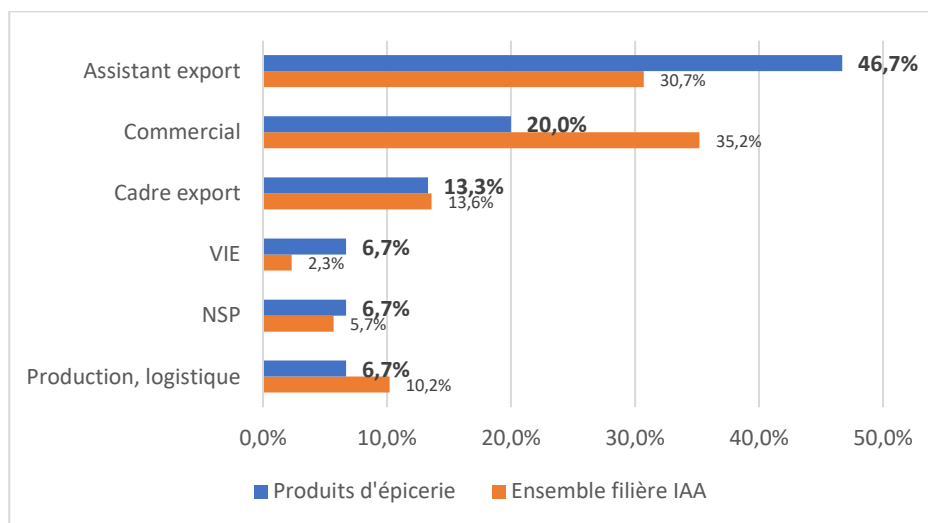
Nombre de salariés export que les entreprises des produits d'épicerie souhaitent recruter :

- Minimum : 0,5 emploi (Ensemble des filières IAA : 0,5²)
- Médiane : 1 emploi (Ensemble des filières IAA : 1)
- Maximum : 10 emplois (Ensemble des filières IAA : 10)

¹ La valeur 0,5 s'explique par des emplois dédiés à l'export tels que les contrats en alternance et les stagiaires

² La valeur 0,5 s'explique par des emplois dédiés à l'export tels que les contrats en alternance et les stagiaires

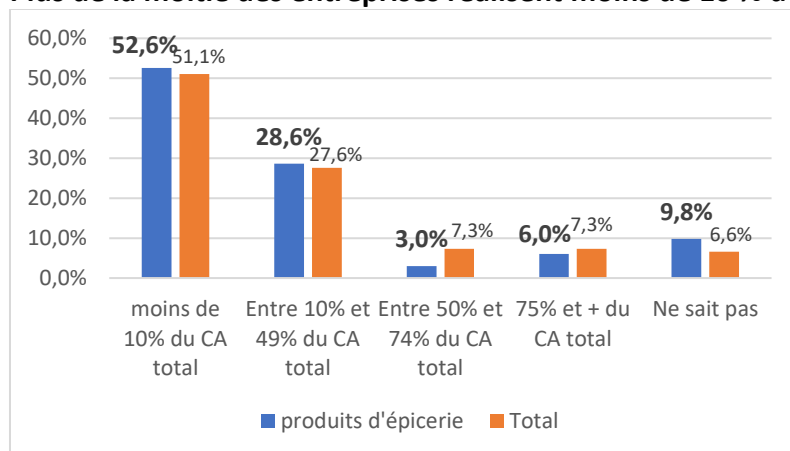
Près de la moitié des entreprises de filière qui souhaitent renforcer leurs effectifs export envisagent de recruter un assistant export



Note de lecture : 46,7 % des entreprises répondantes de la filière produits d'épicerie qui souhaitent renforcer les effectifs export souhaitent recruter un assistant export

Taux d'exportation

Plus de la moitié des entreprises réalisent moins de 10 % de leur CA à l'export



Une hausse marquée du CA export sur les 3 dernières années

	Hausse	Stabilité	Baisse	NSP
Produits d'épicerie	40,6 %	46,6%	10,5%	0,8%
Ens. Filières IAA	32,8 %	51,4%	12,8%	2,4%

40,6 % des entreprises de la filière produits d'épicerie ont vu leur chiffre d'affaire à l'export augmenter lors des 3 dernières années. Cette part est supérieure de 8 points à la part toutes filières confondues.

2) DES ZONES D'EXPORTATION PLUS DIVERSIFIÉES QUE POUR L'ENSEMBLE DES ACTIVITÉS AGROALIMENTAIRES

Même si l'Union européenne reste leur zone d'exportation privilégiée, les entreprises des produits d'épicerie se tournent davantage que les autres activités agroalimentaires **vers l'Asie et l'Amérique du Nord**. Les pays de l'Union européenne les plus visés sont la **Belgique, l'Allemagne, et l'Espagne**. **L'Asie est la seconde destination des exportations**, avec la **Chine, le Japon, la Corée du Sud**.

	Produits d'épicerie	ens. Filières IAA
Union européenne	83,5%	87,9%
Asie	39,1%	27,7%
Amérique du Nord	24,1%	17,0%
Autres pays d'Europe	23,3%	19,5%
Afrique	14,3%	18,7%
Proche et Moyen Orient	13,5%	13,8%
Amérique du Sud	6,8%	6,2%
Océanie	2,7%	4,5%

Note de lecture : 83,5 % des entreprises répondantes exportatrices pour la filière produits d'épicerie exportent vers l'Union européenne. Plusieurs réponses possibles

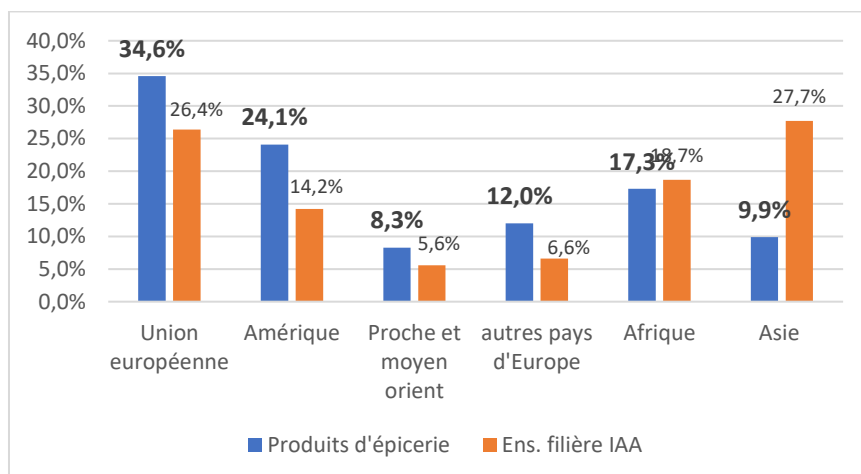
20 premiers pays	Produits d'épicerie		Ensemble Filière IAA	
Belgique	69	51,5%	262	37,6%
Allemagne	63	47,0%	260	37,4%
Espagne	55	41,0%	318	47,5%
Royaume-Uni	31	23,1%	136	19,5%
Chine	30	22,4%	111	15,9%
Suisse	27	20,1%	109	15,7%
Italie	26	19,4%	202	29%
Japon	26	19,4%	73	10,5%
Etats-Unis	23	17,2%	83	11,9%
Canada	19	14,2%	64	9,2%
Pays-Bas	12	9,0%	69	9,9%
Portugal	12	9,0%	55	7,9%
Luxembourg	12	9,0%	35	5 %
Danemark	11	8,2%	40	5,7%
Australie	9	6,7%	32	4,6%
Norvège	9	6,7%	19	2,7%
Corée du Sud	9	6,7%	25	3,6%
Singapour	8	6,0%	28	4%
Autriche	7	5,2%	29	4,2%
Russie	7	5,2%	29	4,2 %

Plusieurs réponses possibles

Note de lecture : 51,5 % des entreprises répondantes pour la filière produits d'épicerie exportent vers la Belgique.

3) UNION EUROPÉENNE ET AMÉRIQUE, ZONES DE PROSPECTION PRIORITAIRES

L'Union Européenne et l'Amérique sont plus prospectées par les entreprises de la filière produits d'épicerie que la moyenne des industries agroalimentaires. A l'inverse **l'Asie est délaissée par les entreprises de la filière**, seulement 9,9 % des entreprises souhaitent y développer leurs exportations, soit 18 points de moins que la moyenne des autres industries agroalimentaires.



Note de lecture : 34.6 % des entreprises exportatrices pour la filière produits d'épicerie envisagent de développer leur activité export vers l'Union européenne. Plusieurs réponses possibles

Principaux pays visés : Etats Unis, Allemagne, Belgique

4) 10 % DES ENTREPRISES ONT UNE IMPLANTATION À L'ÉTRANGER

14 entreprises de la filière produits d'épicerie (soit 10 % des entreprises exportatrices de la filière) ont, au moins, une implantation à l'étranger.

Nombre d'implantation

Plus de la moitié n'ont qu'une implantation, 21 % en ont 3 ou plus.

Nb d'implantations	Nb d'entreprises correspondantes
1	8
2	3
3 et +	3

Type d'implantation

Type d'implantation	Nbe d'entreprises possédant au moins une implantation (plusieurs réponses possibles)
Filiales	5
Maison mère	4
Usine	4
Bureau de représentation	1
Autres	5

Nature des implantations

Une répartition à part égale entre implantation commerciale et industrielle

Nature de l'activité	Nbe d'entreprise
Commerciale	7
Industrielles	6
Commerciale et industrielle	2

Nombre d'entreprises possédant au moins une implantation de cette nature. Plusieurs réponses possibles

Pays d'implantation

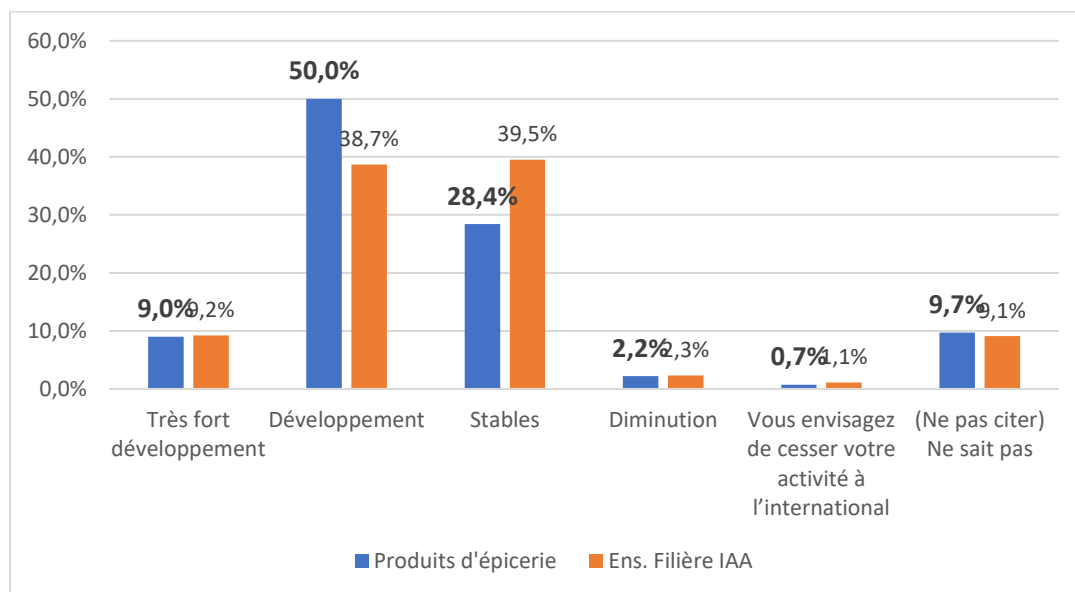
10 entreprises de la filière ont une implantation dans un pays de l'Union européenne. L'Asie et l'Amérique sont aussi concernées, avec respectivement 4 entreprises qui possèdent au moins une implantation dans chacune de ces zones.

STRATÉGIE ET ACCOMPAGNEMENT A L'INTERNATIONAL

1) STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL

Perspectives de développement

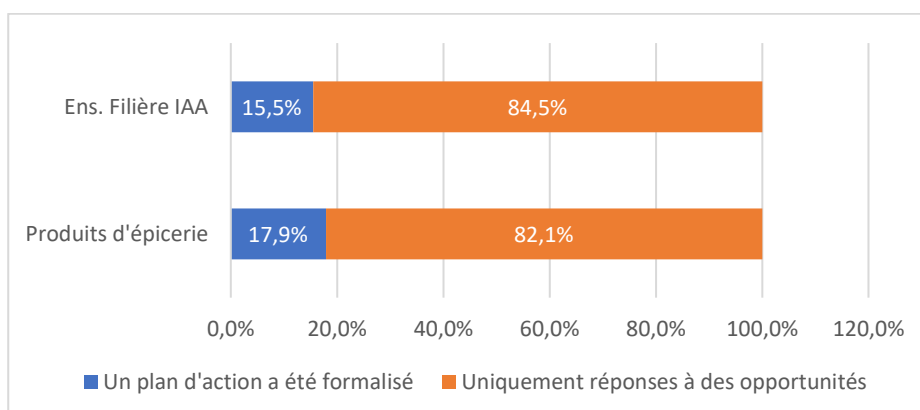
Des perspectives de développement à l'international plus élevées que la moyenne des IAA :



59 % des entreprises de la filière produits d'épicerie prévoient un développement de leur activité, soit **11 points de plus que la moyenne de l'ensemble des filières IAA.**

Plan d'actions à l'international

17,9 % des entreprises déclarent avoir un plan d'actions à l'international, soit une part supérieure à la moyenne des entreprises IAA régionales



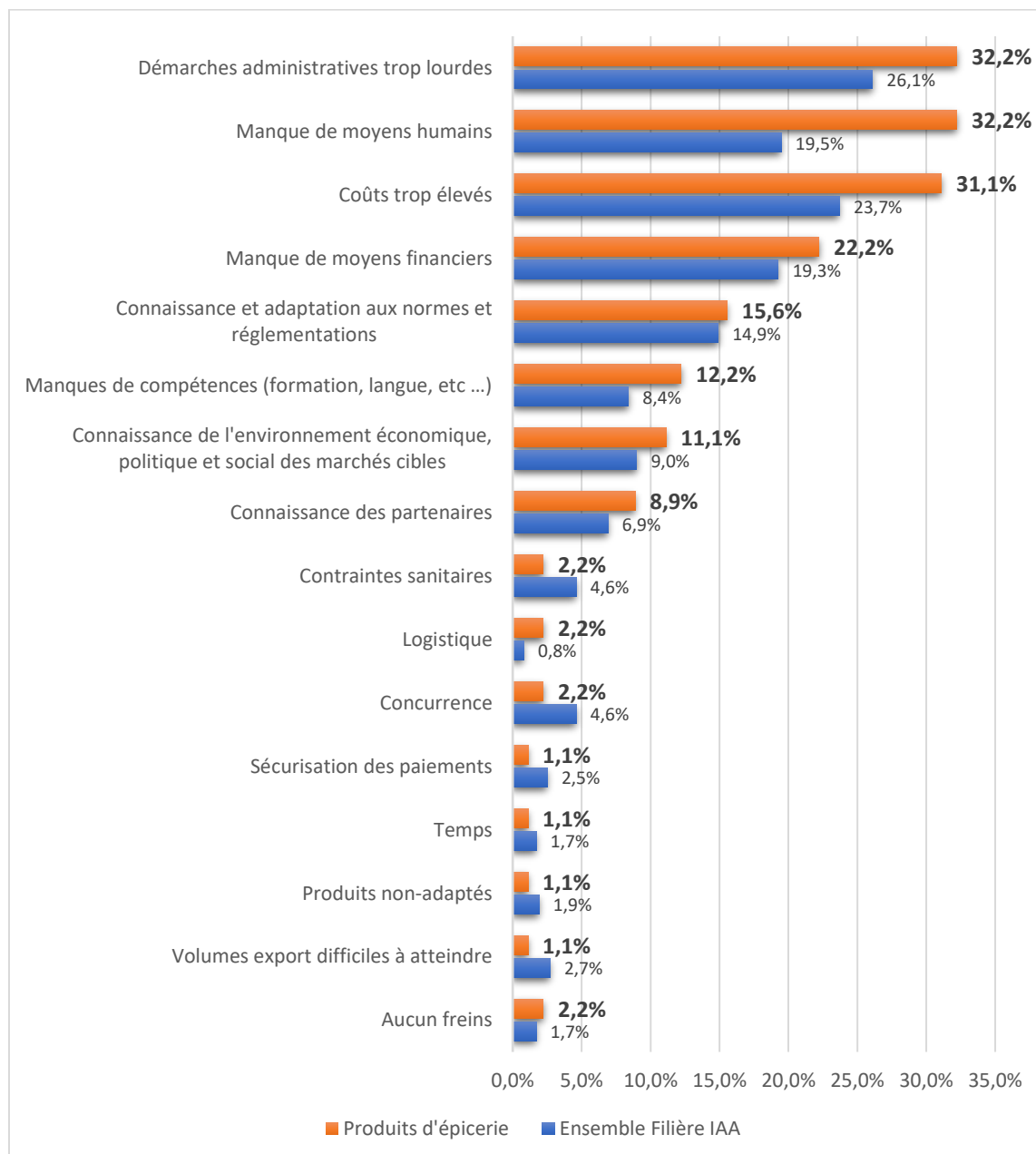
. Concernant le plan d'action :

- ❖ 45,8 % ont élaboré un business plan (60,6 % ensemble filière IAA)
- ❖ 54,2 % sont en cours d'élaboration d'un plan d'actions (39,4 % ensemble filière IAA)

Freins à l'export

Démarches administratives trop lourdes, manque de moyens humains et coûts trop élevés sont les principaux freins à l'exportation cités par les entreprises de cette filière.

La part d'entreprises de la filière produits d'épicerie citant le manque de moyens humains est supérieure de +12,7 points à la part de l'ensemble des filières.



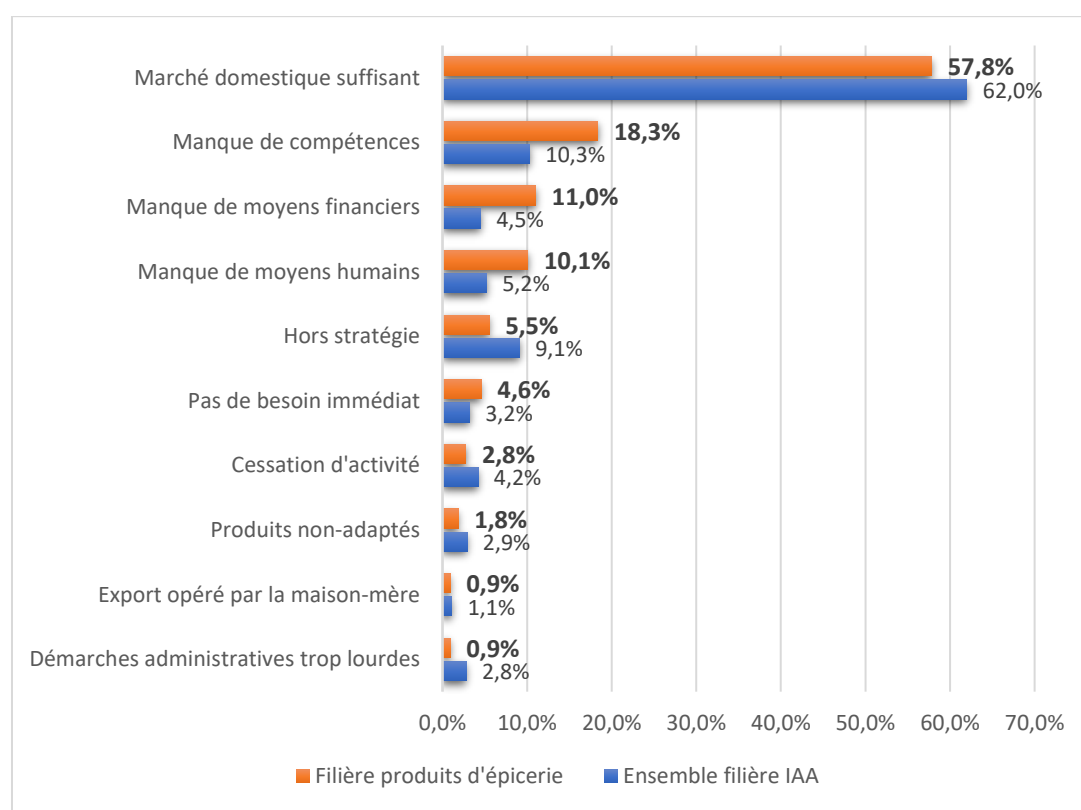
Note de lecture : 31,9 % des entreprises exportatrices de la filière produits d'épicerie ont cité « les démarches administratives trop lourdes » comme freins à l'export (Plusieurs réponses possibles).

▪ **FOCUS : Freins exprimés par les entreprises non-exportatrices**

A la question, « quels sont les freins pour aller à l'export ? », **les 123 entreprises qui ont répondu à l'enquête et qui ne sont pas exportatrices, évoquent en premier lieu un marché domestique suffisant.**

Viennent ensuite de manière plus importante que pour l'ensemble des filières agroalimentaires, :

- Le manque de compétences
- Le manque de moyens financiers
- Le manque de moyens humains

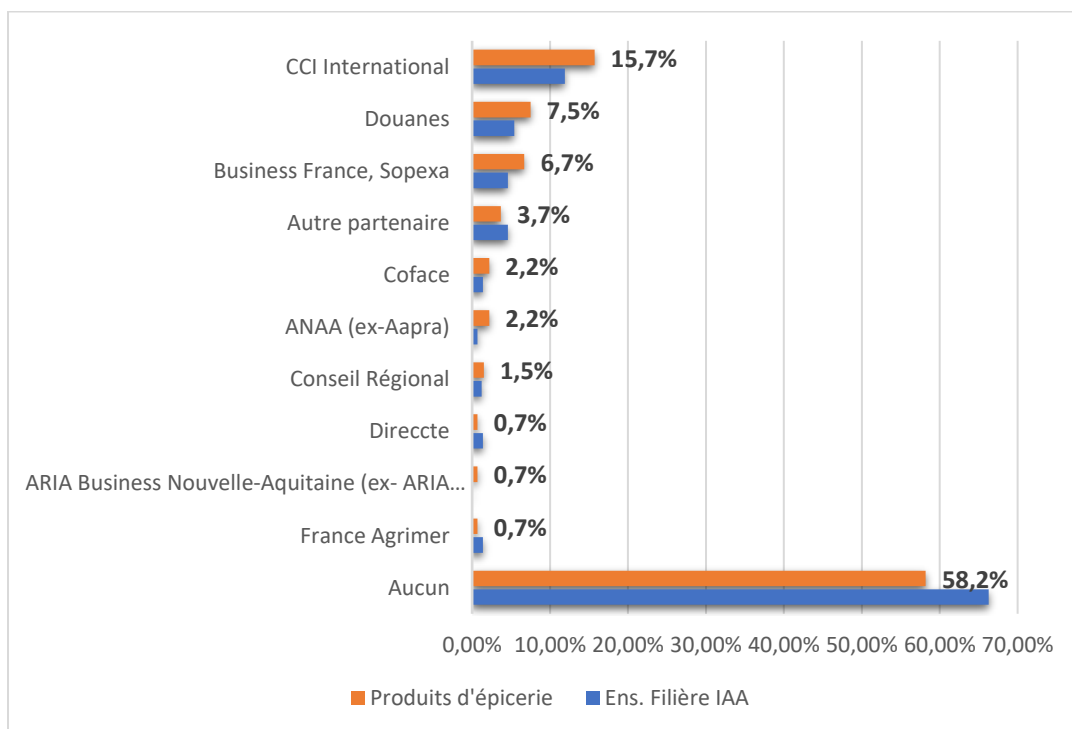


2) ACCOMPAGNEMENT PAR LES PARTENAIRES DE L'EXPORT

Accompagnement reçu

Près de 42 % des entreprises de la filière produits d'épicerie accompagnées

La part d'entreprises accompagnées est plus importante pour la filière produits d'épicerie que dans l'ensemble des filières IAA régionales : 42 % des entreprises pour la filière produits d'épicerie contre 34 % pour l'ensemble des filières.

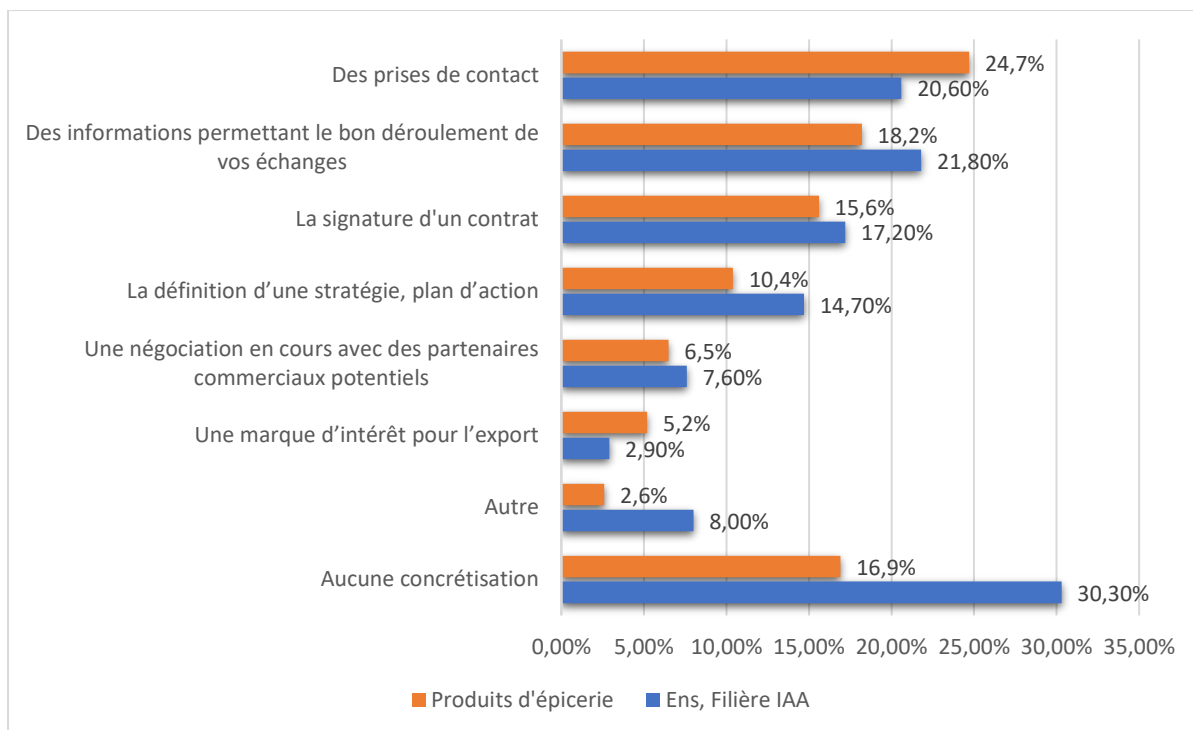


Plusieurs réponses possibles

Note de lecture : 7,5 % des entreprises exportatrice de la filière produits d'épicerie ont été accompagnées par les Douanes.

Concrétisation de l'accompagnement

83,1 % des entreprises estiment avoir eu une ou plusieurs concrétisations suite à l'accompagnement reçu par les partenaires de l'export, soit une part supérieure de 13 points à l'ensemble des filières IAA

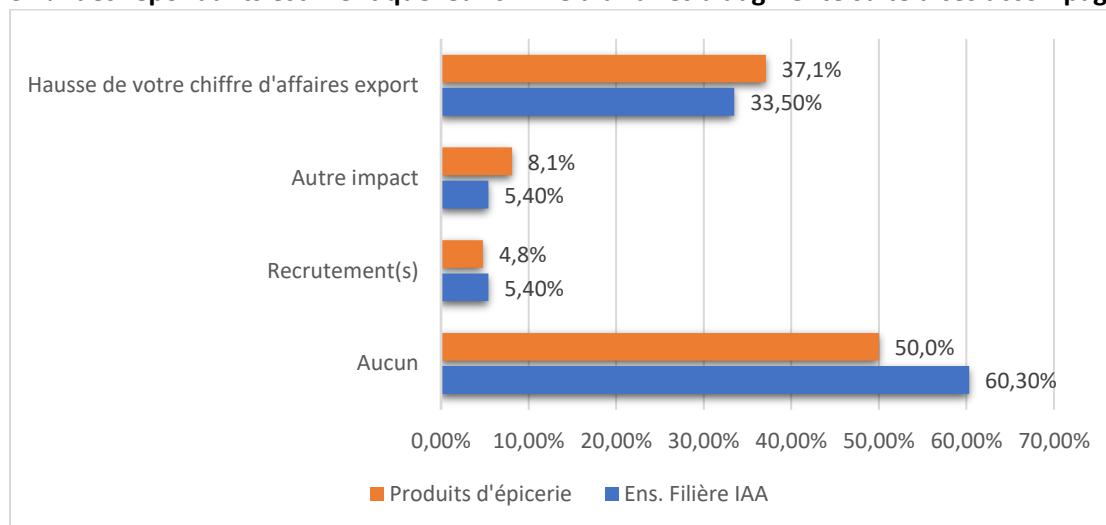


Note de lecture : 24,7 % des entreprises de la filière produits d'épicerie ont obtenu des prises de contact après avoir bénéficié d'un accompagnement à l'export par les partenaires. Plusieurs réponses possibles

Impact de l'accompagnement sur l'activité

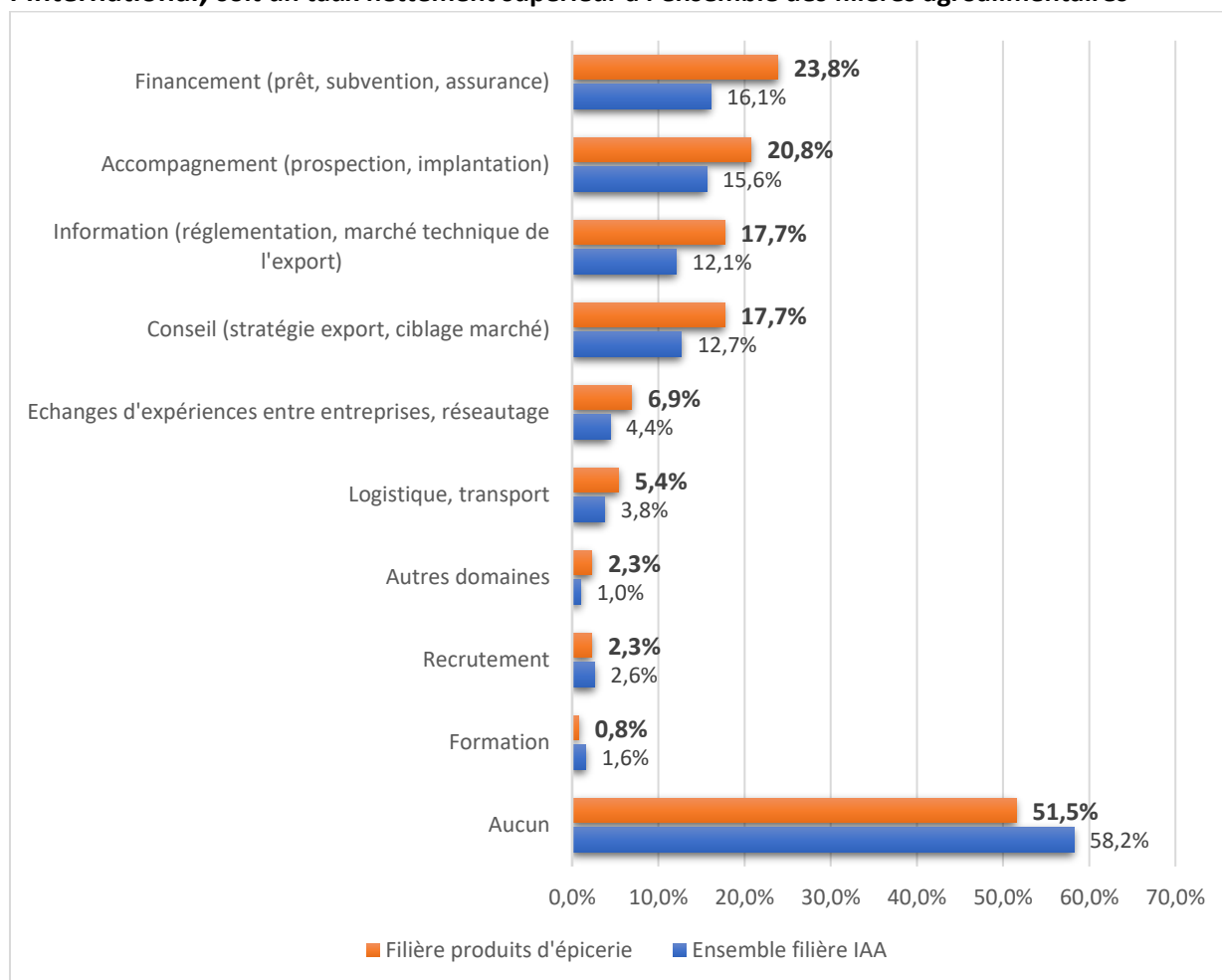
La moitié des chefs d'entreprise estime que l'accompagnement s'est concrétisé, de manière mesurable, soit une part supérieure à la moyenne des filières agroalimentaires de la région.

37 % des répondants estiment que leur chiffre d'affaires a augmenté suite à ces accompagnements.



Accompagnement souhaité

67 % des entreprises de la filière produits d'épicerie souhaitent un accompagnement à l'international, soit un taux nettement supérieur à l'ensemble des filières agroalimentaires



Note de lecture : 20,8 % des entreprises de la filière produits d'épicerie souhaitent un accompagnement à l'international, en matière de prospection. Plusieurs réponses possibles

FOCUS : Accompagnement souhaité par les entreprises non-exportatrices

11 entreprises non exportatrices (sur 123 ayant répondu) ont exprimé le souhait d'être accompagnées pour développer une activité à l'international.

Parmi elles,

- près de la moitié souhaitent avoir des informations
- 28 % des conseils (stratégie, ciblage marché)
- 29 % de l'accompagnement à la prospection, l'implantation
- 15 % des échanges entre entreprises (réseautage)

Liste des entreprises exportant pour la filière produits d'épicerie

RAISON SOCIALE
SARRADE (40)
CENTRALE D'APPROVISIONNEMENT DES LANDES (40)
STE GERSON (19)
LUCIEN GEORGELIN (47)
BONCOLAC (64)
LAFITTE (40)
ENNOLYS (40)
SOC COOPERATIVE AGRICOLE FOIE GRAS DE CHALOSSE (40)
DESTINATION (33)
TOUTON SA (33)
SAS ANDRIEU (64)
DANIVAL (47)
BISCUITS POULT (40)
CONFISERIE PARIES (64)
PATISSERIE LES COMTES DE LA MARCHE (23)
DAT CHAUB FRANCE (86)
DELIDESS (33)
FABIE SA (19)
SARL AQUITAINE SPECIALITES (33)
LES PLAISIRS PATISSIERS (19)
PATISSERIE BEURLAY (17)
LES P'TITS AMOUREUX (79)
LES FERMIERS GASTRONOMES (16)
VINAIGRES FUCHS (17)
YOOJI (33)
ETS GUINGUET (47)
SAS BELCO (33)
FABIE (19)
POLLENERGIE (47)
CHOCOLATERIE SEGONZAC (33)
GIRONDE SPECIALITES (33)
ILE DE RE CHOCOLATS (17)
HUSO (24)
RANNOU METIVIER SA (86)
BISCUITERIE D AGEN (47)
EDERKI (64)
LES RUCHERS DU GUE (17)
COMPAGNIE COLONIALE (86)
Louis Saveurs (16)
SARL BONBONS VERDIER (64)
LOU COCAL (24)
SARL ACCOCEBERRY (64)
AUX DELICES DE LANDRAIS (17)
HUILERIE G I D (33)

ETABLISSEMENTS PASQUET (24)
SCOP CAFE MICHEL (33)
PATISSERIE DORIN (33)
LA BOITE A GATEAUX (23)
CHOCOLATERIE MICHEL HUVELIN (79)
MAISON RENE PECNER FILS (16)
SARL LES GOUTERS BASQUES (64)
SARL OKINA (64)
VIDAL FOIES GRAS (24)
LES MACARONS ADAM (64)
EZ KECHA DISTRIBUTION (64)
LES CONFITURES DU CLOCHER (17)
LA FABRIQUE DE MACARONS (64)
CHOCOLATERIE JOSEPH (24)
AUTHENTIC PRODUCTS (33)
LAVAZZA FRANCE (64)
COREST (40)
LA ROYANNETTE (17)
DOMAINE DE BEQUIGNOL SARL (24)
ABEILLE - MIEL & CIE (19)
HCGC SAS (33)
EUROFROID 46 (24)
EMASA FRANCE (64)
CAVES ET EPICERIE DU PROGRES (64)
ABBATE TRADING (86)
COOPERATIVE FRUITIERE DE POMPADOUR (19)
LA CHOUETTE GOURMANDE (87)
ALTAIR (24)
SOCIETE NOUVELLE LA REINE FRIANDE (17)
HERVE ROBIN CHOCOLATIER (24)
SAVIGNY SURGELES FRAIS (33)
CAMPIFOOD FRANCE (33)
COMPTOIR COMMERCIAL DE NAVARRE (64)
LA NOUGATINE (17)
CAPEX CENTRALE D'ACHATS POUR L'EXPORT (33)
DIX NEUF-SOIXANTE NEUF (19)
MAISON BIPERTEGIA (64)
EMMA'S CORNER (33)
HUILERIE LEPINE SARL (86)
SARL LES CONTES D'ALBRET (47)
CHOCOLATERIE PIERRE GARANDEL (79)
LE BOUCHON DE BORDEAUX (33)
SARL MAISON DU PRUNEAU (47)
LA CHOCOLATERIE DE BORDEAUX (33)
SARL CHAMPEVAL (23)

LES PAPAS GOURMANDS (17)
DUCAMP*FRANCK/ (40)
TORREFACTION MARIGNAN (16)
EVERLYS (79)
CAUDALIE (64)
TRUFFE EXTRA FRANCE (33)
SARL DOREBA (17)
AUX FOLIES GOURMANDES (87)
LE BIO MONDE SARL (24)
GRAND OUEST GOURMET (17)
CHARTIER (17)
SONADIS (64)
BETIKO (64)
MARQUE-MOREUX (33)
IAP INTERNATIONAL ANIMAL (40)
GOURMET FOOD EXPORT (33)
COMPTOIR DU PRALINE (64)
FINESSES (47)
IBAIALDE (64)
CHATAIGNES MARRONS LIMOUSIN (87)
AFRIQUE EXPORT (33)
PHOENIX INGREDIENTS (33)
TALBOT*PIERRE/ (47)
HAPPY LIFE (33)
PHB EXPORT (33)
G V M EXPORT (64)
CAUDEX (33)



Une publication de l'Observatoire régional des échanges internationaux

réalisé par :



en collaboration avec :



CCI Nouvelle-Aquitaine
2, place de la Bourse
CS 91942 33050 Bordeaux Cedex

Contact : Martine Domecq
information@nouvelle-aquitaine.cci.fr
05 56 11 94 91