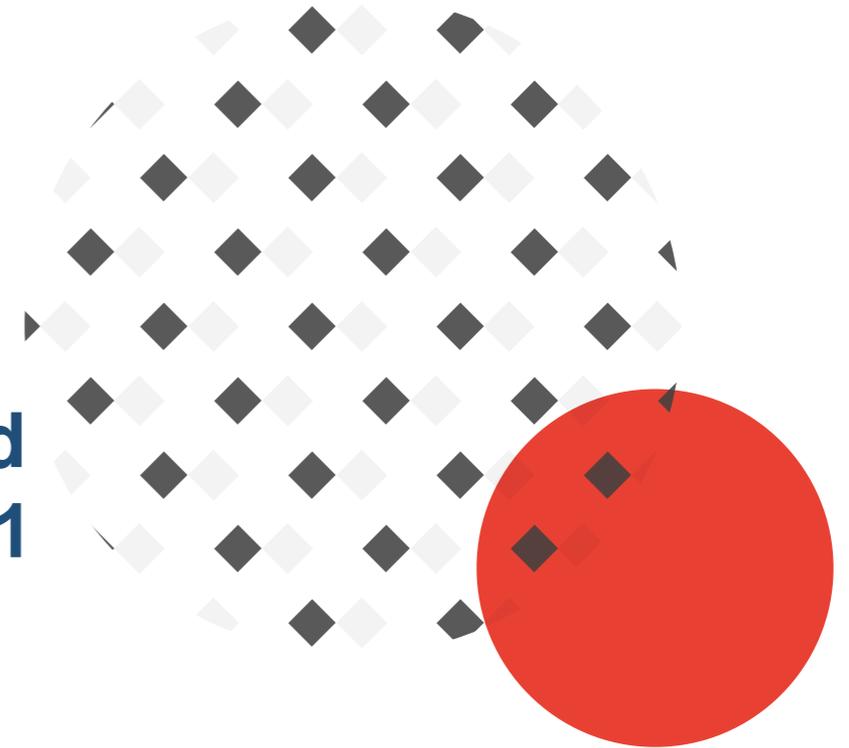
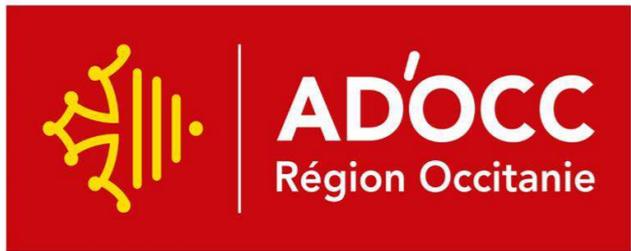
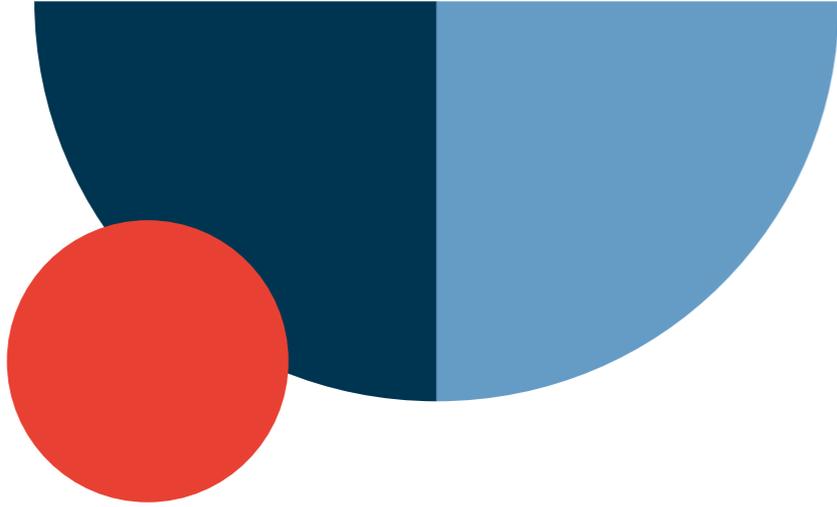


Agence de Développement Économique

Webinaire Allemagne
Besoins et attentes du marché alimentaire allemand
Programme d'actions Agro Allemagne AD'OCC 2021
Département Agroalimentaire - DO ICM
03/12/2020

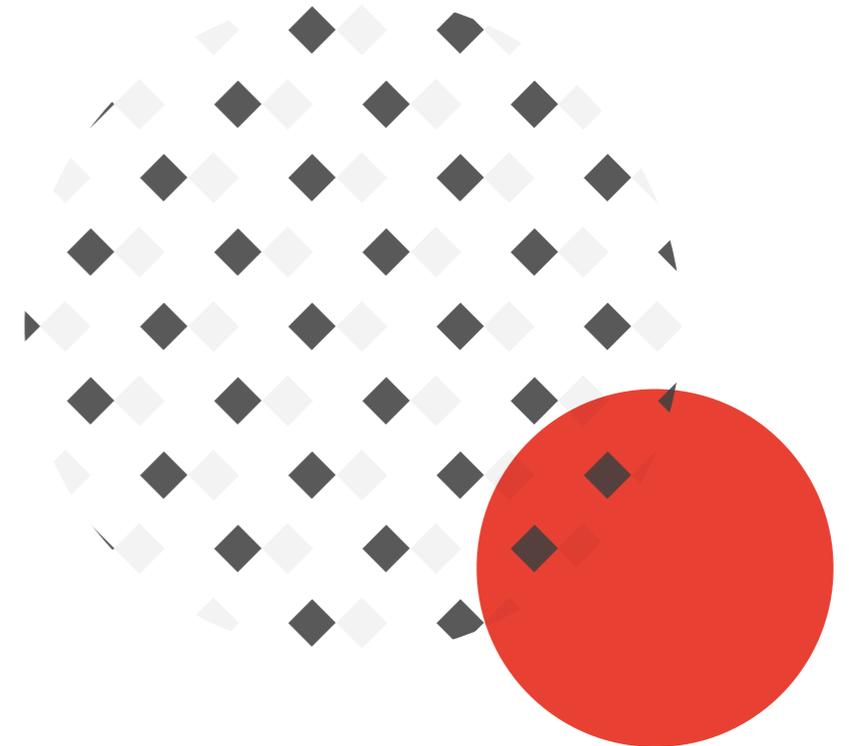




Agence de Développement Économique

Webinaire Allemagne

Mot d'introduction



L'AGENCE

ont bénéficié d'un service AD'OCC :



1446 accompagnement individuel

2163 accompagnement collectif

Attractivité

47 projets
d'implantation gagnés



Innovation

531 entreprises accompagnées



Croissance

855 entreprises accompagnées



International Conquête des marchés

1251 entreprises
accompagnées



Occitanie et International

147 opérations
organisées en Occitanie

134 à l'extérieur de la
région en France et à l'international

Les équipes AD'OCC

170 collaborateurs

19 Antennes en Occitanie

RÉSULTATS À Fin 2019



Les chiffres Agro

Accompagnement

450 Entreprises accompagnées

Actions

46 Actions Agro en France et à l'international

Focus Structuration

5 Actions

Focus Prospection

11 Actions

Focus Promotion

30 Actions



2019

NOTRE MÉTIER : FACILITATEUR DE BUSINESS

Les entreprises agricoles, agroalimentaires : notre priorité

- Entreprise petite, moyenne, coopérative, leader, start-up ou grand compte
- Productrice ou transformatrice de produits agricoles ou agroalimentaires
- Marché local, régional, national, européen ou le grand export
- Circuits courts, les circuits traditionnels (CHR), la grande distribution (GD), les magasins spécialisés (bio), la restauration hors domicile (RHD), le e-commerce

Nos objectifs

- Renforcer la compétitivité des entreprises et la création de valeur et d'emploi sur notre territoire
- Accroître les parts de marché en Région Occitanie, en France et à l'international
- Encourager et accompagner et les entreprises à exporter
- Développer la notoriété de la filière Agroalimentaire



TROIS LEVIERS À DISPOSITION DES ENTREPRISES POUR LA CONQUÊTE DES MARCHÉS



LEVIER 1 : LA STRUCTURATION DES PROJETS ET L'AIDE À LA RÉFLEXION

- Une plateforme internet pour les professionnels Comportant une base de données de 25 000 études de marché sur 186 pays, des outils, une veille économique ainsi que des modèles de contrats commerciaux
- Le test et l'entretien export
- Les ateliers de sensibilisation à la diversification des circuits de distribution



LEVIER 2 : LA PROSPECTION DE NOUVEAUX MARCHÉS

- Les salons professionnels (nationaux et internationaux)
- Les missions de prospection et les conventions d'affaires
- Les showrooms (GD et RHD)
- Foodhub, la plateforme de mise en relation des producteurs d'Occitanie avec les acheteurs du monde entier : plus de 500 entreprises référencées avec 5 000 produits, et 500 acheteurs présents.



LEVIER 3 : LA PROMOTION DES PRODUITS VIA LA MARQUE SUD DE FRANCE

- Sud de France regroupe aujourd'hui plus de 1 500 entreprises d'Occitanie et plus de 11 000 produits
- Objectifs des campagnes : faire gagner des parts de marché aux produits agréés, booster leur CA, se différencier, gagner en notoriété.
- Opérations en GMS, en RHD, sur le e-commerce, boutique Online etc.

NOTRE MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE :

Les stratégies Pays

- + Une vision globale et à moyen terme
- + Un accompagnement à tous les stades du développement
- + Des solutions et outils adaptés
et accompagnés par des dispositifs de financement de la Région



Une articulation en trois phases en digital et en présentiel

- + Formation, information, préparation au marché, coaching
- + Participation à des événements et actions ciblées BtoB
- + Mise en place d'actions marketing opérationnel
dans les points de vente BtoC



Agence de Développement Économique

AD'OCC MEMBRE FONDATEUR DE LA TEAM FRANCE EXPORT OCCITANIE



Les membres fondateurs de la Team France Export Occitanie



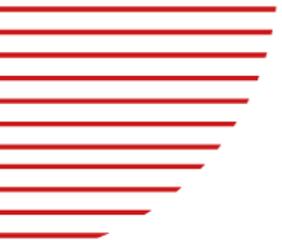
Et les partenaires

Conseillers du Commerce Extérieur de la France, la Douane, INPI, Chambres de Commerce et d'Industrie françaises à l'international et autres opérateurs privés de l'accompagnement à l'export.

**VOUS FAIRE
GAGNER
À L'INTERNATIONAL**

TEAM FRANCE EXPORT OCCITANIE est dédiée à la réussite des entreprises régionales à l'international. Portée par la Région Occitanie, la Chambre de Commerce et d'Industrie Occitanie, Ad'Occ, Business France et Bpifrance, la Team France Export Occitanie met en synergie les expertises de ses fondateurs et associe les savoir-faire des opérateurs publics et privés de l'accompagnement à l'export. Avec ses développeurs export présents en région et à l'étranger et les ressources de teamfrance-export.fr/occitanie, chaque entreprise, quels que soient son secteur et sa taille, a la garantie de trouver la solution pertinente et l'interlocuteur approprié pour initier, soutenir ou développer son volume d'affaires à l'international.





Programme Webinaire

10H – 10H10

Mot d'Introduction

Intervenante : Chantal Passat, Responsable Département Agroalimentaire Agence AD'OCC

10H10 – 10H20

Présentation du contexte général en Allemagne en temps réel et missions du bureau de représentation de la Région Occitanie à Hambourg

Intervenante : Catherine ARISO, Chargée de mission coopération Allemagne-Occitanie - Bureau de la Région Occitanie à Hambourg

10H20 – 11H

Restitution de l'étude de marché & Questions Réponses

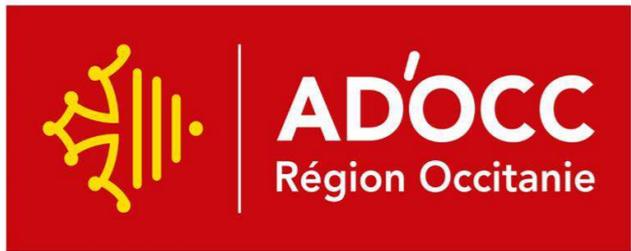
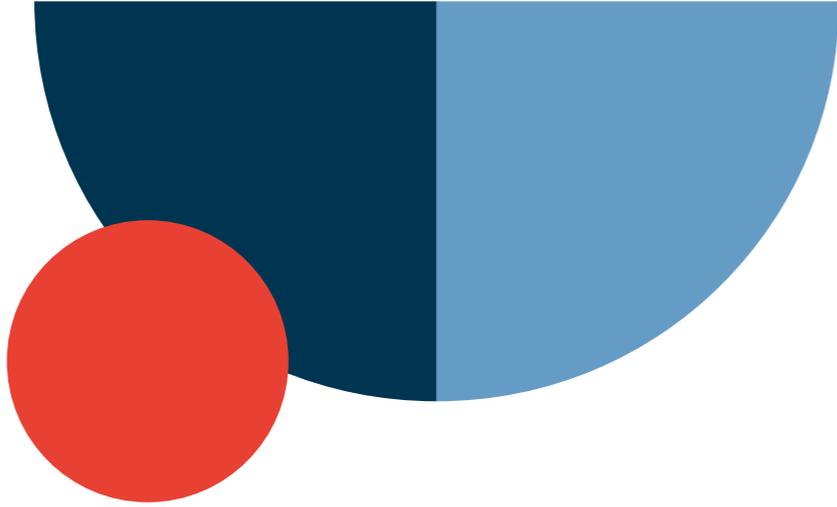
« Besoins et attentes des circuits de distribution de produits alimentaires en Allemagne et Impact COVID »

Intervenant : Christian HAMM, Chef de pôle AgroTech & Coordinateur filière zone Rhénane - Business France Allemagne

11H – 11H30

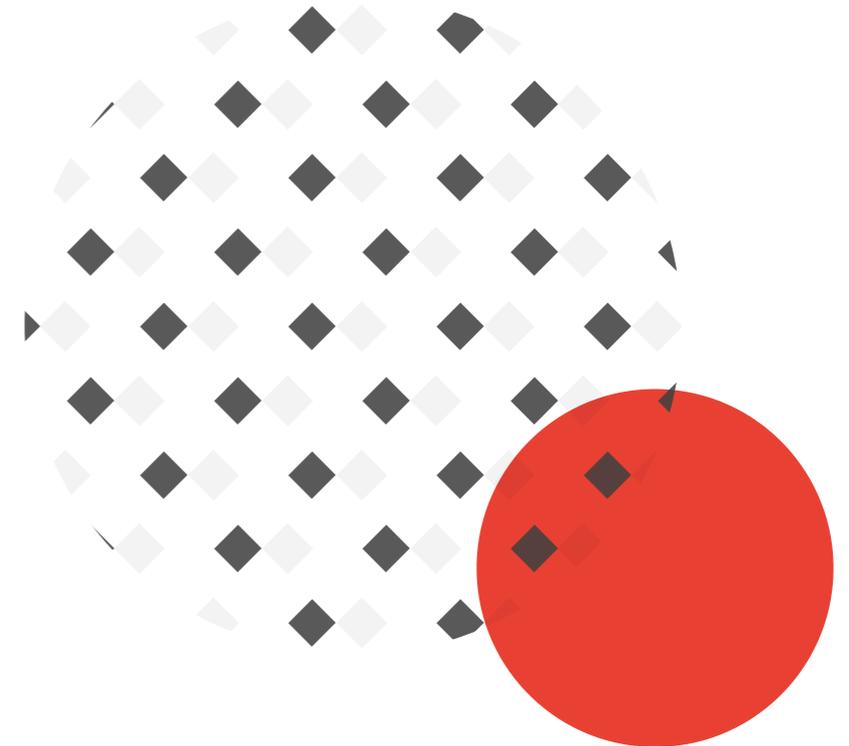
Présentation Programme d'actions AD'OCC Allemagne 2021 & Questions Réponses

Intervenantes : Cécile BOREL - Chargée de mission Expert – Département Agroalimentaire
Sothy SAM Chargée de mission Expert – Marchés internationaux - Agence AD'OCC



Agence de Développement Économique

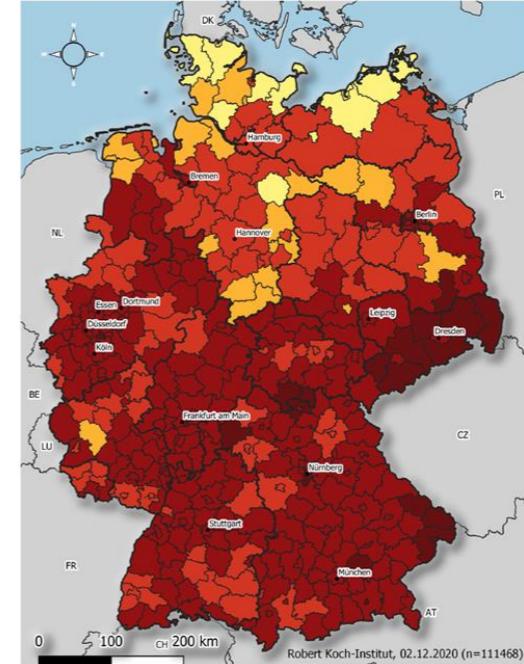
Présentation du contexte général en Allemagne Missions du bureau de représentation de la Région Occitanie à Hambourg



Contexte général

Point sanitaire: situation et mesures

- Cas recensés, décès, hospitalisations:
 - moins de cas globalement
 - mais une 2^e vague qui inquiète
 - disparités régionales
- Vaccination:
 - organisation, calendrier
 - cibles prioritaires, pas d'obligation
- Un état fédéral, des mesures préventives régionalisées, concertées, distanciation, fermeture des restaurants prolongée...



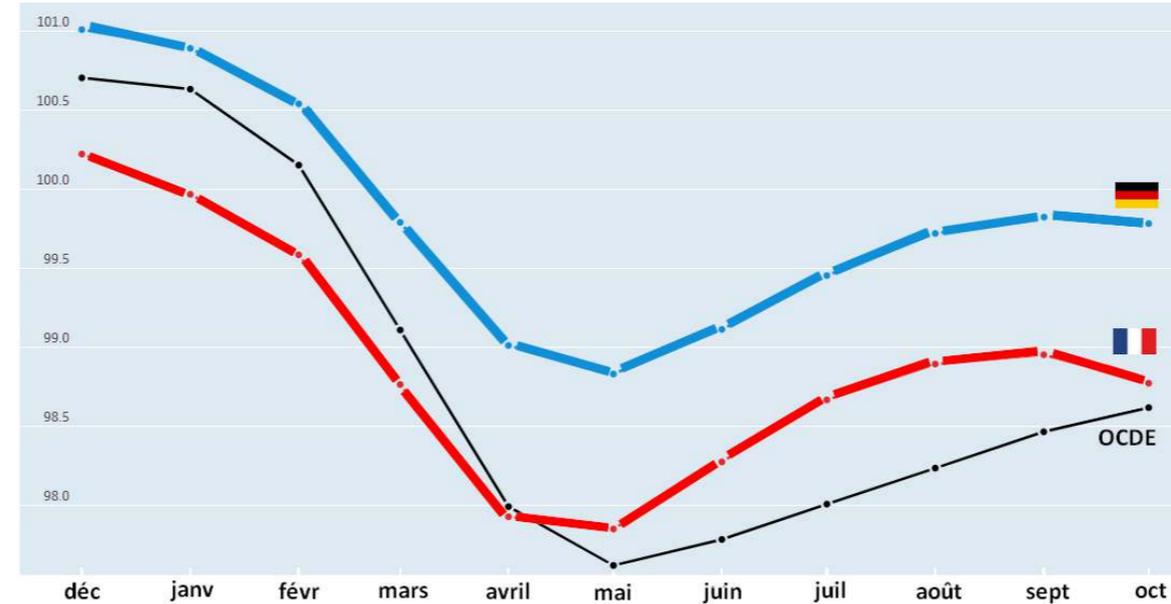
Contexte général

Situation et mesures économiques

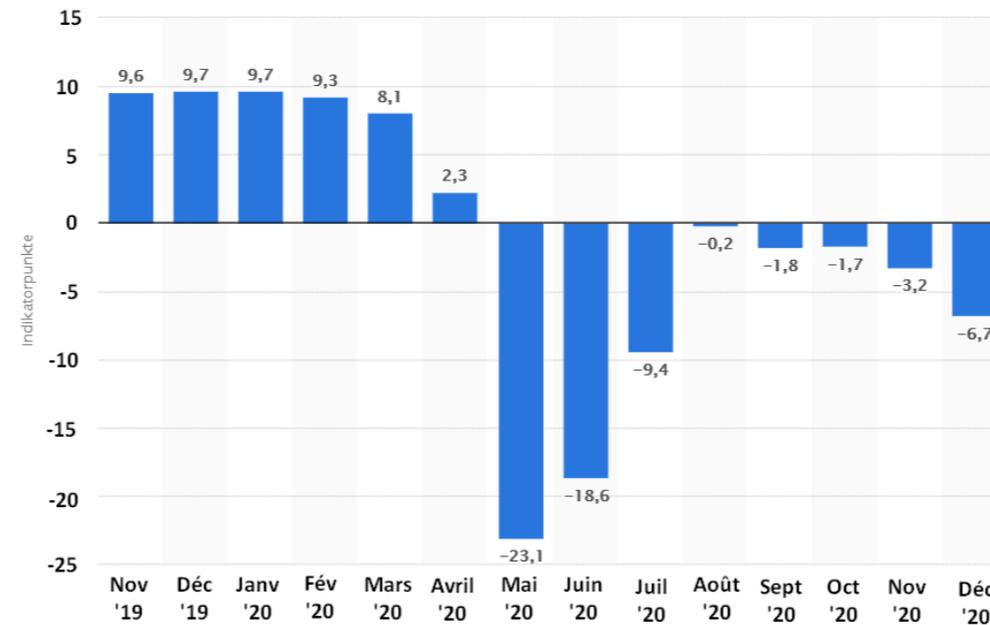
- **03/2020: un 1^{er} plan de soutien à 1 100 Mrds €**
- **06/2020: un 2^e plan de soutien à 130 Mrds €, 57 mesures**
 - volet 1 : 80 Mrds € - soutien immédiat aux ménages et aux entreprises
 - volet 2: 50 Mrds€ - investissement dans le transport, le numérique, la santé... pour préparer la reconversion de l'industrie
 - 7 Mrds € pour promouvoir la voiture électrique.
 - 9 Mrds € pour développer la filière hydrogène
- **Poursuite des mesures en 11/2020: + 17 Mrds €**
- **Confiance des ménages**

Contexte général

Confiance des consommateurs



Indice allemand de confiance des consommateurs



Bureau de la Région Occitanie en Allemagne

Missions

- Renforcer le lien Occitanie-Allemagne
- Domaines: économie, culture, éducation, ESR...
- Travail en lien avec Ad'Occ et les autres agences régionales



Catherine ARISO

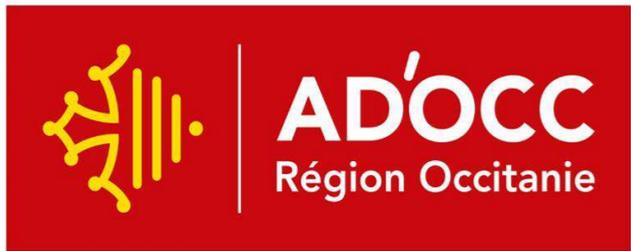
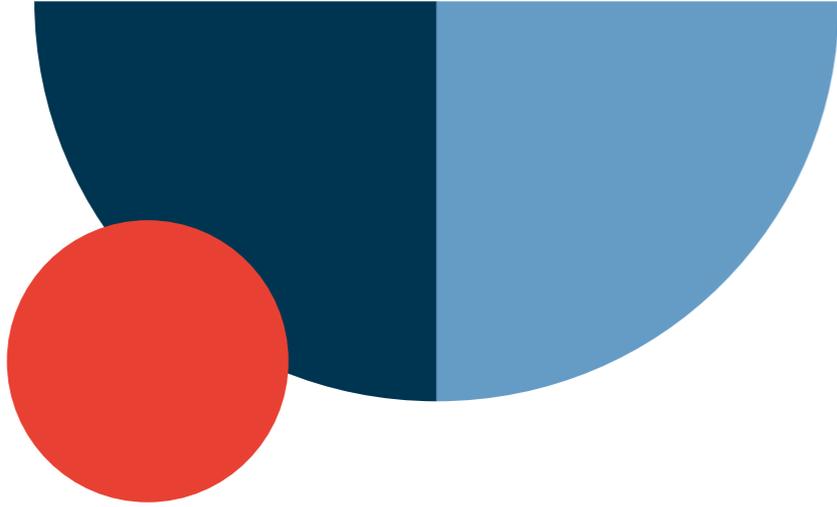
Vertretungsbüro der Region Occitanie in Deutschland

Ludwig-Erhard-Str. 18

D - 20459 Hamburg

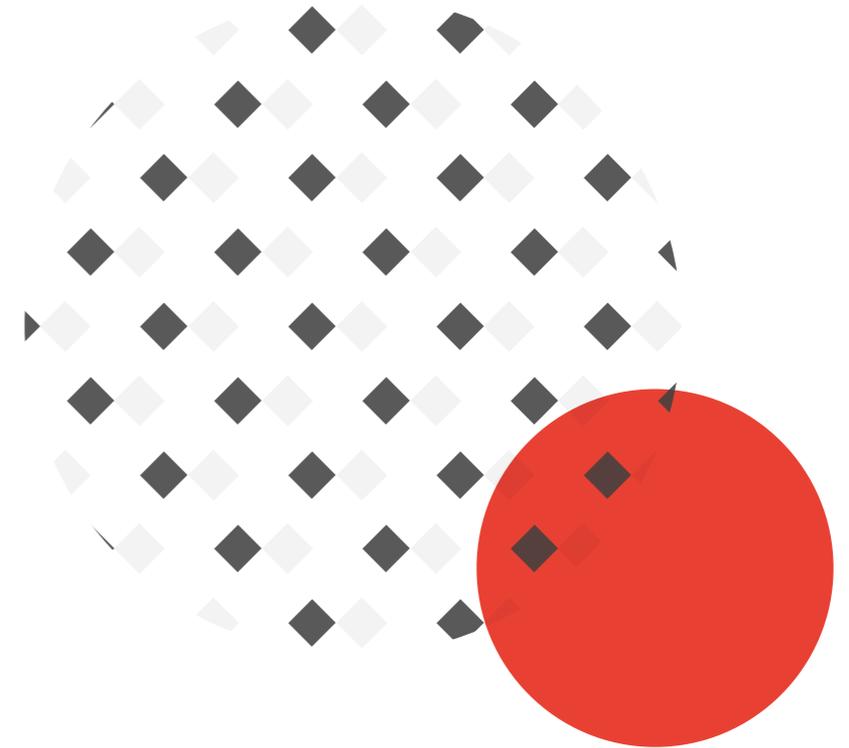
🇫🇷 +33 6 38 38 28 02

🇩🇪 +49 176 74 53 44 87



Agence de Développement Économique

Restitution de l'étude de marché « Besoins et attentes des circuits de distribution de produits alimentaires en Allemagne et Impact COVID »



Allemagne

**Besoins et attentes des circuits
de distribution de produits
alimentaires en Allemagne**



**AD'OCC
Région Occitanie/Pyrénées-Méditerranée
3 décembre 2020**

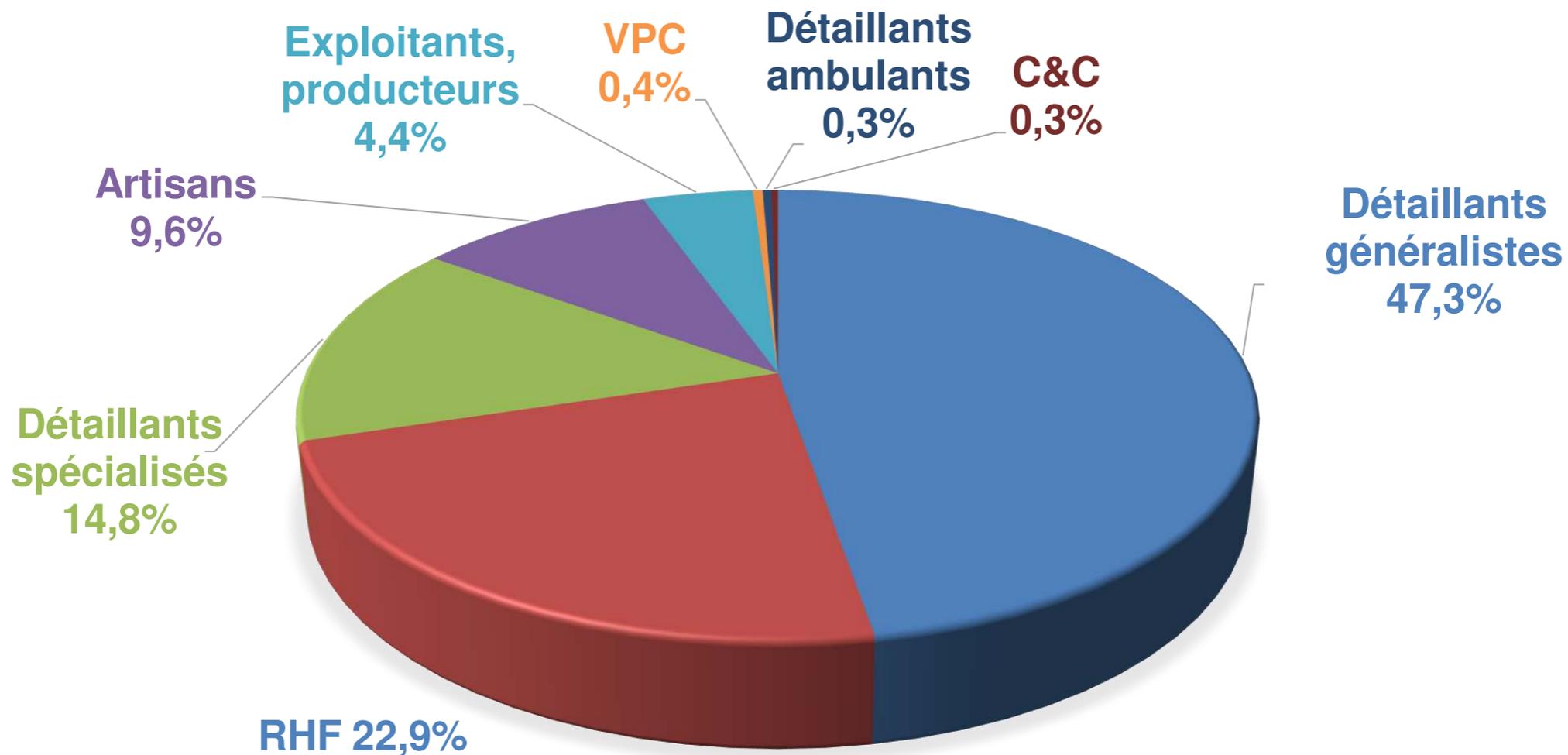
Sommaire

- **Les réseaux de distribution de produits alimentaires**
- **Focus filières :**
 - Les fruits et légumes
 - Les produits de confiserie, biscuiterie, snacking
 - Les produits de la mer
 - Les produits de charcuterie
 - Les fromages
- **Les régions à privilégier et les bonnes pratiques**
- **A noter dans vos agendas**

Sources : Dr. Ledermann& Partner ; Tradedimensions 2018

La vente de produits alimentaires

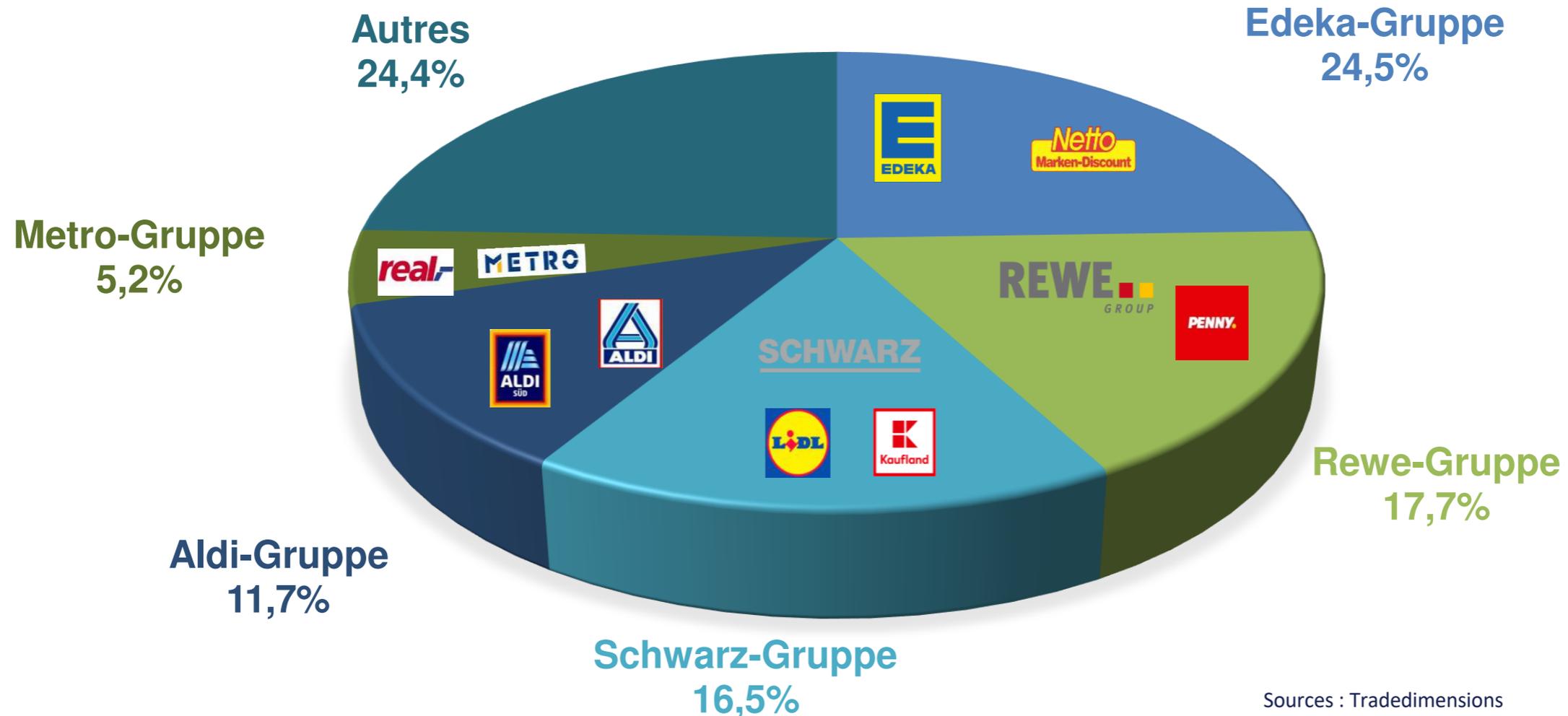
Sources d'approvisionnement des ménages allemands en produits alimentaires



Sources : Dr. Ledermann & Partner ; Tradedimensions 2018

La grande distribution alimentaire

Les principaux opérateurs de la grande distribution
(Parts en fonction du chiffre d'affaires 2019 de 252,7 Mrds EUR)



Sources : Tradedimensions



Opportunités de l'offre française en fruits et légumes

→ 1er poste en matière d'importations de produits agro-alimentaires de l'Allemagne

Principaux leviers et opportunités pour les fruits et légumes français:

- Un consommateur de plus en plus sensible à la qualité
- Essor du bien-être, du manger sain, du véganisme, des « super foods » et d'une alimentation « plant-based »
- Une offre française en fruits et légumes biologiques en plein développement
- Des conditionnements qui permettent de réduire l'utilisation de plastique



Opportunités de l'offre française en fruits et légumes

- Communiquer sur l'authenticité certifiée à travers des IGP
- Communiquer au grand public sur la qualité des produits français en fruits et légumes
- Raconter l'« histoire » du produit ou de l'entreprise pour le consommateur digital
- Valoriser les produits de marques : Pink Lady, Nergi, Princesse Amandine... afin de fidéliser le consommateur

Exemples de tendances



Le Message

*IGP communication sur l'origine
et l'exclusivité du produit*



La différenciation

*Nouvelles variétés et conditionnement
marketé - tomates Hoogstraten*



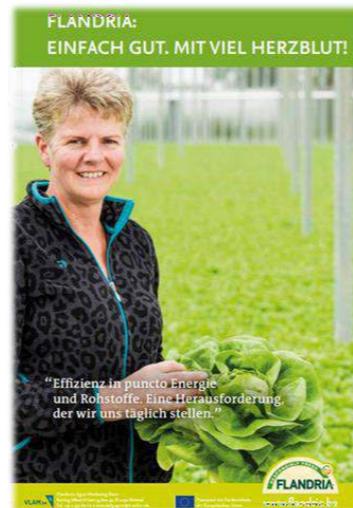
L'innovation

Spaghetti de légumes prêts à l'emploi



La tendance snacking

*« Les légumes sont les
nouveaux sneakers »*



L'écoresponsabilité :

*« Simplement bon, un effort qui nous tient à
cœur »*

*« Efficacité en terme d'énergies et de
ressources, un challenge que nous relevons
tous les jours »*



Le packaging

*Fraises en barquette de plastique recyclé
de bouteilles PET*



Opportunités et intérêts en confiserie, biscuiterie, snacking

Principaux leviers et opportunités pour les produits sucrés et de snacking français :

- Prise de conscience de la qualité des produits alimentaires
- Demande de produits premiums à prix abordables, de produits authentiques avec une « histoire »
- Produits adaptés à la consommation nomade, en portions individuelles
- Recherche de produits sains, bio, végan, naturels (clean label) avec moins de sel, de sucre, de matière grasse, sans huile de palme, sans gluten, sans lactose, enrichis en protéines

Exemples de produits tendance



Success Story française : les mini-tartelettes Bonne Maman à bon rapport qualité-prix



Produits sous licence de marques déjà connues en Allemagne



Société autrichienne propose des sticks soufflés, source de protéines à base de lentilles, quinoa, chia, bio, végan, sans OGM, sans huile de palme



Packagings qui plaisent en Allemagne



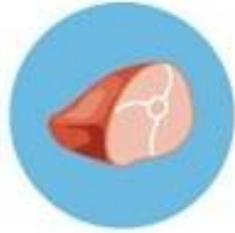
Opportunités de l'offre française en produits de la mer

Principaux leviers et opportunités pour les produits de la mer français :

- Elargissement de l'offre en GD : montée en gamme, client prêt à dépenser plus
- Augmentation de la demande en produits fumés
- Demande en spécialités et produits de la mer haut de gamme (huîtres, poissons nobles), et en produits assaisonnés
- Recherche de labels MSC, ASC, FOS, Bio (Naturland...)



Nordsee: offre de petits pains à emporter et crustacés et salades pour consommation sur place



Opportunités de l'offre française en produits de charcuterie

Principaux leviers et opportunités pour les produits de charcuterie français :

- Tendances bien-être animal et origine/qualité du produit
- Opportunités pour les produits snacking (plateaux de charcuterie, sticks...)
- Les produits de différenciation et à forte valeur ajoutée, sur les segments haut de gamme, notamment à la coupe
- Développement des ventes de jambon



Edeka Heils: rayon à la coupe

Exemples de produits tendance

Salami aux olives
noirs (à la coupe)



Casademont
(Espagne): salami
serrano au fenouil

Viani Salumificio (Italie):
Salsiccia aux truffes



Rayon snacking
charcuterie



Reinert (Allemagne):
jambon cuit aux
asperges vertes (à la
coupe)



Opportunités pour l'offre française en fromage

Principaux leviers et opportunités pour les fromages français :

- Evolution positive de la consommation de fromages
- Offre française traditionnelle (AOP) de plus en plus reconnue et appréciée
- Développement du segment snacking avec des produits d'apéritif (pralinés, dés...)
- Intérêt grandissant pour les fromages de chèvre
- Demande croissante pour des portionnements individuels

Exemples de produits tendance



France : le fromage au bouchon lancé en 2016 reste dans la mémoire des opérateurs allemands



Pays-Bas : Gouda aux différents parfums et couleurs (lavande, wasabi, truffes, pesto vert et pesto rouge etc.
Fabricant : Jacks Cheese



France : Brie de Meaux assaisonné aux truffes



Suisse : fromage des Alpes assaisonné aux fleurs comestibles



France : le fromage de chèvre est en vogue et le format suscite l'intérêt des opérateurs

Les bonnes pratiques



AVANT

- Se renseigner sur **l'état de la concurrence**
- Préparer **une documentation export en allemand**, à minima en **anglais**
- **Prix le plus juste** possible
- Mettre à disposition des **échantillons**
- Se renseigner sur les solutions **logistiques**

Les bonnes pratiques



PENDANT

- Être **ponctuel**
- Être à **l'écoute** des attentes
- Montrez la volonté **d'adapter vos produits** aux exigences du marché
- Être **force de proposition**, proposez des **solutions innovantes**, des **concepts**
- Montrez votre **fiabilité** et votre **motivation** avec **un esprit de service**

Les bonnes pratiques

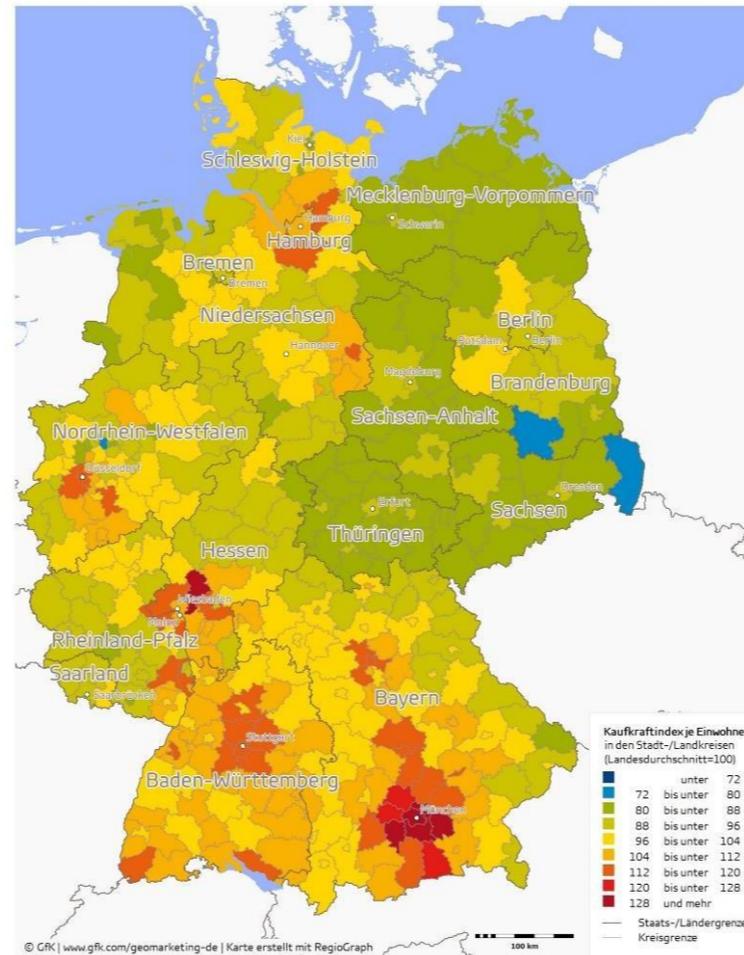


APRES

- **Tenez vos engagements**
- **Réactivité et flexibilité**
- **Soyez persévérant, patient**
- **Restez fidèle** à votre client, **soutenez le**, c'est un **partenariat de long terme**

Les régions à privilégier

Pouvoir d'achat par hab./comté en 2019
(sur une base moyenne de 100)



Source : GfK

A retenir



- ✓ Des opérateurs ouverts à l'offre française
- ✓ Un facteur prix important
- ✓ Investir dans la communication
- ✓ Demande une très bonne préparation, l'export c'est un métier
- ✓ De la rigueur dans le suivi et l'entretien des relations
- ✓ Un partenariat gagnant gagnant sur le long terme
- ✓ Présence sur place recommandé (VIE, filiale...)



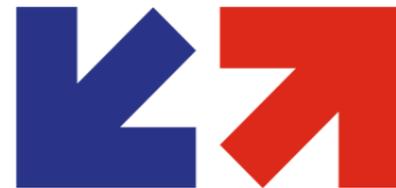
FranceAgriMer



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

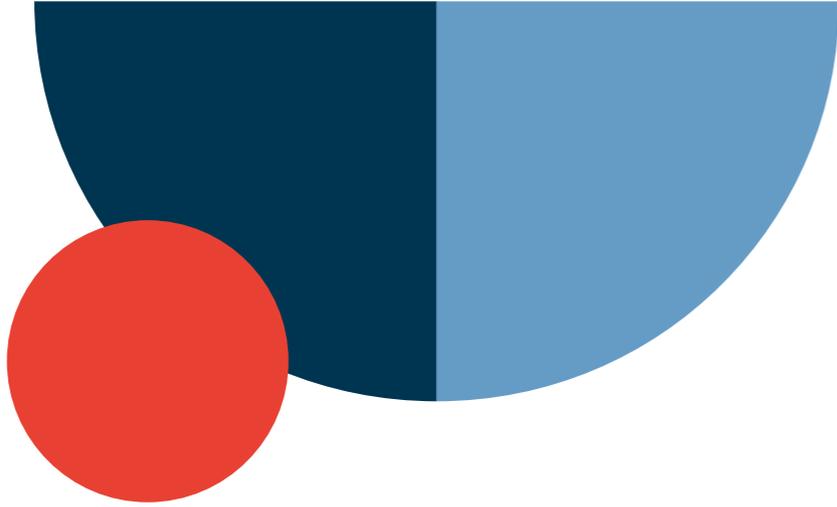
MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE
L'ALIMENTATION



BUSINESSFRANCE

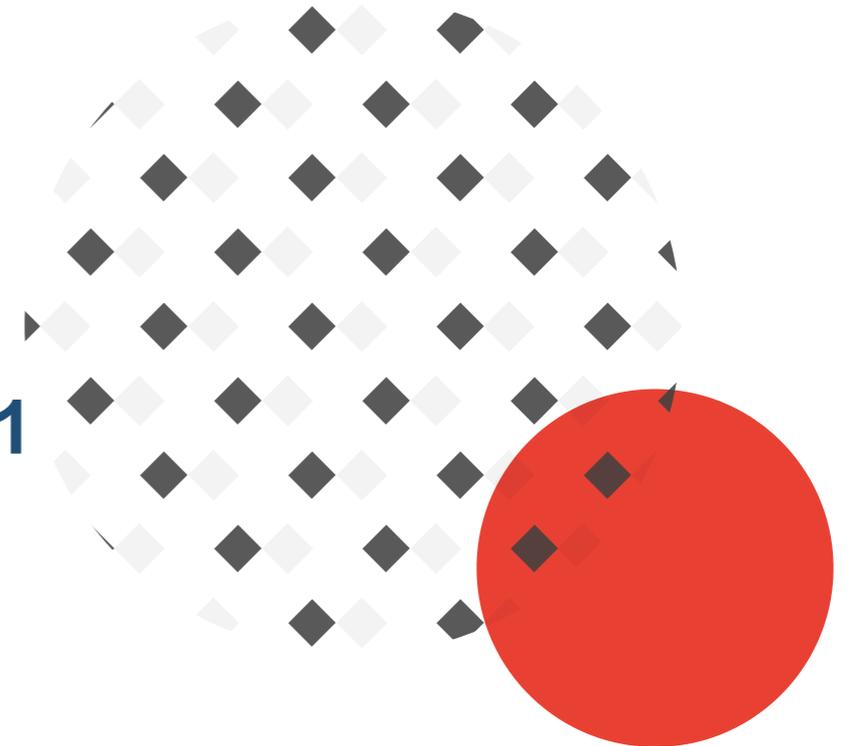
CONNECTER – ACCÉLÉRER – RÉUSSIR

Etude disponible sous :
[Bit.ly/BF-etudes-agro](https://bit.ly/BF-etudes-agro)



Agence de Développement Économique

Webinaire Allemagne
Programme d'actions Allemagne - AD'OCC 2021
Département Agroalimentaire
DO ICM



Planning des actions 2021 - Prévisionnel

5 janvier

Webinaire
ecommerce
Allemagne
& Lancement
Rencontres
Acteur du
ecommerce
allemand

28 janvier

Webinaire
Le Bio et les
épicerie fines
en Allemagne

17 au 19 février

Biofach
Digital
Nuremberg

27 mai

Show Room
Occitanie Food
Hambourg

**1^{er} au 30
juin**

Campagne
Sud de de
France
Kaufhoff-
Karstadt

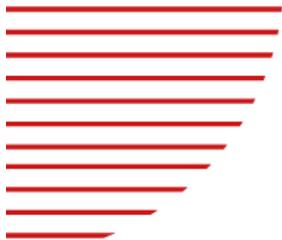
**1^{er} au 20
juillet**

Opération
Sud de
France
Galeries
Lafayette
Berlin

**9 au 13
octobre**
ANUGA
Cologne

2022

Fruit
Logistica
Berlin



BIO COMPANY®

Wanted - BIO COMPANY – Allemagne
En partenariat avec BUSINESS FRANCE

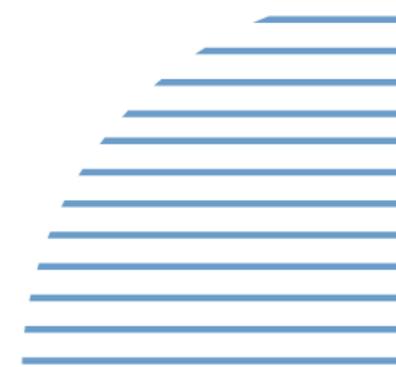
BIO COMPANY recherche des compotes et
purées de fruits bio MDD

Date limite d'inscription : 7 décembre 2020

TEAM
FRANCE
— EXPORT —



Sud
de
France
LE MEILLEUR
DE L'OCCITANIE



 **AD'Occ**
Région Occitanie
Agence de Développement Économique

WEBINAIRE e-commerce Allemagne 5 janvier 2021

- + Circuits de distribution e-commerce
 - + Profil eshopper
 - + Produits agro à fort potentiel pour le e-commerce
- => **Rencontre BtoB avec** l'acheteur d'une plateforme e-commerce qualifiée allemande (en projet)

WEBINAIRE Le bio et les épiceries fines en Allemagne 28 janvier 2021

=> **Biofach** 17 au 19 février 2020

amazon.de

OTTO

zalando

MediaMarkt

notebooksbilliger.de



SATURN

bon
prix



cyberport

SHOWROOM HAMBOURG

27 mai 2021 EN PRÉSENTIEL

- + Une présence collective forte
Mise en valeur optimale des produits
et de la richesse de l'offre régionale
- + Un espace d'exposition rigoureusement choisi
- + Organisation de visites de points de vente ciblées
- + **Trente prospects qualifiés**
- + Une offre de participation unique :
un espace « clé en main »
(Table + chaise) => **1380 € HT**



Campagne promotionnelle Sud de France Kaufhof-Karstadt 1^{er} au 30 juin 2021 En projet

En 2018

- + **Une trentaine de** produits sélectionnés
- + **15 jours** de campagne

Projet Campagne d'Été 2020 annulé

- + **51** Magasins dans les plus grandes villes d'Allemagne
- + Encart dans **3,5 millions** dans le Karstadt Beilage
- + Newsletter internet diffusée **15 000** contacts
- + **40 000** Flyers deux pages distribués en magasins
- + Animations dégustation dans **20** magasins



Opération Sud de France Galeries Lafayette Gourmet Berlin

1^{er} au 20 juillet 2021

- 2 vitrines décorées
 - Newsletter
 - Article site internet
 - Flyers
 - Pop up shop le gourmet zone promotionnelle
 - 12 jours de dégustation
 - Communication réseaux sociaux
 - Offre en restauration : Bar à vins
 - Affichage écrans en magasins
 - Mise en avant des références en rayon
 - Séminaires vin
- + 60 fournisseurs (dont 26 vins)**



Sud de France, natürlich gut!

Bonjour,
entdecken Sie in der Berliner Friedrichstraße die Lebensart und die Geschmacksrichtungen von Frankreichs Süden.
Denn die Region Languedoc-Roussillon ist wieder zu Gast in Ihrem Le Gourmet und hat eine breite Auswahl an wertvollen Produkten und Weinen mitgebracht. Mit einem vielfältigen Sortiment an Spezialitäten laden wir Sie ein zu Gaumenfreuden voller Sonne und südfranzösischer Leichtigkeit - direkt bei uns in der Weinbar oder zum Mitnehmen

Newsletter



Communication
réseaux sociaux



Vitrine du point de vente

L'ANUGA en 2019

- + **7400** exposants de **110** pays
- + **170 000** visiteurs qualifiés de **200** pays
- + **300 000 m2** d'exposition



L'espace OCCITANIE SUD DE FRANCE

- + **12** Entreprises participantes
- + **170 m2** de stand d'exposition

L'ANUGA 9 au 13 octobre 2021

FORMULE 1

⇒ **Participation collective
au centre du Pavillon régional
Présence : deux jours**

- + **Accompagnement préparatoire & Coaching export**
- + **Point de rencontre sur l'espace Occitanie – Sud de France** pour recevoir clients & prospects (Formule Table & chaises au cœur de l'espace régional)
- + **Entrée au salon (un badge par entreprise)**
- + **Accès au service collective d'animation et de communication**
- + **Visite de points de vente**



09. - 13. Oktober 2021

L'ANUGA 9 au 13 octobre 2021

FORMULE 2 STAND PRIVATIF

+ Accompagnement préparatoire & Coaching export

+ **Stand privatif** (min 9m²) sur l'espace Occitanie – Sud de France :
1 enseigne rétro-éclairée/1 ensemble table-chaises/1 comptoir de présentation/ 1 étagère/ prise électrique/éclairage/nettoyage/ accès à la réserve collective/accès à l'espace collectif.
Le stands sont tous situés en bord d'allée.

+ Visibilité et une présence collective fortes Occitanie – Sud de France

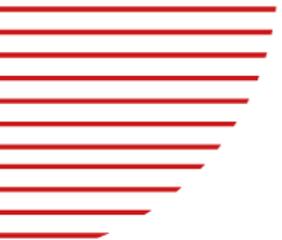
+ Animations culinaires Chef

**POSSIBILITÉ DE
PARTAGE DE STAND**



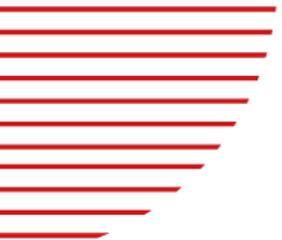
09. - 13. Oktober 2021





Questions / Réponses





Nous contacter



Chantal PASSAT

Responsable Département Agroalimentaire

Tél. +33(0)4 99 64 29 20 – Fax : +33(0)4 99 64 29 37



Cécile BOREL

Chargée de mission expert – Département agroalimentaire

Tél. +33(0)4 99 64 29 21 - Port : +33(0)6 12 62 90 33



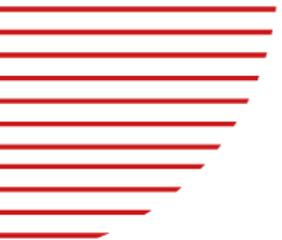
Sothy SAM

Chargée de mission Expert – Marchés internationaux

Département agroalimentaire

Tél. : +33 (0) 4 99 64 29 11 - + 33 (0) 6 11 89 88 67

sothy.sam@agence-adocc.com



Merci pour votre attention

