

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2021





É D I T O

Cette année 2021 fut une année incertaine, rythmée par les mesures sanitaires, confinement et assouplissement des restrictions.

Cette fois encore, l'AANA s'est mobilisée en capitalisant sur les apprentissages imposés par la crise sanitaire. Ses actions, toujours tournées vers les filières et entreprises agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine, s'inscrivent dans la continuité de 2020 et des missions inhérentes à l'AANA.

D'une part, en s'adaptant avec plus d'agilité au contexte actuel, en développant l'aspect digital, des opérations innovantes, notamment avec la création d'*instameets*, les *OnLine TastyWines* en Asie et Amérique du Nord. Et d'autre part, en se réappropriant des opérations de terrain avec le retour de premiers événements en présentiel comme *Toques et Porcelaines* à Limoges, *les Marchés de Nouvelle-Aquitaine* à Paris et Bordeaux, la tenue de quatre sessions de dégustations du *Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine*, l'*Anuga* de Cologne et bien d'autres encore.

Cette réappropriation du terrain alliée au développement digital a permis de recréer du lien. Recréer du lien entre entreprises régionales et acheteurs internationaux. Recréer du lien entre filières, producteurs, artisans et grand public.

Forte de son savoir-faire et des récentes expertises acquises lors de la crise sanitaire, l'AANA s'engage et se tourne vers l'avenir en initiant des réflexions pour demain, à travers *les Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine*, le projet *Erasmus Demain* ou encore *Ecoqualina*.

Car l'objectif est de s'adapter aux nouveaux enjeux alimentaires qui s'imposent à nous tout en permettant aux filières, entreprises régionales de continuer de se développer et faire vivre ce secteur qui nous est cher.

Jean-Pierre RAYNAUD
Président

SOMMAIRE

CONSTRUIRE

une réflexion et des projets sur l'alimentation de demain

P.4

ACCOMPAGNER

les démarches qualité des filières régionales

P.8

DÉVELOPPER

l'image et la notoriété des produits de Nouvelle-Aquitaine

P.13

ACCOMPAGNER

collectivement les entreprises sur leurs marchés

P.22

BILAN

financier de l'année 2021

P.30



C O N S T R U I R E

UNE RÉFLEXION ET DES PROJETS SUR L'ALIMENTATION DE DEMAIN



LES RENCONTRES DE L'ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE



OBJECTIFS

- **Initier une réflexion et créer un moment de dialogue,** d'information et de débat autour d'un enjeu primordial : l'alimentation ;
- **Faire émerger des solutions innovantes** pour les filières et entreprises régionales autour de l'alimentation de demain.

Les Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine se présentent sous la forme d'un cycle de conférences. En 2021, le fil rouge de ces conférences est **la souveraineté alimentaire, utopie ou réalité ?**

Sous le parrainage d'Erik Orsenna, cette grande thématique s'est déclinée en 6 conférences :

- **La souveraineté alimentaire**, le 3 février 2021 à Bordeaux ;
- **Le "Manger numérique"**, le 26 mars à Bordeaux ;
- **Les circuits-courts**, le 29 avril à Limoges ;
- **Qualité et Origine, piliers de notre souveraineté alimentaire** le 20 mai, à Poitiers ;
- **La distribution à l'heure du local**, le 8 juillet 2021 à Bordeaux ;
- **Les restitutions de l'ensemble de ces conférences** se sont tenues le 21 octobre à Bordeaux.



Les Rencontres de l'Alimentation, partout en région. Ici à Limoges le 29 avril 2021.



Des reportages vidéos ponctuent les débats et sont toujours accessibles en replay.

L'ensemble de ces conférences étaient ponctuées de **films témoignages** pour étayer les propos des conférenciers ; **croquées par** le caricaturiste **Urbs** et **en direct** sur les réseaux sociaux de l'AANA et des partenaires de l'opération **Sud Ouest** et **TV7**.

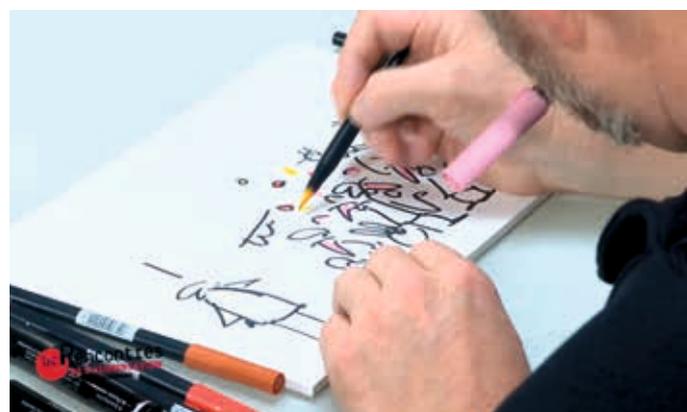


Retrouvez-les en replay sur la chaîne YouTube des Produits de Nouvelle-Aquitaine et retrouvez les caricatures compilées dans un livre.

EN CHIFFRES

6 conférences
22 conférenciers
13 films témoignages
90 dessins d'Urbs

+ de 3 700 personnes suivant en live les conférences-débats
+ de 175 000 vues en replay
+ de 3 500 engagements (likes, commentaires, partages) sur les réseaux sociaux



Toutes les conférences-débat croquées par Urbs.



LES PROJETS DE COOPÉRATION INTERNATIONALE/ERASMUS+



OBJECTIFS

- **Renforcer les compétences des acteurs** de l'alimentation, des filières agricoles, des lycées professionnels régionaux;
- **Mettre en relation**, mutualiser les connaissances et construire des projets communs.



DEMAIN, VERS UNE TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN VITICULTURE

BUDGET 389 763 €

100%
FINANCÉ

COORDINATEUR AANA

5 PAYS PARTENAIRES

Université de Leon (Espagne),
Lycée Viticole de Cagliari (Italie),
Institut Polytechnique de Beja (Portugal),
Université de Galati (Roumanie),
EPLEFPA/Lycée viticole de Blanquefort (France).

CALENDRIER DU PROJET

novembre 2021-août 2024

LES LIVRABLES

- **5 mobilités d'élèves** (350 au total) pour découvrir les pratiques viticoles, analyser les situations de chaque pays, partager des visions de la viticulture de demain ;
- **3 rencontres d'enseignants/techniciens** par mobilité ;
- **1 guide pédagogique** "apprendre la transition écologique en viticulture".



CASTANA

BUDGET 129 600 €

100%
FINANCÉ

COORDINATEUR AANA

5 PAYS PARTENAIRES

UICSO (filiale châtaigne, France),
CESEFOR (Centre Recherche, Espagne),
CSDC (Centre Recherche, Italie),
ARGE (Autriche),
COOPENELA (Portugal).

CALENDRIER DU PROJET

septembre 2019-août 2023

LES LIVRABLES

- **Un cluster européen** de la filière châtaigne voit le jour ;
- **Un support vidéo** fait la promotion des 5 pays producteurs.



PASSEURS DE CULTURE

BUDGET 207 207 €



COORDINATEUR AANA

4 PAYS PARTENAIRES

Lycée agricole de Jonzac « Le Renaudin » (France),
Université de Murcia & Centre Technologique National
de la Conserve (Espagne),
ITS TECH FOOD de Parme – Centre de Formation
Agroalimentaire « made in Italy » (Italie),
École Professionnelle de Moura – Agence de
Développement Moura (Portugal).

CALENDRIER DU PROJET

septembre 2019-août 2022

LES LIVRABLES

- la **mobilité de + de 200 jeunes** dans le cadre de ce programme d'échanges sur la culture alimentaire et gastronomique des pays du Sud de l'Europe;
- la **valorisation des productions locales** sur laquelle travaillent + de 40 techniciens;
- l'**évaluation** sur la possibilité de créer une route européenne du goût;
- la **conception d'un guide** pour soutenir l'esprit d'entreprises dans les filières agricoles/agroalimentaires.

LOCAL FOOD TOUR



LOCAL FOOD TOUR

BUDGET : 60 000 €



COORDINATEUR : AANA

5 PAYS PARTENAIRES

Parc Naturel Régional Périgord-Limousin,
Ass. de Défense & Sauvegarde des Traditions
Gastronomiques (France),
BIB Brookers (Espagne),
BEC – Agence de développement (Croatie),
Association des entrepreneurs de la Beira Baixa
(Portugal),
Zamah – Agence de développement touristique
(Rép. Tchèque).

CALENDRIER DU PROJET

janvier 2022-mars 2023

LES LIVRABLES

- L'**analyse comparative** des pratiques dans le domaine du tourisme alimentaire;
- L'**analyse des besoins et pistes de réflexions** pour construire un projet pour développer le tourisme alimentaire à l'instar de l'œnotourisme.



100 % LOCAL

Le projet a été clôturé en mai 2021. Franc succès pour un Kebab 100% local lors de Marché de Nouvelle-Aquitaine à Bordeaux : le mariage junk food et produits locaux de Nouvelle-Aquitaine s'est révélé être un mariage gagnant grâce à un sourcing à développer auprès des restaurateurs souhaitant travailler les produits locaux.

*Un food truck proposant un kebab 100% local
au Marché de Nouvelle-Aquitaine, Bordeaux.*



ACCOMPAGNER

LES DÉMARCHES QUALITÉ DES FILIÈRES RÉGIONALES



L'ACCOMPAGNEMENT DES SIGNES D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (SIQO)



OBJECTIFS

- **Accompagner les filières** dans leurs demandes de reconnaissance en SIQO ;
- **Renforcer** leurs démarches qualité, grâce à la structuration des filières et la consolidation de leurs cahiers des charges.



Tomates de Marmande

UNE NOUVELLE DEMANDE DE RECONNAISSANCE

L'AANA accompagne l'AIFG (Association des Fruits et Légumes du Lot-et-Garonne) dans sa **démarche d'obtention d'une IGP « Tomate de Marmande »** portant sur une tomate de pleine terre destinée au frais et à la transformation de la tomate.

De nombreux échanges ont eu lieu avec l'INAO, facilités par l'AANA afin de clarifier le périmètre des produits supports de la future IGP, en lien avec la problématique des produits dits comparables.

L'AANA intervient dans la rédaction du cahier des charges, constituant un des éléments du dossier de reconnaissance en IGP, en animant deux groupes de travail distincts « frais » et « transformation ».

L'ensemble des acteurs de la filière est réuni autour de ce projet afin de nourrir la description du produit, les pratiques culturales, les étapes de transformation et les modalités de conditionnement en lien avec la traçabilité du produit.

OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE DES SIQO

Le 20 mai 2021 à Poitiers, la Chambre régionale d'agriculture Nouvelle-Aquitaine, la Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF), la Région Nouvelle-Aquitaine, l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité) et l'AANA ont signé la convention pour la création de l'Observatoire économique des SIQO de Nouvelle-Aquitaine dans le but de :

- mutualiser les données économiques des différents partenaires ;
- améliorer l'évaluation de la contribution des produits sous SIQO à l'économie régionale ;
- aider les ODG à disposer d'indicateurs pour le pilotage de leurs actions et éventuellement pour leurs demandes de soutien.

Cette convention prévoit une publication macro-économique bi-annuelle reprenant les divers indicateurs inhérents aux SIQO de Nouvelle-Aquitaine. L'édition 2021 de ce mémento est déjà disponible.

SUIVI DES PROJETS EN COURS



Mothais sur feuille

AOP MOTHAIS SUR FEUILLE

- **Déplacement sur le terrain d'une commission d'enquête INAO** en juillet 2021 au cours de laquelle le Syndicat de défense du Mothais sur feuille a pu faire visiter exploitations et fromageries afin de défendre son projet et argumenter sur les différents critères retenus dans le cahier des charges.
- **Avis favorable de la commission d'enquête** pour la poursuite de la demande de reconnaissance en AOP et proposition d'inscription du dossier au Comité National des AOP laitières, agro-alimentaires et forestières de janvier 2022. À l'occasion de ce Comité, une commission d'experts sera également nommée pour travailler sur la délimitation de l'aire d'appellation de l'AOP Mothais sur feuille.

IGP SEL ET FLEUR DE SEL DE L'ÎLE DE RÉ

- **Homologation du cahier des charges** concernant la dénomination « Sel de l'Île de Ré » et « Fleur de sel de l'Île de Ré », au niveau national par arrêté du 14 juin 2021 en vue de sa transmission à la Commission européenne ;
- **Phase de questions-réponses** entre la Commission Européenne et l'APSIR (Association des Producteurs de Sel de l'Île de Ré) sur différents points du cahier des charges pour le consolider ;
- **Procédure européenne d'opposition** pour une durée de 3 mois (prévue en 2022).



Fleur de sel de l'Île de Ré



- **Établir un état des lieux des points forts** des cahiers des charges SIQO pouvant d'ores et déjà être valorisés ;
- **Analyser les pratiques** actuelles des filières engagées dans le projet et leur impact environnemental par la méthode d'ACV (Analyse du Cycle de Vie) ;
- **Proposer des améliorations** de la performance environnementale du produit, couplées à une évaluation technique, économique et environnementale.

Une première partie du projet a été réalisée et repose sur plusieurs étapes :

- **Définition du périmètre de l'étude** et analyse des pratiques existantes des filières,
- **Collecte des données** nécessaires à la construction du cadre méthodologique à l'aide d'un questionnaire préétabli, renseigné à l'occasion d'une visite de l'entreprise concernée,
- **Pré-identification des leviers d'action** pour l'amélioration de la performance environnementale.

Les impacts environnementaux des produits sont déterminés qualitativement et quantitativement par la méthode d'ACV, en y ajoutant l'étude de critères complémentaires pouvant faire l'objet d'indicateurs chiffrés ou qualitatifs, autres que ceux pris classiquement en compte dans une ACV environnementale (services écosystémiques rendus par la filière, biodiversité, bien-être animal, surfaces agro-écologiques, stockage du CO²...)

Ces premiers résultats d'évaluation environnementale, globaux et intermédiaires, permettent de travailler sur les pistes d'écoconception visant à améliorer la performance environnementale (réduction des impacts) sans dénaturer la qualité du produit.

Tous les livrables issus de cette première étape du projet ont été proposés à la relecture des ODG et restent à la fois **confidentiels et propriété des ODG**.



Huîtres Marennes Oléron, Fines de Claires vertes

9 ODG engagés dans le projet
15 produits sous SIQO étudiés
6 groupes de travail :

- **Porcins** : IGP Porc du Sud-Ouest et IGP Jambon de Bayonne.
- **Agneaux Nord-Aquitaine** : IGP Agneau du Périgord, IGP Agneau du Limousin, IGP Agneau du Poitou-Charentes et les Labels Rouges associés.
- **Pyrénées** : IGP Agneau de lait des Pyrénées, AOP Ossau-Iraty.
- **Beurre** : AOP Beurre Charentes-Poitou.
- **Huîtres** : IGP Huîtres Marennes Oléron et ses deux Labels Rouges.
- **Pruneau** : IGP Pruneau d'Agen.



LES RENDEZ-VOUS DE LA QUALITÉ



OBJECTIFS



- **Délivrer des informations** d'actualité précises et complètes sur la réglementation et l'évolution des politiques «qualité» ;
- **Permettre aux participants** d'élargir leur champ de connaissances et d'anticiper les évolutions à venir ;
- **Créer des liens**, livrer des témoignages et partager des expériences.



Vergers de pommes dans le Limousin.

En 2021, l'AANA initie "Les Rendez-Vous de la Qualité" en lien avec l'actualité, au fil de l'évolution législative et réglementaire, sur des sujets qui vont avoir un impact sur les filières agroalimentaires et leurs entreprises.

DEUX RENDEZ-VOUS ORGANISÉS EN 2021 :

- le 1^{er} juin 2021 sur le thème : « Vers un affichage environnemental des produits alimentaires ».
- le 7 septembre 2021 sur le thème : « Agro-environnement et produits sous SIQO ».

EN CHIFFRES

LES RENDEZ-VOUS DE LA QUALITÉ EN 2021 :

2 rendez-vous
2 problématiques abordées
74 participants
5 intervenants



D É V E L O P P E R

L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DES PRODUITS DE NOUVELLE-AQUITAINE



UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION FESTIVE DES PRODUITS DE FIN D'ANNÉE 2021



OBJECTIFS

- **Valoriser les produits régionaux** et inciter à consommer local, de saison ;
- **Donner envie de consommer** des produits de Nouvelle-Aquitaine pour les fêtes de fin d'année ;
- **Conquérir** de nouveaux consommateurs.

UNE COMMUNICATION 360° EN 2 VOLETS

DU 11 AU 31 DÉCEMBRE 2021

avec une amplification autour du digital

17 AU 31 DÉCEMBRE 2021

VOLET NATIONAL

5 PRODUITS FESTIFS VALORISÉS

- le Foie Gras du Sud-Ouest IGP,
- les Volailles fermières des Landes LR,
- les Huîtres Marennes Oléron IGP,
- le Caviar d'Aquitaine,
- le Beurre Charentes-Poitou AOP.

1 spot TV de 25 sec.



100%
DIGITAL

VOLET RÉGIONAL

11 AU 31 DÉCEMBRE 2021

6 PRODUITS MIS EN LUMIÈRE

- l'Agneau de lait des Pyrénées IGP/LR,
- la Noix du Périgord AOP,
- la Pomme du Limousin AOP,
- le Marron LR,
- le Chabichou du Poitou AOP,
- l'Agneau du Poitou-Charentes IGP/LR.

→ Diffusion sur les sites affinitaires

(*food, news, lifestyle, féminins*), presse quotidienne régionale, réseaux sociaux et sites des produits.

Tradi
ou
TWISTÉ

6 capsules vidéos



Recettes « twistées » par le Chef Julien Duboué



LES RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE 2021

→ Plus de **103 millions** de vues

→ **64 000** clics générés

(dont 60 % sur les sites des filières)

→ Diffusé **243 fois** sur les chaînes nationales

T F I **T M C** **M** france•2 france•3 france•5

+ **FOCUS** en Île-de-France sur des sites affinitaires (*food, news, lifestyle, féminins*) et réseaux sociaux.

CAMPAGNE NATIONALE



- **80 millions de vues** du spot TV
- **9 Français/10 touchés** par le spot
- +**23 points de notoriété** (vs 17 en 2020)
- + de **1,8 millions de vues** sur les réseaux sociaux
- + de **1,3 millions de vues** en digital



- **87% des Français** apprécie le spot
- **78 % des Français** déclarent avoir envie d'acheter des produits de Nouvelle-Aquitaine
- **90% des Français** associe les produits de Nouvelle-Aquitaine au "goût" et au "plaisir"

CAMPAGNE RÉGIONALE

100%
DIGITAL

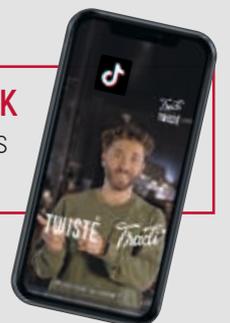


- **5,2 millions de vues** du dispositif en Nouvelle-Aquitaine
- + de **14 millions de vues** en digital
- + de **4 millions de vues** sur les réseaux sociaux
- Soit + de **3,5 millions de personnes touchées**

NOUVEAUTÉ

1^{ÈRE} CAMPAGNE SUR TIKTOK

avec près de 3 millions de vues et 900 000 contacts



LA COMMUNICATION DIGITALE

→ OBJECTIFS

- **Animer, développer et consolider** une communauté de gastronomes et d'influenceurs;
- **Relayer et soutenir** les actions des filières agricoles et agroalimentaires;
- **Communiquer** sur l'ensemble des actions grand public et professionnelles de l'AANA.

Dans la continuité de 2020, **l'Agence mise sur le digital** et notamment sur les réseaux sociaux en postant de manière régulière, en fonction des différentes cibles (professionnels et grand public). **Elle crée ainsi en fin d'année 2021 un pôle entièrement dédié au digital.**

La campagne de communication annuelle et le volet digital du plan média ont boosté le nombre d'abonnés et d'engagement sur les réseaux sociaux. Quant à l'explosion des vues cumulées sur YouTube, elle s'explique par la tenue des 6 conférences-débats des Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine et leur accès en replay.



208 000 visiteurs
sur le site internet



+ 374 640 de vues cumulées
sur YouTube
↗ +299% VS 2020



14 736 abonnés
sur Facebook
↗ +4% VS 2020,
↗ 12% VS 2019



2 496 abonnés
sur Instagram
↗ +10% VS 2020,
↗ +33,5% VS 2019



1 869 followers
sur Twitter
↗ +1,5% VS 2020,
↗ +9,5% VS 2019



1 342 abonnés
sur LinkedIn
↗ +41% VS 2020,
↗ + 76% VS 2019



- **12 newsletters "Grand public"** envoyées, près de **26 000 ouvertures de mail**
- **8 newsletters "Pro"** diffusées, pour **+ de 6 500 ouvertures de mail**

2 jeux-concours organisés,
soit 4 176 participations



LES RELATIONS PRESSE

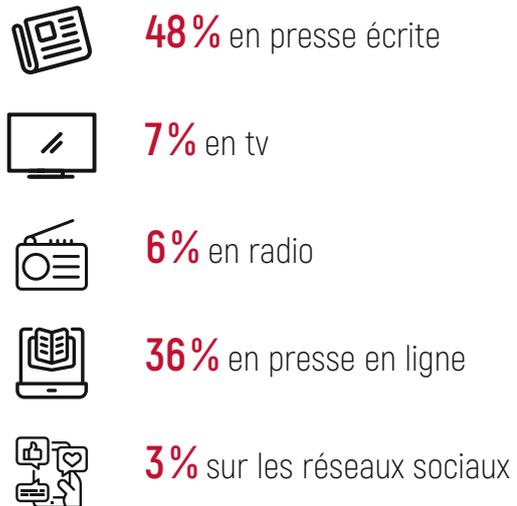
→ OBJECTIFS

- **Relayer l'ensemble des actions de l'agence** auprès des journalistes et des relais d'opinion;
- **Informer nos cibles** (Grand Public, BtoB, partenaires et institutionnels);
- **Inciter les journalistes et influenceurs** à suivre l'actualité de l'AANA.

En 2021, l'AANA prend la parole à **14 reprises** sur les actions phares à travers :

- **12 communiqués ou dossiers de presse** autour des sessions du Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine, des Rencontres de l'Alimentation et aussi de la campagne de communication annuelle, des Loc'Halles du Sud-Ouest, des Rendez-vous de la Qualité, du Mois de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine et de la Semaine de l'Agriculture...
- **2 conférences de presse** à l'occasion de la parution de l'Inventaire du Patrimoine gastronomique de Nouvelle-Aquitaine et du partenariat des AfterWorks avec la Cité du Vin.

351 articles ou reportages qui parlent des produits, producteurs, entreprises, filières de Nouvelle-Aquitaine et de l'AANA dont :



LE TOP 6 DES ACTIONS AANA DANS LES MÉDIAS

(en nombre de retombées)

- Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine : **81**
- Les Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine : **68**
- Les Marchés de Nouvelle-Aquitaine
(Semaine de l'Agriculture) : **37**
- L'Inventaire du patrimoine gastronomique : **20**
- Les Afterworks de la Cité du Vin : **16**
- Le Mois de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine : **16**

Nb : Ces résultats sont impactés par l'annulation du SIA qui représente près de 50% des retombées médias.

Source : Data Expression



Conférence de presse pour présenter les Afterworks de la Cité du Vin, nouveau partenaire de l'AANA.



OBJECTIFS

- **Faire connaître et valoriser** les produits et spécialités de Nouvelle-Aquitaine (aspect culturel et patrimonial, qualités organoleptiques...);
- **Faire découvrir les savoir-faire**, les modes de productions, les bonnes pratiques des ODG, en cohérence avec les attentes du consommateur et Néo Terra*;
- **In fine, inciter à consommer local** et de saison;
- **Créer un outil structurant** pour différentes actions de l'AANA.

La nouvelle édition de l'Inventaire du Patrimoine gastronomique de Nouvelle-Aquitaine met en avant :

- les « **pratiques vertueuses** » des filières agricoles, agroalimentaires et maritimes relatives à l'alimentation des animaux, le bien-être animal, la préservation des ressources, la saisonnalité des produits...
- les **spécialités culinaires, les recettes incontournables de la région** pour valoriser le patrimoine et le savoir-faire des artisans locaux.

Il s'adresse :

- aux **principaux relais d'opinions** et prescripteurs comme les chefs cuisiniers, restaurateurs, chefs de RHD ou restauration scolaire, journalistes & influenceurs;
- à **l'ensemble des partenaires** de l'AANA (ODG, Chambres d'Agriculture, Conseils départementaux, Chambres des Métiers et de l'Artisanat, partenaires commerciaux et européens...);
- aux **formateurs** (comme les professeurs et chefs de cuisine de lycées agricoles, hôteliers, CFA) et également aux jeunes en formation dans ces établissements.



L'Inventaire du Patrimoine gastronomique de Nouvelle-Aquitaine présenté à la presse avec une dégustation de produits régionaux.

L'ÉDITION 2021 DE L'INVENTAIRE :

145 fiches « produit », **7 500** exemplaires édités

120 exemplaires adressés aux ODG régionales

+ de 350 distribués aux restaurateurs de Nouvelle-Aquitaine et chefs de la Région à Paris

+ de 250 journalistes/influenceurs destinataires

+ de 600 exemplaires distribués dans les Lycées par les services de la Région

Près de 20 retombées presse

CRÉER DU LIEN ENTRE LE PRODUCTEUR ET LE CONSOMMATEUR

Malgré un contexte encore difficile lié à la pandémie de la Covid-19 et des contraintes sanitaires, l'AANA continue de se mobiliser pour réaliser des actions, en innovant, en digitalisant son activité.

→ OBJECTIFS

- **Faire découvrir**, valoriser les filières et produits de Nouvelle-Aquitaine ;
- **Sensibiliser le grand public** aux produits régionaux autour du goût y compris au-delà des personnes présentes sur les manifestations ;
- **Affirmer la richesse et la diversité** de nos territoires.

↪ MOIS DE L'AGRICULTURE DE NOUVELLE-AQUITAINE PARIS – 1^{ER} AU 28 FÉVRIER 2021 - MAISON DE NOUVELLE-AQUITAINE



Les 1^{ers} Instameets organisés par l'AANA : rencontres avec les producteurs, découvertes de produits et dégustations.

Pour pallier l'annulation du Salon International de l'Agriculture de Paris et malgré les contraintes liées à la pandémie de Covid-19, l'AANA met en place une **action de valorisation des produits et filières de Nouvelle-Aquitaine** à travers :

- **4 jours d'animations et ateliers culinaires** en partenariat avec la Maison Nouvelle-Aquitaine, avec des influenceurs, sous forme d'*instameets* gourmands ;
- **De nombreuses filières et produits valorisés**, notamment les Vins Charentais IGP, les Huîtres Marennes Oléron IGP, le Beurre Charentes-Poitou AOP, les Fromages de chèvre, les Miels de Nouvelle-Aquitaine, les Noix et l'Huile de Noix du Périgord AOP, le Pineau des Charentes AOC, l'Agneau Le Diamandin, l'Agneau de lait des Pyrénées, la Pomme du Limousin AOP, le Canard à Foie gras du Sud-Ouest IGP, l'Ossau-Iraty AOP, le Sel de l'île de Ré...
- **2 jours d'actions de street marketing** grâce à la diffusion dans les rues de Paris de films mettant en lumière les filières agroalimentaires régionales.



LES RÉSULTATS

- **18 filières/produits** de Nouvelle-Aquitaine valorisés
- 11 animations** *instameet*
- 20 influenceurs** food parisiens participants
- + de 200 000** vues de stories sur Instagram

SALON DE L'AGRICULTURE DIGITAL DE NOUVELLE-AQUITAINE

17 AU 22 MAI 2021



Le Salon se voit une nouvelle fois entièrement digitalisé via la plateforme AgriwebTV.

Dans le cadre de cette **manifestation digitale dédiée à l'agriculture** en Nouvelle-Aquitaine, avec les filières partenaires (Interbev, Interfel, Interbio, Comité Régional des Pêches, Cabécou du Périgord, Ossau-Iraty, Viandes du Limousin, Agneau du Poitou-Charentes, Route du Chabichou et des Fromages de Chèvre, Huîtres d'Arcachon), **l'AANA crée des émissions autour de l'alimentation** diffusées en live et en replay sur AgriwebTV.



Tournages pour la création d'émissions à la rencontre des filières ou de recettes gourmandes.



LES RÉSULTATS

- **33 produits** et partenaires valorisés
- Près **de 60 vidéos** fournies par les filières, nos partenaires et créées par l'AANA
- 1 672 569 vues** des vidéos
- 267 520 personnes** touchées
- 1 instameet** soit **+ de 40 000 abonnés** touchés

LES MANIFESTATIONS TERRITORIALES / LIMOGES - POITIERS - ANGOULÊME SECOND SEMESTRE 2021

Afin d'être présente partout en région, l'Agence participe à différentes manifestations gourmandes au 2nd semestre 2021 :

- **Toques et Porcelaine du 17 au 19 septembre à Limoges**, avec la présence d'un pôle de **démonstrations culinaires** pour valoriser les produits régionaux, comme par exemple les Marrons, la Viande bovine Limousine, l'Agneau du Limousin, la Carpe, la Pomme du Limousin, le Floc de Gascogne, le Chabichou du Poitou, les Vins de Corrèze... à travers des recettes (y compris en digital grâce à **5 Facebook Live, des instameets**) et **un pôle d'animations avec la « Table des Saveurs »** pour sensibiliser le public présent.



Animation 5 sens autour de la "Table des Saveurs" lors des Gastronomades à Angoulême.



Chef Jésus en Facebook Live 5 fois par jour pendant Toques et Porcelaine à Limoges.

- **Salon de la Gastronomie à Poitiers le 20 & 21 novembre** avec des animations autour de la « Table des Saveurs » pour les visiteurs qui souhaitent tester leurs 5 sens autour de dégustations de produits de Nouvelle-Aquitaine et aussi des animations à destination d'influenceurs locaux. Au programme des produits découverts : Jambon de Bayonne IGP, Farci poitevin, Chichon basque, Tourteau fromager, Gâteau basque, Broyé du Poitou...
- **Les Gastronomades d'Angoulême du 26 au 28 novembre.** À cette occasion, en plus des animations de la « Table des Saveurs » et des *instameets*, un village Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine regroupait plus de 20 producteurs et artisans lauréats. Au menu des animations : Chabichou du Poitou AOP, Ossau-Iraty AOP, Floc de Gascogne AOC, Miels de Nouvelle-Aquitaine, clochette du Poitou, Galette charentaise.



LES RÉSULTATS POUR CES 3 ÉVÉNEMENTS

- **+ de 50 produits** et filières valorisés
- 45 animations culinaires** et autour de la « Table des Saveurs »
- Près de 20 influenceurs** invités
- Pour une audience globale de **205 000 personnes touchées**



LE CONCOURS SAVEURS NOUVELLE-AQUITAINE

L'AANA a organisé les sessions du Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine malgré un contexte sanitaire contraignant. Pour respecter les protocoles sanitaires en vigueur au moment des sessions, l'AANA s'est adaptée en multipliant les salles, en réduisant le nombre de jurés par table...



OBJECTIFS

- **Valoriser et soutenir** les producteurs/artisans régionaux en leur offrant de la visibilité;
- **Développer** le chiffre d'affaires des producteurs;
- **Contribuer au développement économique local** à travers la tenue des sessions de dégustations et de l'attribution de médailles.



Les jurés à l'œuvre sur les Saveurs à découvrir à Tulle.

En 2021, **4 sessions de dégustations** à l'aveugle :

- Une « première » en Corrèze **le 21 mai à Tulle** en partenariat avec le Conseil Départemental, le Syndicat Professionnel de la noix, du cerneau et de l'huile de Noix du Périgord et la filière des Vins charentais ;
- **Le 1^{er} octobre à Niort**, organisé conjointement avec le Département des Deux-Sèvres, pour une session de dégustations autour de fromages de Nouvelle-Aquitaine ;
- **Le 28 octobre à l'Abbaye royale de Celles-sur-Belle** (nouvelle session en partenariat avec le Conseil Départemental des Deux-Sèvres) en partenariat avec les filières Cognac et les huîtres Marennes Oléron ;
- **Le 17 novembre à Solférino**, pour la première fois dans les Landes, en collaboration avec le Conseil Départemental et avec l'Association de Développement de l'Apiculture en Nouvelle-Aquitaine, Qualité Landes (pour les produits locaux).

Dans sa stratégie d'amplification digitale globale, l'AANA convie des influenceurs aux sessions de dégustations pour leur faire vivre une expérience inédite et bénéficier d'une visibilité auprès d'une nouvelle cible.



LES RÉSULTATS

- **1 131** produits dégustés
- 332** produits primés
- 211** artisans, producteurs, entreprises lauréats
- Près de **500 jurés**
- + de **15** instagrameurs-dégustateurs
- Près de **80** retombées presse



ACCOMPAGNER

COLLECTIVEMENT LES ENTREPRISES SUR LEURS MARCHÉS

→ OBJECTIFS

- **Accompagner les producteurs et les entreprises** sur leurs marchés;
- **Accélérer le développement commercial** des entreprises;
- **Optimiser leur visibilité** grâce à la force du collectif;
- **Créer de la valeur** pour les entreprises régionales du secteur.

L'ACCOMPAGNEMENT BTOB DE L'AANA EN 2021

- **591 entreprises régionales** accompagnées par l'AANA
- **12 salons** dont 8 internationaux
- **3 rencontres** BtoB en digital
- **44 rencontres d'acheteurs Business France en visioconférences** accompagnées
- **2 marchés** de plein air
- **1 boutique éphémère de produits régionaux**
- **1 showroom** virtuel avec **+ de 200 produits**

Après une année 2020 difficile et de nombreux événements annulés, l'AANA s'est mobilisée pour ouvrir de nouveaux débouchés aux entreprises de la région :

- **sur le marché local** avec des marchés de plein air,
- **sur le marché parisien** avec un marché de plein air et un partenariat avec la Maison Nouvelle-Aquitaine,
- **en misant sur le digital** avec la réalisation de showroom virtuel et plusieurs rencontres d'acheteurs BtoB en visio.



UN 1^{ER} SEMESTRE LOCAL & DIGITAL



MOIS DE L'AGRICULTURE DE NOUVELLE-AQUITAINE

PARIS – 1^{ER} AU 28 FÉVRIER 2021

Pour pallier l'annulation du Salon International de l'Agriculture de Paris et dans un contexte incertain lié à la pandémie de Covid-19, l'AANA réalise des actions de ventes de produits à Paris au travers :

- D'une boutique éphémère en partenariat à la Maison Nouvelle-Aquitaine, du 1^{er} février au 30 mars 2021,
- D'un showroom virtuel 360° de produits Nouvelle-Aquitaine,
- de la 1^{ère} édition des Marchés de Nouvelle-Aquitaine les 19 & 20 février avec un marché de producteurs régionaux à Bastille, en partenariat avec EatLim et la Mairie du 11^e arrondissement de Paris.



EN CHIFFRES

2 jours de marchés de plein air avec **+ 30** entreprises, producteurs, viticulteurs régionaux

1 boutique avec **72** spécialités gastronomiques de **+ de 30** entreprises de la région et **+ de 140** références de vins et spiritueux.

1 showroom virtuel 360° et **+ de 80** références diffusées auprès de **+ de 1200** contacts d'acheteurs professionnels de Nouvelle-Aquitaine et de Région Parisienne.

 **SEMAINE DE L'AGRICULTURE**
PLACE DES QUINCONCES À BORDEAUX – 21 & 22 MAI 2021

les Marchés
DE NOUVELLE-AQUITAINE

Dans le cadre de la Semaine Nationale de l'Agriculture et du Salon de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine, l'AANA mobilise producteurs, viticulteurs, coopératives et entreprises régionales pour **investir la Place des Quinconces, en partenariat avec la Mairie de Bordeaux.**



Alain Rousset inaugurant le Marché des produits de Nouvelle-Aquitaine, place des Quinconces à Bordeaux.



L'occasion de recréer du lien entre producteurs et visiteurs.

L'OBJECTIF : Aller à la rencontre du public girondin avec ce second Marché de Nouvelle-Aquitaine de l'année 2021.

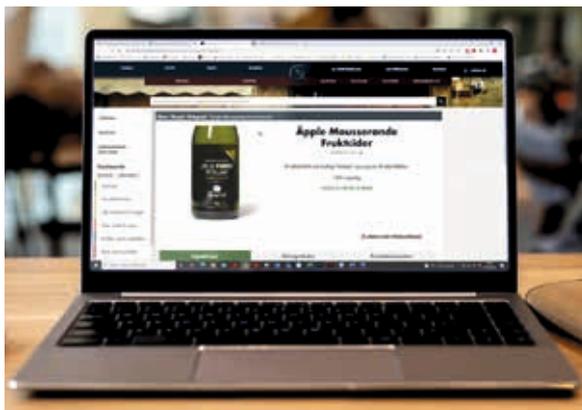
EN CHIFFRES

LE MARCHÉ DE NOUVELLE-AQUITAINE À BORDEAUX :

2 jours de marchés
+ de 150 professionnels
(entreprises, producteurs, viticulteurs...)
+ de 8 000 visiteurs

SUD-OUEST F&B MEETINGS - DIGITAL

1^{ER} & 2 JUIN 2021



Référencement d'une entreprise régionale par un important importateur suédois suite aux rendez-vous.

Les Sud-Ouest F&B Meetings en ligne, créés et organisés par l'AANA, reviennent pour une 2^e session en 2021, afin d'offrir aux entreprises agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine la possibilité de **rencontrer des acheteurs d'Europe du Nord et des Pays Baltes**. Plusieurs commandes ont été passées à la suite des entretiens et de nombreuses négociations sont encore en cours.

EN CHIFFRES

SUD-OUEST F&B MEETINGS :

2 jours de rendez-vous

112 rendez-vous effectués

86 participants dont :

- **43 entreprises régionales** (tous produits avec quelques néo exportateurs)
- **43 acheteurs** d'Europe du Nord

ONLINE TASTYWINES

Pour la 1^{ère} fois, l'AANA organise avec son nouveau partenaire, Break Events, deux Online TastyWines :

- les 2 & 4 mars en Chine et en Corée;
- le 24 juin à New York.

OBJECTIFS :

- Aider les entreprises viticoles régionales à se développer sur les marchés chinois et coréens,
- Leur assurer une visibilité digitale auprès des importateurs et distributeurs grâce à un service clé en main avec l'envoi des échantillons en amont sur les deux villes.

Sur place, une dégustation des vins en direct par visio est réalisée avec les importateurs avec l'aide de sommeliers qui s'occupent de faire déguster les vins.



Un format innovant pour les rencontres entre entreprises viticoles régionales et acheteurs étrangers.

EN CHIFFRES

LES ONLINE TASTYWINES :

3 jours de rendez-vous sur 3 villes

37 entreprises participant avec l'AANA

56 acheteurs dégustateurs

LE RETOUR DU CONTACT DIRECT AU 2ND SEMESTRE

GOURMET SÉLECTION PARIS – 12 & 13 SEPTEMBRE 2021



Référencement d'une entreprise régionale par un important importateur suédois suite aux rendez-vous.

Seul salon spécialisé en France proposant une offre de produits gastronomiques à forte valeur ajoutée, il permet de cibler les circuits de distribution sélective ou spécialisée, les épiceries fines, les corners gourmets mais aussi la restauration commerciale.

L'AANA accompagne les entreprises agroalimentaires régionales et valorise l'origine « Nouvelle-Aquitaine » des exposants. Un appui financier pour ce salon permet de le rendre plus accessible aux petites structures.

EN CHIFFRES

LA NOUVELLE-AQUITAINE À GOURMET SÉLECTION

- **18** entreprises régionales accompagnées par l'AANA dont **78 %** en food et **22 %** en vins/spiritueux
- **72 m²** de stands Nouvelle-Aquitaine
- + importante participation régionale française sur le salon
- **4 003** visiteurs professionnels (dont **94 %** de visiteurs français)

SIRHA - LYON 23 & 27 SEPTEMBRE 2021

L'AANA orchestre la présence collective des entreprises régionales sur ce salon, rendez-vous mondial de la restauration et de l'hôtellerie.

Cela permet à nos exposants de :

- Développer leurs relations commerciales en France et à l'export,
- Accroître leur notoriété,
- Étudier la concurrence et découvrir les dernières tendances et innovations,
- Tester leurs nouveaux produits.



La présence des entreprises régionales organisée par l'AANA.

EN CHIFFRES

LE SIRHA :

- 33** entreprises exposant avec l'AANA
- 9** départements de la région représentés
- 402 m²** - surface du Pavillon Nouvelle-Aquitaine
- 2^e** représentation régionale française sur le salon
- 149 100** visiteurs





FRUIT ATTRACTION

MADRID – 5 AU 7 OCTOBRE 2021



Les entreprises agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine présentes à ce rendez-vous incontournable.

Fruit Attraction est un des deux salons leaders pour les Fruits et Légumes. Il constitue **un rendez-vous incontournable** pour les professionnels de la filière. L'AANA organise pour la première fois la présence collective régionale qui permet aux entreprises agroalimentaires accompagnées de :

- initier, poursuivre ou finaliser les processus d'achat et de commande avec l'ensemble du canal de distribution,
- renforcer ou créer des relations d'affaires avec les fournisseurs,
- découvrir les dernières tendances du secteur et de consommation.

EN CHIFFRES

LA NOUVELLE-AQUITAINE

À FRUIT ATTRACTION :

7 exposants participant avec l'AANA

5 départements représentés

108 m² de stands de Nouvelle-Aquitaine

65 000 visiteurs

(dont 63% Européens et 37% Grand Export)



ANUGA

COLOGNE – 9 AU 13 OCTOBRE 2021



Les entreprises régionales à la rencontre d'acheteurs à l'Anuga de Cologne.

L'Anuga, qui représente la plus grande foire agroalimentaire au monde, est l'un des 1^{ers} événements en présentiel depuis le début de la pandémie de Covid-19. En partenariat avec Business France, l'AANA accompagne les entreprises agroalimentaires pour :

- retrouver les acheteurs habituels et en rencontrer de nouveaux ;
- recréer du lien.

EN CHIFFRES

ANUGA 2021 :

12 entreprises de Nouvelle-Aquitaine participant avec l'AANA

140 m² de présence régionale totale

Répartis sur **4** halls

70 000 visiteurs de 169 pays

🍴 RESTAURATION HORS DOMICILE (RHD)

Conformément à la politique régionale en faveur de la RHD, l'AANA s'implique dans cette mission en participant ou organisant différentes actions :

↪ CARREFOUR ALIMENTAIRE DE L'ACCOT À TALENCE (33) LE 30 AOÛT 2021



Entreprises agroalimentaires et gestionnaires de restauration collective au rendez-vous de l'Accot.

L'AANA favorise la venue de producteurs et d'artisans régionaux afin de leur permettre de valoriser leurs produits adaptés à la restauration collective lors de ces rencontres et d'échanges pour les chefs et gestionnaires girondins. Ainsi en 2021, **14 producteurs et artisans alimentaires de Nouvelle-Aquitaine ont participé grâce à l'AANA.**

↪ 6^E RENCONTRES PROFESSIONNELLES DE LA RESTAURATION COLLECTIVE À TONNEINS (47) LE 6 OCTOBRE 2021

Organisé en partenariat avec Interbio Nouvelle-Aquitaine, ce rendez-vous annuel itinérant pour aller au plus près des décideurs, gestionnaires & chefs de la restauration collective publique de Nouvelle-Aquitaine a réuni en 2021 :

200 personnes

43 exposants alimentaires (producteurs, artisans, partenaires, TPE) sur 215 m² de stand

↪ LOC'HALLS DU SUD-OUEST À BORDEAUX (33) DU 28 AU 30 NOVEMBRE

L'AANA a créé les Loc'Halles du Sud-Ouest en 2020. En 2021, elle les organise au sein d'Exp'Hotel, salon incontournable pour les professionnels de la restauration de la région, grâce à un partenariat avec le Comité des Expositions de Bordeaux.

Dans ce cadre, les Loc'Halles ont permis de proposer un **village « producteurs & artisans régionaux »**.

En marge des stands des producteurs et artisans identifiés "Loc'Halles du Sud-Ouest", l'AANA a mis en place un espace dédié à la valorisation des produits des exposants présents à travers des recettes réalisées par des chefs régionaux ou des élèves des Lycées hôteliers de Navarre (64) et de Gascogne (33).



Un espace dédié aux Loc'Halles du Sud-Ouest sur Expo'Hotel, Bordeaux.

EN CHIFFRES

EN 2021, LES LOC'HALLS, C'EST :
33 producteurs, artisans et TPE
9 départements représentés
160 m² de stands
14 400 professionnels visiteurs

AFTERWORKS DE LA CITÉ DU VIN



Un public de connaisseurs découvrent les produits régionaux grâce à l'accord mets-vins.

L'AANA inaugure un partenariat avec la Cité du Vin de Bordeaux autour d'Afterworks afin de faire connaître la richesse des produits de la région auprès d'un public amateur de vin et de gastronomie et les sublimer grâce à des accords mets-vins.

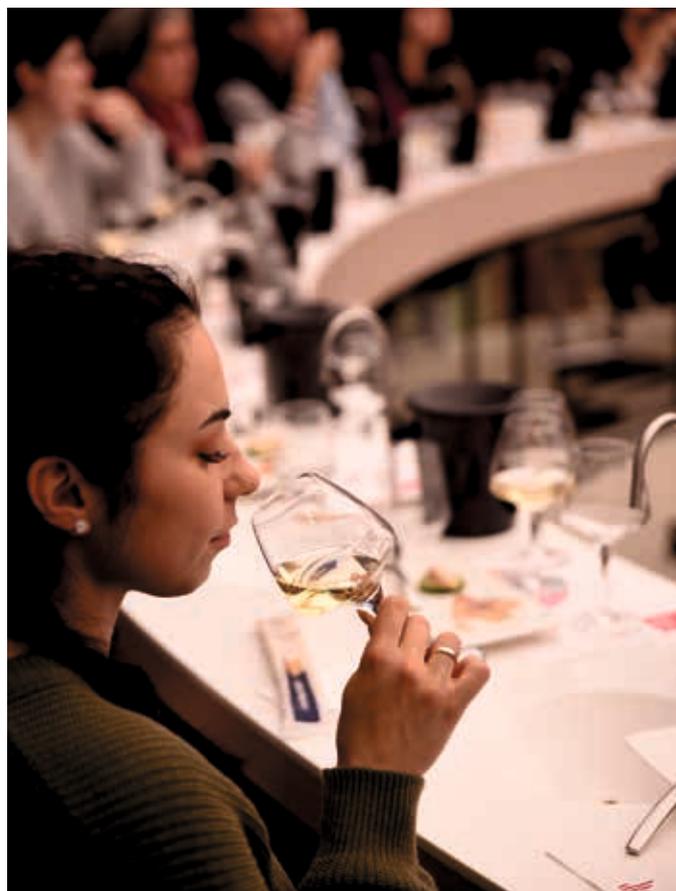
Un concept simple :

- Les 2 premiers jeudis de chaque mois, de septembre 2021 à juin 2022;
- 2 ateliers d'1 heure chaque jeudi autour d'une thématique;
- 44 personnes maximum par atelier;
- 3 produits valorisés et dégustés par atelier.

EN CHIFFRES

LES AFTERWORKS EN 2021 :

14 ateliers réalisés
7 thématiques abordées
16 entreprises, producteurs et artisans impliqués
+ de 450 participants aux Afterworks





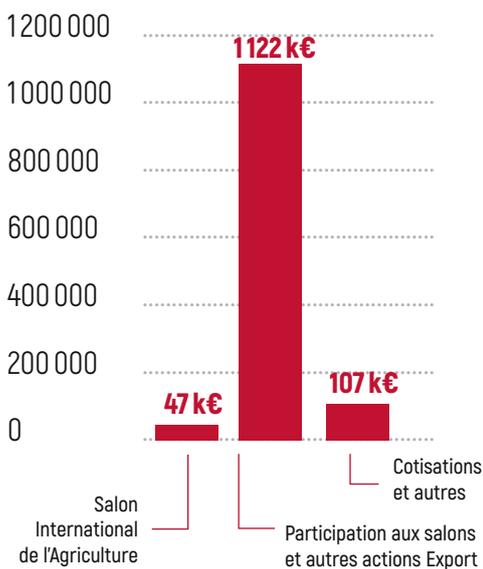
BILAN FINANCIER



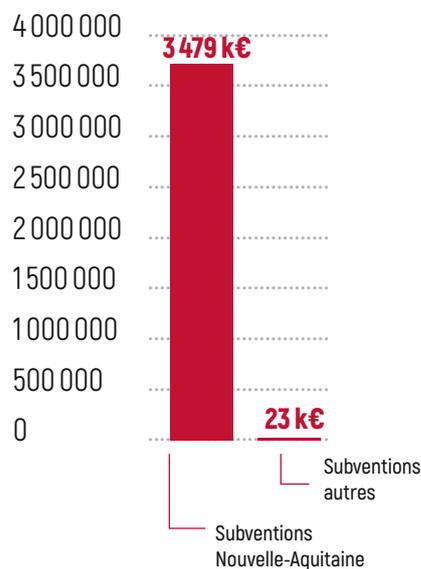
DÉTAIL DES PRODUITS D'EXPLOITATION

TOTAL PRODUITS
4 778 k€

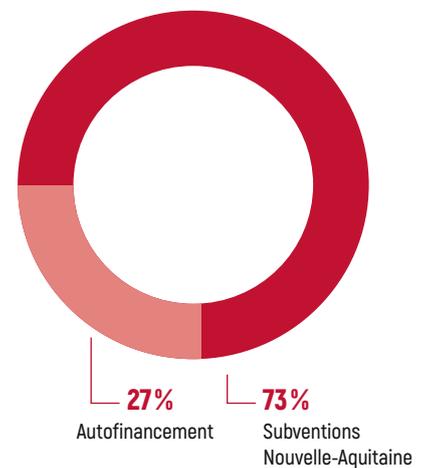
Recettes d'autofinancement Total 1 276 k€



Subventions Total 3 502 k€



Répartition des produits en %

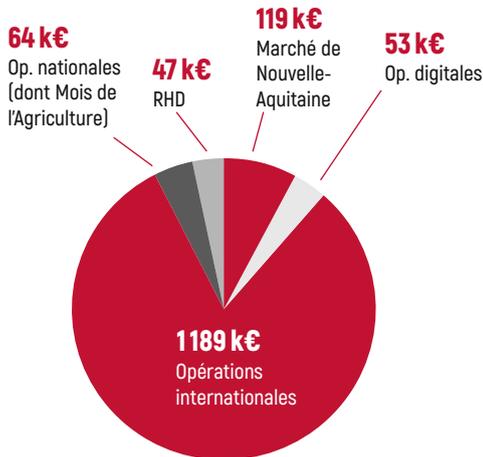




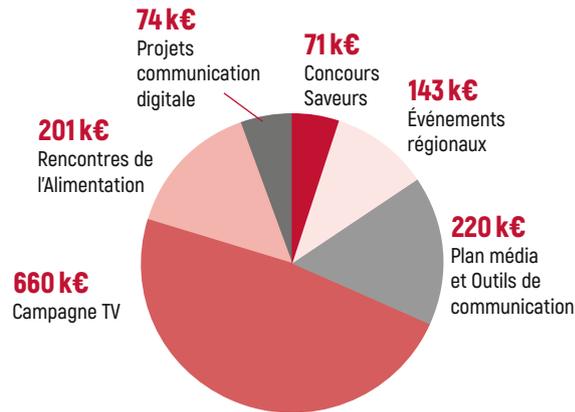
DÉTAIL DES CHARGES D'EXPLOITATION

TOTAL CHARGES
4 672 k€

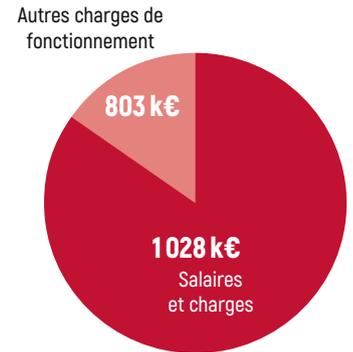
Salons et actions export
Total 1472 k€



Actions de communication collective
Total 1369 k€



Fonctionnement
Total 1831 k€



RÉSULTAT (EN k€)

	ANNÉE 2021	ANNÉE 2020
Produits d'exploitation	4 778	5 162
Charges d'exploitation	- 4 672	-5 110
Résultat d'exploitation	106	52
Résultat financier	- 66	10
Résultat avant IS	40	62
Résultat exceptionnel	1	-1
IS	-39	-13
RÉSULTAT NET	2	48

BILAN (EN k€)

ACTIF	2021	2020	PASSIF	2021	2020
Immobilisations incorporelles	73	4	Fonds propres	1210	1161
Immobilisations corporelles	50	75	Résultats	2	48
Immobilisations financières	10	78	Provisions pour risques	630	437
Créances clients	175	200	Dettes fournisseurs	1740	1732
Créances fiscales et autres	1970	1846	Dettes fiscales sociales	293	377
Acomptes fournisseurs versés	11	19	Autres dettes	1433	719
Trésorerie	3 637	2 145			
Charges constatées d'avance	641	506	Produits constatés d'avance	1259	399
TOTAL GÉNÉRAL	6 567	4 873	TOTAL GÉNÉRAL	6 567	4 873



AANA
AGENCE DE L'ALIMENTATION
NOUVELLE-AQUITAINE



Siège Social → BORDEAUX
Maison de l'Agriculture et de la forêt
6 parvis des Chartrons
33075 BORDEAUX Cedex
T. 05 56 01 33 23

Site → POITIERS
Agropole
2133 route de Chauvigny-CS 35001
86 550 MIGNALOUX-BEAUVOIR
T. 05 56 01 33 23

www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr

