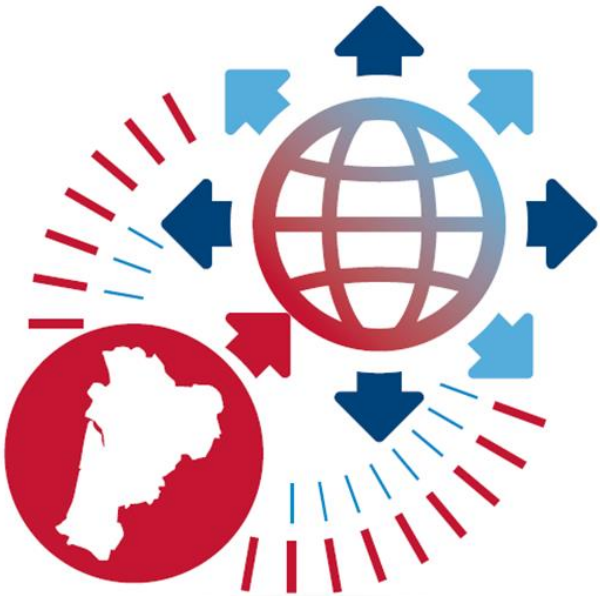


Avril 2018



# La filière agro-alimentaire à l'international





Une analyse réalisée par l'Observatoire régional des échanges internationaux, avec les acteurs régionaux de la filière agroalimentaire :



- ❖ Faire un **panorama de la filière agroalimentaire** pour identifier les opportunités à l'international pour les entreprises régionales
- ❖ Connaître les **caractéristiques, les besoins, les difficultés des entreprises exportatrices** de la filière agroalimentaire
- ❖ Dégager des **préconisations d'actions** pour développer l'activité à l'international des entreprises régionales de la filière agroalimentaire



## Partage de leadership mondial entre Europe et Etats-Unis

Principaux exportateurs de  
produits agroalimentaires



*USA, Pays-Bas, Allemagne, Chine, Brésil, France*

- **10 pays** concentrent 85 % de la production mondiale des IAA et 70 % des salariés
- Un marché dominé par quelques grands groupes et une **majorité de PME/TPE**

## CONSOMMATION

**Croissance population mondiale** – demande en hausse, notamment dans les pays émergents

**Nouvelles habitudes alimentaires** (bio, végétarisme, nutrition santé, produits « sans », snacking)

**Recherche de qualité gustative/nutritionnelle/sanitaire**

**Besoin d'être rassurés** sur l'origine/processus de fabrication produit

**Alimentation éthique: préservation des ressources, bien-être animal**

## POLITIQUE & REGLEMENTATION

**Règlementations** (sanitaires, étiquetage, etc.)

CETA

MERCOSUR

BREXIT

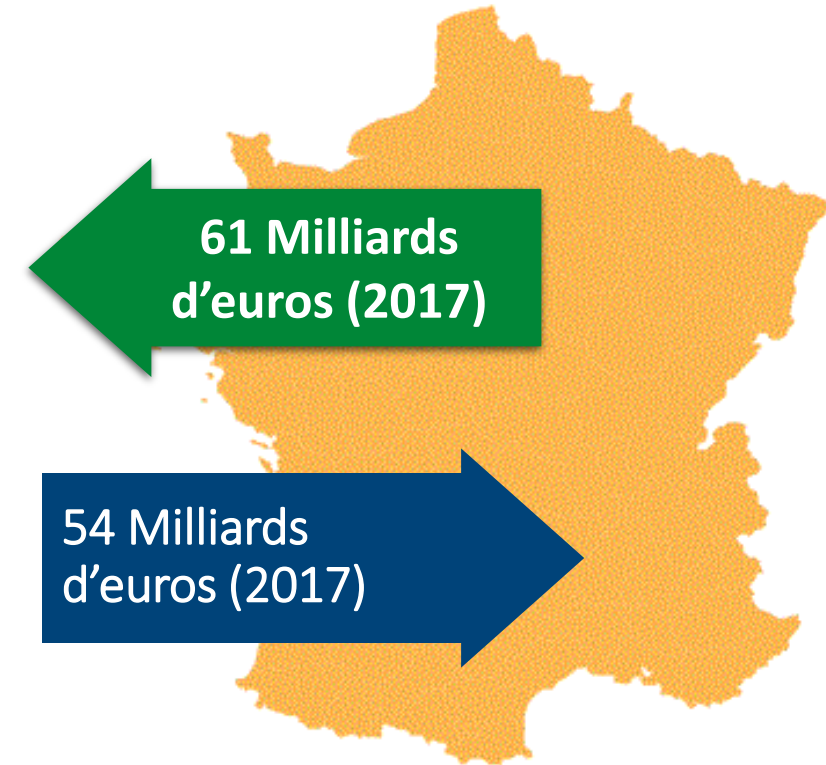
## TECHNOLOGIE

Taux d'**innovation** le plus élevé de l'industrie

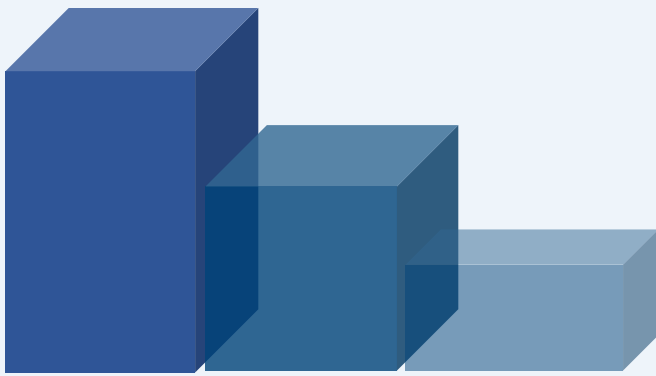
**SMART agriculture**

**Food-Tech**, les objets connectés au service de l'alimentaire

- **Top pays clients:**



- **2<sup>e</sup> secteur export**
- **1<sup>er</sup> secteur industriel en termes d'emplois et de chiffre d'affaires**



**Top 3 produits exportés (2017) (hors vins et spiritueux) :**  
Produits de la culture et de l'élevage  
Produits alimentaires divers  
Produits laitiers et glaces

45 % des exportations IAA à destination de 3 pays européens



USA 3<sup>e</sup> client pour les produits alimentaires divers



Chine 2<sup>nd</sup> client pour les produits pêche / aquaculture

893 M d'€



572 M d'€



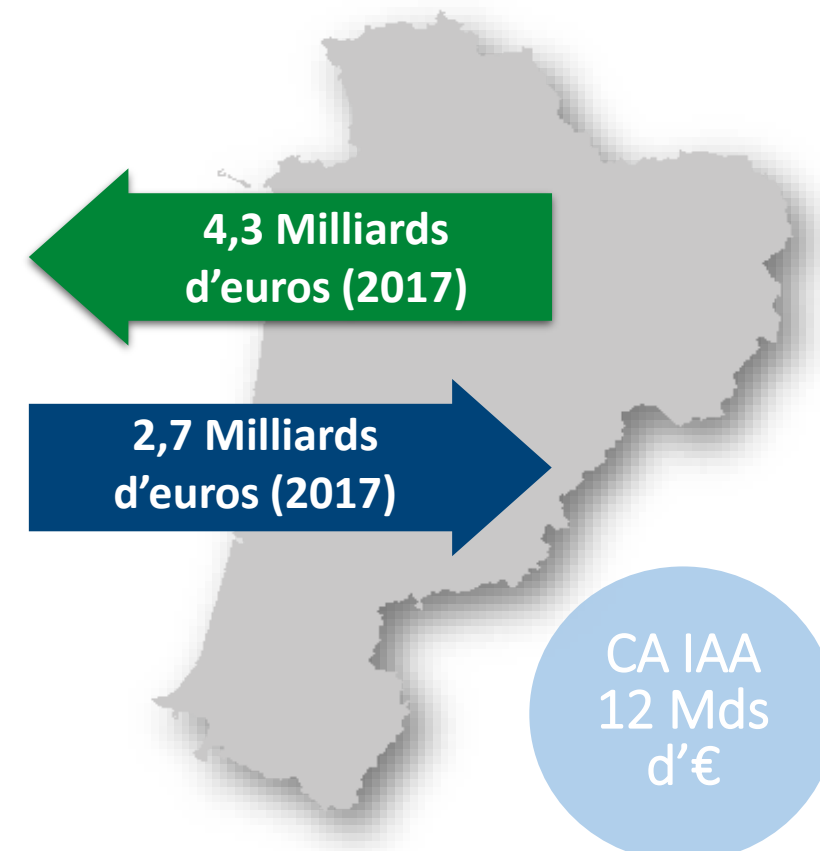
394 M d'€



290 M d'€



260 M d'€



## TOP 3 produits exportés (hors vins et spiritueux)

Produits de la culture et de l'élevage	48 %
Viande et produits à base de viande	14 %
Produits laitiers et glaces	9 %





## Un fort potentiel d'innovation

Entreprises innovantes  
nombreux centres de R&D  
établissements de formation,  
pôles de compétitivité, clusters



**Un large tissu coopératif**  
structurant les filières;

**Des productions BIO**  
en augmentation

**Des productions variées, de niche, à forte valeur ajoutée**



**1<sup>re</sup> région pour les signes officiels de qualité (216 SIQo)**

2

Lait de brebis  
Sorgho  
Viande bovine  
Viande ovine

1

Fruits/légumes  
Lait de chèvre  
Maïs  
Huîtres, Truites  
Caviar  
Palmipèdes gras

3

Blé dur  
Soja  
Moules



## Filière produits céréaliers & alimentation animale



## Filière fruits et légumes



## Filière produits laitiers



## Filière mer et aquaculture



## Filière épicerie



## Filière viande

Les vins et spiritueux ne sont pas inclus dans l'étude





## Produits d'épicerie



### **Épicerie sucrée :**

Fort développement de consommation au Proche et Moyen Orient, Corée du Sud, Asie du Sud Est

### **Produits diététiques, « sans », BIO :**

Scandinavie, Allemagne, Amérique du Nord, Japon



## Produits céréaliers



**Transformation en produits céréaliers haut de gamme :** Europe, Amérique du Nord

**Demande de céréales « standard », à faible valorisation :** Maghreb, Afrique sub-saharienne, Proche et Moyen-Orient



## Fruits & Légumes



**Europe :** produits BIO, démarque qualité  
Opportunités: Espagne, Suède, Portugal, Pologne, Norvège

**Produits à DLC longue :** Asie et Moyen-Orient, Inde, Indonésie, Singapour, Algérie, Colombie



## Mer & Aquaculture

**Huîtres:** pas de barrière, demande importante en Chine,

**Opportunités produits premium, notamment pour le secteur HORECA:** Singapour, Allemagne, Espagne



## Produits laitiers

**Marchés porteurs différenciés**

**Fromages :**

**Europe :** Pays-Bas, Suède, Autriche, Norvège, Ukraine,

**Asie :** Corée du Sud, Japon, Taïwan

**Amérique :** Etats-Unis, Canada

**Beurre, crèmes, yaourts:** Asie

**Ingrédients/poudre de lait:** Asie, Colombie, Algérie, EAU



## Filière Viande

**Demande en forte croissance :** Asie, Maghreb, Rép. Tchèque

**Ouverture de marchés (viande bovine):**

Vietnam, Afrique du Sud, Arabie Saoudite

**ouverture de marchés (viande porcine):** Chine, Corée du Sud, Taïwan

# Portrait des entreprises exportatrices IAA de Nouvelle-Aquitaine



Part des exportateurs  
dont CAE / CA  
< 10% > 50%

51%

15%



Ont des emplois  
export  
22%



Effectif médian  
10 salariés



Exportateurs depuis +20 ans

28%

2 800 établissements  
contactés  
716 établissements ont  
déclaré avoir une  
activité à l'international

## Zones export



**UE : 88%**



**Asie : 28%**



**Amérique du Nord : 20%**

## Zones de prospection



**Asie : 28%**

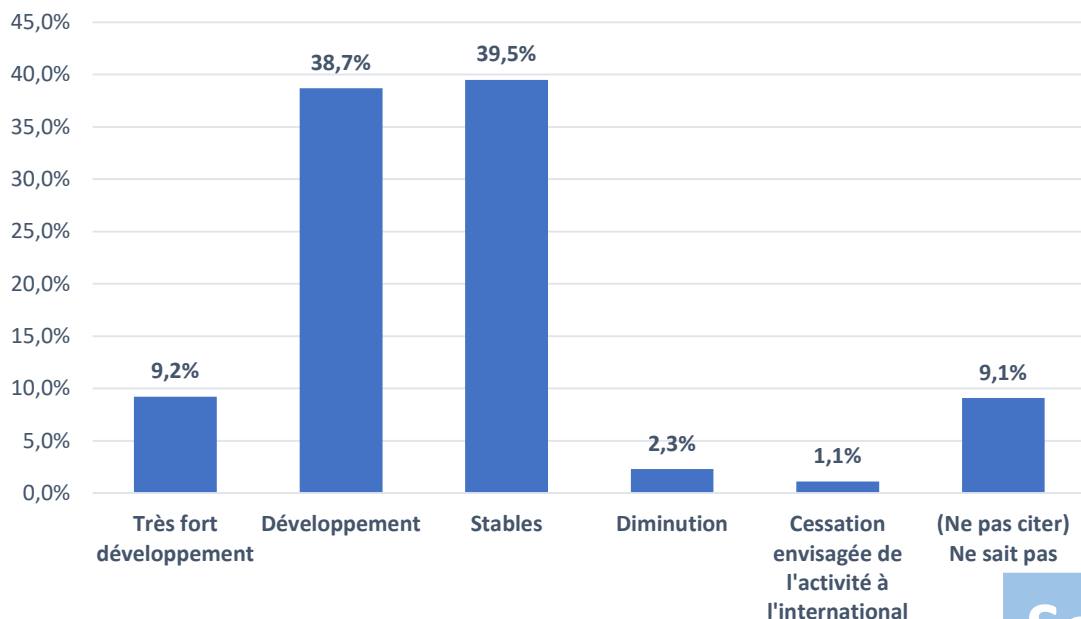


**UE : 27%**



**Amérique : 14%**

## Des perspectives de développement à l'international favorables



Seules 15% ont un plan d'action à l'international

## Une organisation peu structurée à l'export

22 % ont des emplois exclusivement ou partiellement dédiés à l'export

9 % envisagent de renforcer leur fonction export dans l'année à venir  
*(assistant export, commercial)*

## Entreprises exportatrices

Démarches administratives trop lourdes (26 %)

Coûts trop élevés (24 %)

Manque de moyens humains (19 %)

Connaissance et adaptation aux normes et réglementations (15 %)

## Entreprises non exportatrices

Marché domestique suffisant (62 %)

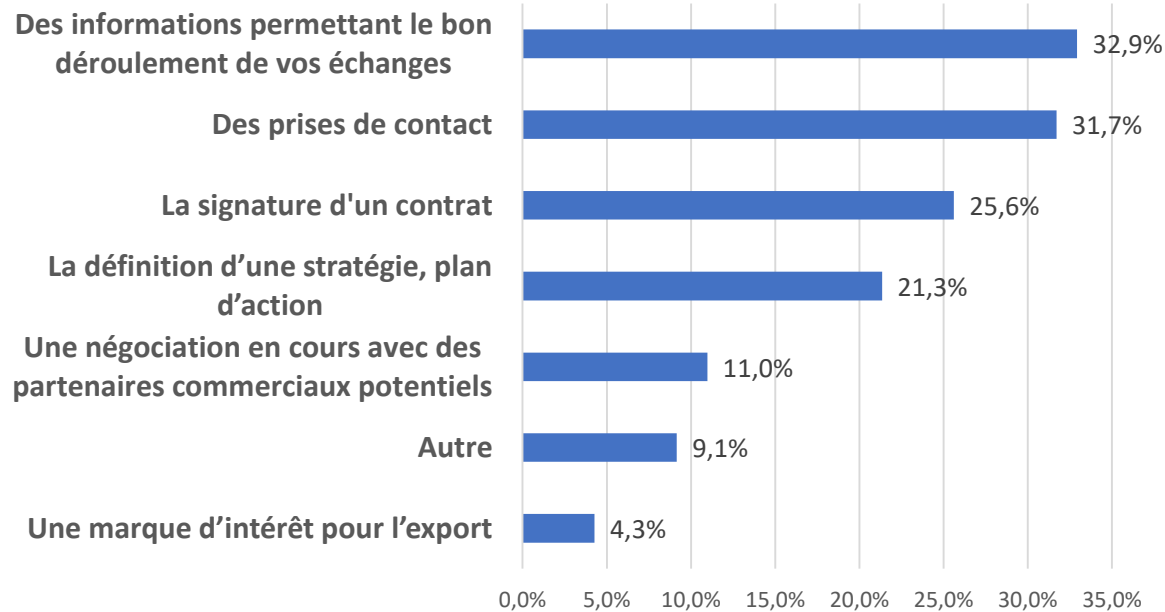
Manque de compétences (10 %)

Manque de moyens humains (5 %)

Manque de moyens financiers (4 %)

Un tiers des entreprises des IAA ont reçu un accompagnement.

**40 % expriment un besoin d'accompagnement**



**FINANCEMENT**  
prêt, subvention, assurance ( 16 %)

**ACCOMPAGNEMENT**  
à la prospection, l'implantation (15,5%)

**CONSEIL**  
stratégie export, ciblage marché (13%)

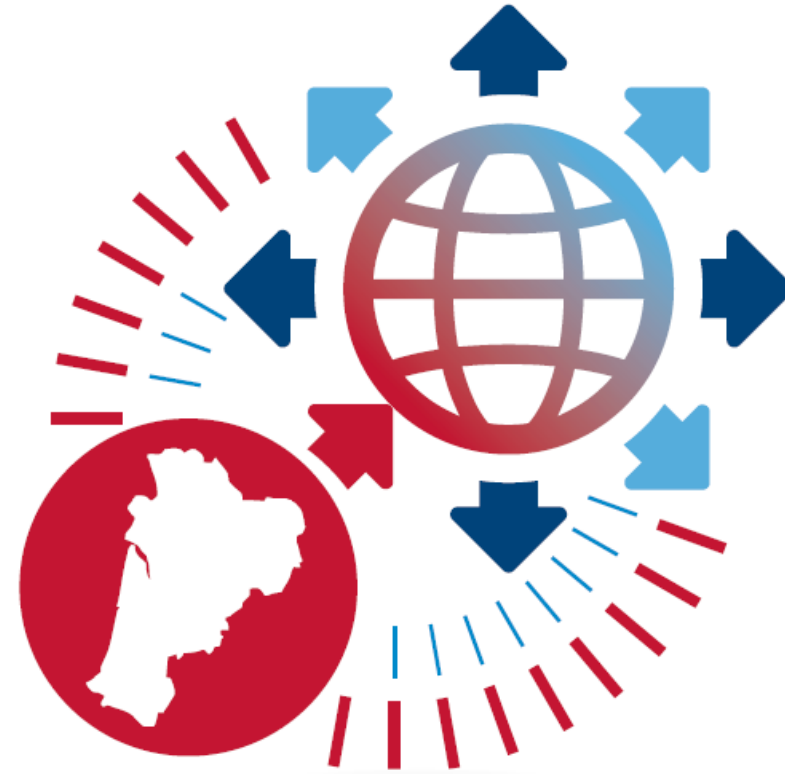
**INFORMATION**  
règlementation, marché, techniques de l'export (12 %)



réalisé par :



en collaboration avec :



Une publication de l'Observatoire régional des échanges internationaux

# La filière agro-alimentaire à l'international