



Sydney, Australie



Shanghai, Chine



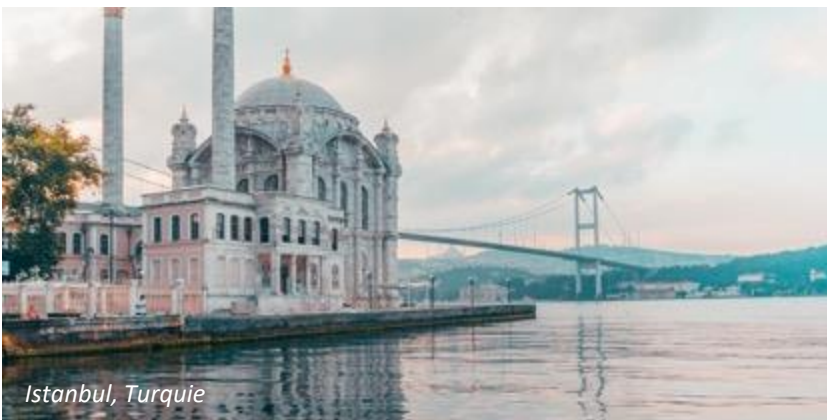
Londres, Royaume-Uni



LETTRE INTERNATIONALE SECTORIELLE

Agroalimentaire – Q4 2021

En partenariat avec



Istanbul, Turquie



Varsovie, Pologne



Dubaï, Emirats Arabes Unis

Sommaire

LETTRE DE L'INTERNATIONAL SECTORIELLE - AGROALIMENTAIRE

Introduction 3-4

Nos business cases 5-14

Canada 5

Chine 6-8

Etats-Unis 9

Moyen-Orient 10-11

Pologne 12

Turquie 13

Vietnam 14

En savoir plus 15

Vos points de contact Globalians 16



Introduction

LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE

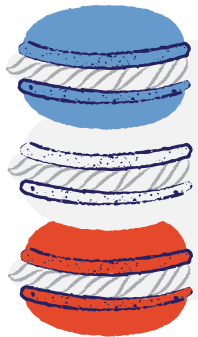


Les entreprises agro alimentaires ont vu leurs habitudes de travail à l'international fortement impactées par la crise sanitaire : pays d'approvisionnement confinés, tension du secteur logistique tant sur les capacités que sur les coûts, fermeture de certains pays prioritaires et stratégiques pour leurs exportations...

UN SECTEUR QUI RÉSISTE FACE À LA CRISE

Les échanges mondiaux ont enregistré un fort recul en 2020. Filière stratégique et essentielle, l'agroalimentaire a bien mieux résisté à la crise sanitaire que de nombreux secteurs.

Les exportations mondiales de produits alimentaires ont atteint 1 362 Md EUR en 2020 (-0,1 % par rapport à 2019), avec un classement des dix premiers exportateurs inchangé depuis 2016. Ce ralentissement après une année 2019 particulièrement porteuse (+4,9 %) reste moins marqué qu'en 2018 (-0,5 %). Enfin, malgré cette évolution, la hausse des exportations demeure dynamique sur la dernière décennie (+60 % depuis 2010, +12 % depuis 2015).



La **France**, quant à elle, en dix ans, a accru ses exportations de 45 % à 65 milliards d'euros en 2019. Mais dans le même temps, les exportations mondiales agroalimentaires ont bondi de 62 %. Doublée par l'Allemagne, les Pays-Bas et la Chine sur cette période, la France a été rétrogradée de trois rangs à la sixième place sur la période.

Introduction

ÉTAT DE L'EXPORTATION AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS

Les **exportations agro-alimentaires françaises** ont **reculé** de -4 % au premier semestre 2020 en raison du ralentissement général des échanges **liés au Covid-19**. L'impact du contexte sanitaire est resté limité grâce à certains secteurs ayant «compensés» les autres. La baisse de nos exportations de produits alimentaires vers les pays tiers a été bien plus prononcée (-6 %) que vers l'UE (-2 %) qui est devenue une zone prioritaire et majeure pour les marchés de l'alimentation.



➤ Les exportations françaises d'**alimentation animale** (+6 %) et de **graisses et huiles** (+19 %) ont été particulièrement performantes.

➤ Les **produits agricoles et agroalimentaires** ont représenté 15 % des exportations françaises en 2020, contre 13 % les années précédentes.



➤ Les **spiritueux** (-19 %) et les **produits de la mer** (-12 %) ont été les segments les plus en recul pour l'offre française en 2020.

➤ Les **produits transformés** ont quant à eux été bien plus ralentis que les produits dits «bruts », ainsi que les entreprises agro alimentaires travaillant sur des clientèles repas hors domicile (hôtellerie restauration, restauration collective...).



Compte tenu de l'importance du secteur pour l'emploi et dans la balance commerciale, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation a affecté à l'exportation 250 millions d'euros de son **plan de relance global de l'agro-alimentaire** de 1,2 milliard d'euros. L'idée est « d'apporter une réponse conjoncturelle au Covid et des solutions plus structurelles aux problèmes apparus ou accentués par la crise ».

Business Case Canada

AGROALIMENTAIRE

PROFIL DU CLIENT

PME (chiffre d'affaires : 50 M€, 250 personnes) spécialisée dans la fabrication de plats surgelés vendus essentiellement en marque distributeurs dans les grandes surfaces alimentaires, magasins spécialisés et dans le Food Service.

CONTEXTE

La société souhaite proposer ses produits aux différents segments du marché canadien via un partenaire importateur / distributeur

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Analyse stratégique marché pour définir les opportunités et segmentation de l'offre
- Mise aux normes réglementaire de 3 recettes : Viande, Poisson, Végétarien pour répondre aux exigences de l'ACIA : Emballage, liste d'ingrédients, Valeurs nutritionnelles.
- Relevé de prix sur un échantillon représentatif de points de ventes au Québec et en Ontario (2 principaux marchés au Canada) : Prix, Liste d'ingrédients, Quantités, etc..
- Identification, approche et qualification des partenaires-distributeurs potentiels capable de gérer la chaine de congélation et la marque distributeur
- Organisation d'une première série de RDV en digital
- Seconde série de RDV en présentiel en cours d'organisation (venue Janvier 2022)
- Répons en cours AO Walmart marque « Great Value »

“



« L'étude de marché réalisée par l'équipe ADEXIA a été au delà des attentes, complète, pertinente et permettant de prendre les bonnes décisions quant à la faisabilité du projet.

Le suivi est un élément également très positif, points réguliers sur l'état d'avancement, conseils, mise en relation avec les bons interlocuteurs (brokers, clients directs etc ...). Mise en relation également avec des experts de la réglementation alimentaire

Réel accompagnement dans la réponse à l'appel d'offre Walmart.

Si je devais refaire ce projet, c'est avec ADEXIA que je le mènerai ».

Christophe Delacotte,
Directeur commercial et Directeur Export



Business Case Chine

AGROALIMENTAIRE – EXPORTATION COLLABORATIVE

PROFIL DU CLIENT

Groupement de 5 entreprises de l'agroalimentaire, appartenant à l'ANIA, désireuses de développer leur présence en Chine.

CONTEXTE

Les 5 entreprises souhaitent se regrouper sous une bannière commune, afin de mutualiser leurs forces pour entrer sur le marché chinois, qui est réputé pour sa grandeur et sa complexité.

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Mise à niveau des membres, sur leurs connaissances marché, le réglementaire, le process d'importation...
- Mise en place de l'identité du groupement
- Actions communes de prospection
- Actions communes et individuelles de communication digitale
- Actions de promotions
- A terme recrutement d'un brand ambassador



Business Case Chine

AGROALIMENTAIRE – DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

PROFIL DU CLIENT

Entreprise spécialisée dans la production et la vente de produits de la mer surgelés haut de gamme, leader mondial sur son marché. En forte croissance depuis 3 ans, son premier marché est l'Europe, suivie des USA..

CONTEXTE

La Chine est devenue un pays stratégique pour le développement de notre client dont les objectifs sont clairs : comprendre les rouages du marché chinois, trouver des partenaires stratégiques (importateurs, distributeurs en ligne et hors ligne) puis mettre en place une équipe locale pour arriver à quelques millions de ventes en 3 années.

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Un diagnostic stratégique, afin de comprendre la structuration du marché chinois et les principaux acteurs, et de définir la stratégie marketing et commerciale la plus adaptée au marché chinois
- Mise en place d'un réseau d'importateurs, de distributeurs online et offline, et de logisticiens capables de mettre en place des solutions de packaging adaptées.
- Recrutement, incubation et portage d'un Responsable commercial
- Création de la structure commerciale

“



Partenaires pour un Développement Durable

téléchargez le PDF (267 ko)



Business Case Chine

AGROALIMENTAIRE – SOURCING QUALIFICATION FOURNISSEURS

PROFIL DU CLIENT

Un des leader mondial dans la production et la vente de légumes en conserve et congelés, qui possède des entités de production à travers le monde, et des bureaux commerciaux sur les 5 continents.

CONTEXTE

La Russie étant sous embargo pour les produits congelés de légumes, le groupe BONDUELLE se doit de trouver une source d'approvisionnement alternative à l'Europe pour pouvoir fournir ce marché en pleine expansion.

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Une étude du portefeuille produits et fournisseurs
- Une étude sur les coûts de production en Chine des différents produits
- Identification, qualification et validation d'un portefeuille de fournisseurs alternatifs de plus de 25 sociétés
- Mise en place des procédures qualité
- Gestion des contrôles qualité avant expédition



Bonduelle
La nature, notre futur



Business Case Etats-Unis

AGROALIMENTAIRE

PROFIL DU CLIENT

Basée en Bretagne, LUCEO développe et commercialise des systèmes d'inspection par vision pour les industriels de l'agro-alimentaire.

CONTEXTE

La production d'aliments peut entraîner des produits mal étiquetés, des emballages non étanches et des codes barres illisibles. Les systèmes de contrôle LUCEO éliminent ces produits.

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Action commerciale sur 6 filières: pork, ready to eat, cheese, chicken, beef, pickles and peppers
- Prospection continue sur 200 entreprises nord-américaines qui représentent le cœur de cible
- Développement des relations de partenaires et d'apporteurs d'affaires avec les acteurs du marché
- Promotion de la marque et veille stratégique

Accompagnement commercial réalisé par Ouino Consulting sur 4 années jusqu'à l'acquisition de LUCEO par la société allemande BIZERBA déjà présente sur le marché US!

“



« Ouino Consulting a toujours été très professionnel dans le suivi et l'accompagnement de Luceo aux USA et s'est parfaitement adapté aux demandes de Luceo et à l'évolution de celles-ci au cours du temps et du déploiement de Luceo. En dépit d'un contexte technique très marqué et compliqué, Ouino Consulting a su s'approprier les produits de Luceo et en être l'ambassadeur aux Etats-Unis. Ouino Consulting a permis à ce jour la vente d'une dizaine de machines sur le territoire US, faisant ainsi des USA la deuxième zone commerciale pour Luceo. »

Christophe Venaille, Directeur Commercial



Business Case Moyen-Orient

AGROALIMENTAIRE – RECHERCHE DISTRIBUTEUR

PROFIL DU CLIENT

L'entreprise s'efforce d'unifier le secteur biologique et de rendre les produits accessibles, pour un monde plus sain, plus écologique et plus durable.

CONTEXTE

L'entreprise était très désireuse de trouver le partenaire le plus pertinent et le plus apte à avoir la même vision qu'elle aux Emirats-Arabis-Unis.

LES SOLUTIONS APPORTÉES ET LEUR RÉSULTAT

- La durée de la mission était de 3 mois et TTE GULF a été capable d'accomplir les tâches en conséquence.
- En un court laps de temps, TTE GULF a identifié le potentiel des produits dans la région, généré une liste de distributeurs et de détaillants, trouvé différents concurrents et recueilli leurs commentaires sur les produits.
- En conséquence, TTE GULF a pu trouver un distributeur intéressé et potentiel pour l'une de ses marques.



Peaugres, February 6th 2021

Dear Sir/ Ma'am,

I feel privileged to recommend the services of TTE GULF Management Consultancy as your service provider in your plans to accelerate your business in the Middle East.

We have been working with them for a 3-month contract, but the limited time was not a constraint for them to accomplish the mission. For a short period of time, they were able to give an insight on the market, organize meetings to interesting distributors and find potential partners for our business.

The team who worked for the mission were very dedicated to their objectives and that satisfied me the most.

The detailed report with their recommendation and summary that was submitted to me helped me understand more on the market and distinguish on the potential distributors with our products.

I am fully confident that TTE GULF Management Consultancy will never disappoint you as they are very enthusiastic in fulfilling the mission assigned to them. In fact, they exceeded my expectations.

I am sure that their service will add value to your firm. Our company is willing to select TTE GULF Management Consultancy to our other future service needs, especially Gulfood's follow-up.

Please feel free to contact me for more information about their service.

Ekibio SAS
24 La Bouche
07346 00000
FR 01 75
Siret 3445 052 344 00027 SIRET 46306 B
TVA FR 30 345 052 344

Sandrine Pelisson, Overseas Sales Manager

Business Case Moyen-Orient

AGROALIMENTAIRE – RECHERCHE DE PARTENAIRES / JOINT VENTURE

PROFIL DU CLIENT

Columbus Café est une marque qui existe depuis 25 ans et qui est le numéro 1 des cafés en France avec près de 200 boutiques internationales, tandis que, Copper Branch est une chaîne de restaurants fast-casual servant un menu 100% végétal et a été fondée à l'origine à Montréal en 2014.

CONTEXTE

Recherche d'un master franchisé/ JV dans la région du GCC qui pourrait être intéressé par leur marque de café et de pâtisseries. Pays cibles : Emirats-Arabes-Unis, Koweït et Qatar

LES SOLUTIONS APPORTÉES ET LEUR RÉSULTAT

- Le problème du COVID-19, qui a entraîné une pandémie mondiale, a mis en difficulté la plupart des entreprises, en particulier dans le secteur des boissons. Mais TTE GULF a pu, durant cette période, organiser des rencontres avec des entreprises qui seraient intéressées par la franchise de la marque.
- Un groupe d'entreprises au Bahreïn a envisagé de convertir leurs cafés existants en franchise de la marque française. Le nombre de boutiques que le président du groupe souhaite convertir a doublé par rapport à l'objectif du client (d'ici 2023).
- Ils sont actuellement en discussion avec deux entreprises locales qui souhaitent investir et devenir leur partenaire dans la région.



Business Case Pologne

AGROALIMENTAIRE

PROFIL DU CLIENT

PME (chiffre d'affaires : 16 M €) spécialisée dans la conception et la fabrication de matériel de cuisson Haut-de-Gamme pour professionnels et particuliers (crêperies, gaufriers, planchas, barbecues etc.)

CONTEXTE

La société souhaite exporter et développer ses ventes sur la Pologne via un réseau de partenaires locaux et le e-commerce en ciblant les réseaux de vente en ligne.

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Définition précise des partenaires recherchés avec critères d'évaluation
 - Identification, approche et qualification des partenaires-distributeurs potentiels
 - Organisation de RDV sur place
 - Accompagnement lors des RDV (interprétariat, interculturel, appui aux négociations)
-
- 41 cibles contactées
 - 8 sociétés intéressées par une collaboration
 - 6 RDV effectués
 - Développement d'un réseau de partenaires locaux (online & offline)



« Un grand merci pour cette belle mission très intéressante en Pologne.

La mission était parfaitement organisée et très diversifiée ce qui m'a permis d'avoir une connaissance complète du marché de l'équipement professionnel et familial en rentrant.

L'image que je me faisais du marché polonais comme étant plutôt un marché de prix s'est avérée fausse ; le marché polonais de l'équipement et de l'agro-alimentaire est très diversifié. J'ai trouvé nos interlocuteurs curieux, réceptifs aux nouveautés, intéressés par la qualité et attachés aussi à l'origine des produits. »

Marie-Catherine Garnier, Export Sales Manager



Business Case Turquie

AGROALIMENTAIRE

PROFIL DU CLIENT

Société française majeure active dans l'univers des fruits et légumes surgelés et/ou pasteurisés pour les marchés de l'industrie agro-alimentaire et de la restauration HORECA.

CONTEXTE

La Turquie étant un grand producteur mondial de tomates, la société souhaite s'approvisionner en tomates séchées depuis le marché turc et recherche des fournisseurs potentiels.

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- 2013 : Projet initial de sourcing avec qualification de fournisseurs de tomates séchées.
- 2014 : Décision d'implantation greenfield et accompagnement au montage clé en main de l'opération : analyse d'implantation, business plan, création juridique, pilotage de la construction d'usine, montage des dossiers d'incitations, qualification de fournisseurs d'équipements, recrutement des équipes locales et appui aux expatriés, gestion clé en main de la société.
- 5 ans après, l'entité turque a été rachetée par un géant français de l'industrie agroalimentaire spécialisé dans la transformation de fruits et de laitages.

“

“Nous avons décidé d'investir en Turquie en 2013, avec une page blanche et une histoire à construire. Nous avons trouvé l'oiseau rare, avec de la réactivité, de la disponibilité. Les compétences sont véritablement transverses, juridiques, comptables, choix des partenaires locaux, l'analyse du tissu concurrentiel, etc. Avec un réseau et des connections pour nous permettre de gagner du temps et d'éviter les mauvais choix. Quatre années se sont écoulées et notre collaboration est toujours aussi efficace. Aujourd'hui, nous pouvons dire que sans cette étroite coopération et cette confiance mutuelle, nous ne serions pas en Turquie.”

Business Case Vietnam

AGROALIMENTAIRE

PROFIL DU CLIENT

D'aucy est une marque française de légumes en conserve et surgelés depuis 1968. Elle dispose de 12 usines en France, Espagne et Hongrie. La marque appartient au Groupe Eureden, une coopérative française basée en Bretagne

CONTEXTE

Malgré un lancement réussi sur les marchés asiatiques depuis 2017 (référencement dans 10 pays), le marché Vietnamien se montre plus hermétique principalement sur les gammées de légume en conserve

SOLUTIONS APPORTÉES ET RÉSULTATS

- Mission de prospection pour identifier et qualifier des importateurs/distributeurs potentiels (210 contacts identifiés)
- Organisation de visio-conférences entre l'équipe export Asie et les prospects priorisés (7 meetings organisés)
- Représentation locale de 6 mois pour assurer un suivi commercial avec les prospects priorisés (mise en relation et suivi avec la 1ère enseigne internationale de grande distribution du pays (les discussions sont encore en cours))

“



« Malgré notre bonne connaissance du marché et notre présence physique en Asie (2 bureaux), SOA nous a aidé à mieux appréhender le marché vietnamien que nous connaissions déjà pour nous y être rendus à maintes reprises. Un appui local ayant un important réseau tel que SOA nous a fait gagner un temps considérable tout en nous aidant à débloquer certaines situations. En nous donnant l'opportunité d'être représenté au Vietnam par un expert en développement commercial Vietnamien nous avons pu faire face à l'impossibilité de nous déplacer (COVID oblige) tout en démarchant de nouveaux clients potentiels. »

Jean-Baptiste SILVA, Directeur Asie



En savoir plus

CONSULTEZ NOS DOCUMENTS COMPLÉMENTAIRES

[Le marché de l'agroalimentaire au Vietnam](#)



[Fiche Pays Vietnam](#)



[Fiche Pays Pologne](#)



[Boissons alcoolisées : La chine le marché #1](#)



[Les chinois, mordus de boulangerie](#)



[Le marché alimentaire en Chine](#)



Vos points de contact Globalians



FRANCE

BARBARA MONTALANT

Directrice Générale

barbara.montalant@globalians.com



FRANCE

MAËLLE PÉPIN

Coordinatrice du réseau

contact@globalians.com



Cologne, Allemagne



Toronto, Canada



Hô Chi Minh-Ville, Vietnam



Globalians

The International Business Experts



6 Passage Tenaille
75014 Paris | France



contact@globalians.com



www.globalians.com



linkedin.com/globalians



Moscou, Russie



Casablanca, Maroc



Houston, Etats-Unis