



# RAPPORT D'ACTIVITÉ

2022

**AANA**  
AGENCE DE L'ALIMENTATION  
NOUVELLE-AQUITAINE





## É D I T O

**2022 a été l'année de la reprise** : reprise d'activité économique, reprise des événements... malgré un environnement international toujours tendu. Dans ce contexte, l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine s'est attachée, plus que jamais, à **recréer du lien entre les acteurs de l'alimentation de la région pour créer collectivement de la valeur pour les entreprises et filières agroalimentaires de nos territoires.**

Cela s'est traduit par quelques actions fortes et notamment :

- **La création et le lancement du Lab Alimentation Nouvelle-Aquitaine**, LA plateforme collaborative à destination des acteurs régionaux du secteur ;
- **La campagne de communication annuelle**, plus que jamais collective, avec la création de nombreux visuels mono-produits et aussi multi-produits pour développer l'image et la notoriété des produits de qualité, locaux et de saisons, autour de la **nouvelle signature « Manger ou Mieux Manger »** ;
- **La reprise des opérations événementielles**, tant sur le plan professionnel que grand public, avec le retour tant attendu du Salon International de l'Agriculture de Paris et des grands salons viticoles comme Wine Paris-Vinexpo Paris, ProWein... ;
- **Le renforcement du digital** pour appuyer et amplifier l'ensemble de ces actions.

Bien sûr, l'AANA est présente sur une multitude d'opérations pour **être au plus près des besoins et des attentes des filières et des entreprises agricoles, agroalimentaires, viticoles et maritimes.** Lister et présenter ici l'ensemble de ces actions portées par l'AANA serait beaucoup trop long mais je vous laisse découvrir les opérations majeures au fil des pages. Bonne lecture.

---

**Jean-Pierre RAYNAUD**  
Président de l'AANA

# S O M M A I R E



## SOUTENIR UNE ALIMENTATION DE QUALITÉ ..... P.4

**Phosphorer autour de l'alimentation de demain .....P.4**

**Créer du lien entre les acteurs régionaux du secteur de l'alimentation..... P.8**

**Accompagner les démarches qualité ..... P.9**

## METTRE EN LUMIÈRE LES PRODUITS DE NOUVELLE-AQUITAINE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC .... P.12

**Communiquer collectivement sur les produits de Nouvelle-Aquitaine ..... P.12**

**Valoriser les filières auprès des consommateurs ..... P.16**

## CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES ENTREPRISES ..... P.20

**Faciliter la rencontre entre les entreprises et le consommateur .....P.21**

**Accompagner collectivement les entreprises sur leurs marchés .....P.25**

## ÉQUILIBRER LE BILAN FINANCIER ..... P.30



# ✦ S O U T E N I R UNE ALIMENTATION DE QUALITÉ



## Phosphorer autour de l'alimentation de demain



### LES RENCONTRES DE L'ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE



#### OBJECTIFS

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

les **Rencontres**  
DE L'ALIMENTATION  
NOUVELLE-AQUITAINE

Initiées en 2021 et fortes de leurs succès, les Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine se sont poursuivies en 2022, avec le support technique de TV7 et Sud Ouest pour les retransmissions en direct.

3 nouvelles conférences ont eu lieu :

- "Manger ou mieux manger? Manger sain, c'est bien, manger heureux, c'est mieux", le 15 juin 2022, dans le cadre de la JAS (Journée Aliments & Santé) de la Rochelle, en partenariat avec le CRITT Agroalimentaire de La Rochelle. Autour de la table, des chercheurs en nutrition, spécialiste du goût, sociologue de l'alimentation et chef étoilé ont débattu sur les leviers d'une alimentation saine et équilibrée, avec le plaisir comme fil rouge.
- "Vieillir en bonne santé grâce à la nutrition", le 6 octobre 2022 à Bordeaux Sciences Agro. Des chercheurs internationaux en nutrition et neurosciences ont échangé autour de l'alimentation comme clé pour vieillir en bonne santé. Dans le cadre de la Coopération entre le Québec et la Région Nouvelle-Aquitaine, des chercheurs de l'Université de Laval de Montréal sont venus débattre sur le sujet.
- "L'avenir prometteur de l'alimentation marine", le 6 octobre 2022 à Bordeaux Sciences Agro. Un focus sur certaines recherches en aquaculture, l'accès aux ressources, l'aquaculture intégrée, la valorisation des co-produits... a été fait. Alain Rousset, Président de la Région Nouvelle-Aquitaine et Alessio Mammi, Assesseur à l'Agriculture, l'Agroalimentaire, la Chasse et la Pêche de la Région Émilie Romagne (Italie) ont conclu la conférence, avant le déjeuner offert aux participants.



Les Rencontres de l'Alimentation d'octobre, à Bordeaux Sciences Agro, en présence d'Alain Rousset et Alessio Mammi.



Les Rencontres de l'Alimentation de juin se sont tenues dans le cadre de la Journée Aliments Santé de La Rochelle.

## BILAN DES RENCONTRES

- **3** conférences
- **15** intervenants
- Près de **105 000** vues sur les différents réseaux sociaux de l'AANA et Sud Ouest
- **413 000** impressions de la campagne influenceurs (2 influenceurs cumulant une audience de 137 000 followers)



## LES PROJETS DE COOPÉRATION INTERNATIONALE



### OBJECTIFS

- **Renforcer les compétences des acteurs** de l'alimentation ;
- **Mettre en relation**, mutualiser les connaissances et construire des projets communs autour de l'alimentation.



80 étudiants se sont rencontrés pour échanger sur le futur de leur filière, autour du projet Demain, à Beja (Portugal), du 28 février au 4 mars 2022.



DEMAIN

### DEMAIN, VERS UNE TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN VITICULTURE

BUDGET 389 763 €

100%  
FINANCÉ

COORDONNÉ PAR L'AANA

#### PARTENAIRES :

Université de León (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

En 2022, le projet s'est consolidé grâce à :

- une rencontre d'enseignants et de techniciens en Sardaigne (mai 2022) ;
- une rencontre de plus de 80 jeunes européens en France autour des enjeux de la transition ;
- des premiers tutos pédagogiques disponibles sur Vimeo ;
- une conférence organisée sur le salon Vinitech-Sifel avec pour thème la transition sociale et plus spécifiquement l'emploi en viticulture.

## LOCAL FOOD TOUR



### LOCAL FOOD TOUR

BUDGET 60 000 €



COORDONNÉ PAR L'AANA

PARTENAIRES :

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

CALENDRIER DU PROJET  
janvier 2022-mars 2023

Local Food Tour poursuit sa route en 2022. À travers les rencontres initiées, des concepts intéressants de valorisation de produits sont découverts comme, par exemple : le cas des producteurs de pomme à cidre au Pays basque espagnol et la mise en place d'une promotion touristique performante.



### CASTANA

BUDGET 129 600 €



COORDONNÉ PAR L'AANA

PARTENAIRES :

Uisco (filiale châtaigne, France),  
CESEFOR (Centre de Recherche, Espagne),  
CSDC (Centre de recherche, Italie),  
ARGE (Autriche)  
COOPENELA (Portugal)

CALENDRIER DU PROJET  
septembre 2019-août 2023

Les partenaires ont poursuivi leur objectif commun : consolider la filière châtaigne par le biais d'actions collectives. Un nouveau projet sera déposé en mars 2023.

## DES PROJETS 2023 RÉFLÉCHIS EN 2022

Un travail a été mené avec différentes filières autour de projets européens sur des thématiques propres à chacune. Ces réflexions, initiées en 2022, ont abouti à de **nouvelles candidatures** déposées en 2023.

- **Coopérer autour de la truffe** (4 pays partenaires: France, Espagne, Italie, Croatie);
- **Castana 2**, le retour (6 pays partenaires: France, Espagne, Italie, Portugal, Autriche, Grèce);
- **Repenser les salons agricoles européens** (4 pays partenaires: France, Italie, Belgique, Espagne);
- **APTE** - Ambassadeurs des Produits des Terroirs Européens (nouveau dépôt);
- **DROP** - Gestion efficace de l'eau des entreprises agroalimentaires.

Tous ces projets sont menés avec **des partenaires de la Région Émilie Romagne** (Italie) dans le cadre de la coopération avec la Région Nouvelle-Aquitaine.

# Créer du lien entre les acteurs régionaux du secteur de l'alimentation

## → OBJECTIFS

- Animer le réseau des professionnels de l'alimentation en région;
- Favoriser la circulation et l'échange de l'information notamment par l'utilisation des réseaux sociaux B2B et des outils digitaux ;
- Favoriser le développement de relations commerciales.

## LE LAB ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE



Le 6 décembre 2022, l'AANA a lancé le **Lab Alimentation Nouvelle-Aquitaine** pour développer, enrichir les relations entre les professionnels de la chaîne "alimentation" de Nouvelle-Aquitaine et créer de la valeur.

Le Lab Alimentation est **une plateforme digitale collaborative**, 100% gratuite, qui répond aux besoins exprimés par les différents publics. Elle s'adresse aux filières agricoles, viticoles, pêche, aquaculture, aux institutionnels et partenaires de l'AANA, aux entreprises agroalimentaires et viticoles, coopératives et acheteurs.



*Le Lab Alimentation, est une plateforme 100% gratuite pour l'ensemble des acteurs de l'alimentation de Nouvelle-Aquitaine.*

## QUE PEUT-ON Y TROUVER ?

- Un **centre de ressources et d'actualités** sur les sujets en lien avec l'alimentation et l'agriculture au sens large ;
- Un **agenda des événements** organisés par les partenaires en région ;
- Un **espace webinaires** pour diffuser les Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine et leur replay ;
- Un **espace d'inscription** aux salons et manifestations professionnels ;
- Une **"Business Room"** pour favoriser les rencontres entre professionnels ;
- Un **espace "annonces du Lab"** pour mettre en ligne vos annonces ;
- Un **espace de contribution** pour permettre aux partenaires de mettre en ligne leurs informations.

Pas encore inscrit?! Rendez-vous sur [www.lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr)

### BILAN DU LAB

- **+ de 5 000** visiteurs enregistrés sur le site en 1 mois
- **450** cartes de membres envoyées à nos partenaires
- **4 887** destinataires au mailing de lancement
- **200 000** impressions pour la campagne social media de lancement
- **12** vidéos créées et diffusées sur nos réseaux LinkedIn et Twitter accompagnées de **+ 30** publications
- **11** retombées médias

# Accompagner les démarches qualité



## OBJECTIFS

- **Soutenir les filières** dans leurs demandes de reconnaissance en SIQO ;
- **Renforcer leurs démarches qualité**, en aidant à les structurer et à consolider leurs cahiers des charges.



Fleur de sel de l'Île de Ré

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

La procédure d'instruction au niveau européen s'est tenue tout au long de l'année 2022.

De nombreux échanges ont eu lieu entre **l'APSIR** (Association des Producteurs de Sel marin de l'Île de Ré) **et les services régionaux de l'INAO, suite à des questions de la Commission Européenne**, pour clarifier certains points de rédaction du cahier des charges.

Ces ajustements ont débouché sur une PNO (Procédure Nationale d'Opposition) de 15 jours fin octobre 2022.

La procédure européenne d'opposition devrait être enclenchée en 2023.



## IGP TOMATE DE MARMANDE

L'AANA accompagne l'**AIFLG** (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 une tomate destinée à la transformation.

L'AANA intervient dans la rédaction du cahier des charges, constituant un des éléments du dossier de reconnaissance en IGP et en animant deux groupes de travail distincts « **frais** » et « **transformation** ». Les conditions de production ont été écrites pour la tomate en frais et destinée à l'industrie.

*Une demande d'IGP est en cours sur la Tomate de Marmande.*

## AOP MOTHAI SUR FEUILLE

Le dossier de demande de reconnaissance en AOP du Mothais sur feuille a été examiné par le **Comité National des AOP laitières, agroalimentaires et forestières** en janvier 2022. Suite à cet examen, le **CNAOP** a nommé une commission d'experts pour travailler sur la délimitation de la zone.

Les travaux se sont poursuivis avec une Commission d'enquête remaniée qui s'est déplacée sur le terrain à la rencontre des représentants de l'**ODG** début octobre 2022. Les membres de la commission d'enquête ont pu constater une évolution positive des conditions de production (interdiction de l'enrubannage, clarification des modalités de moulage, délai de mise en œuvre du lait...) et ont salué la prise en compte des attentes sociétales par l'**ODG**.

L'année 2022 a permis aux experts d'aboutir sur une proposition d'aire géographique de la future AOP Mothais sur feuille, validée par la Commission d'enquête, qui devrait être examinée en CNAOP début 2023.

L'AANA a apporté son expertise pour finaliser les ajustements de rédaction suite aux remarques de la Commission d'enquête avant envoi officiel aux services de l'INAO.



*Le Mothais sur feuille, fromage emblématique du Poitou.*



## 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.

## les Rendez-vous DE LA QUALITÉ

Initiée en 2021 et dans la continuité des 2 premiers Rendez-vous de la Qualité, une nouvelle rencontre a eu lieu le 10 mars 2022. En partenariat avec **Interfel**, son Comité régional Nouvelle-Aquitaine et le **Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes**, la thématique abordée était : « Fin des emballages plastiques pour les fruits et légumes : où en est-on ? ».

### Pourquoi un tel sujet ?

La **loi AGECE**, relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire et à l'économie circulaire a sonné, la fin des emballages plastiques pour le conditionnement de certains fruits et légumes **frais, non transformés**, présentés à la vente au consommateur, dans une gamme de poids inférieure à 1,5 kg (au 1<sup>er</sup> janvier 2022).

Ce Rendez-vous de la Qualité a permis de faire le point sur le périmètre de cette nouvelle réglementation, les alternatives au plastique, la montée en puissance de la vente en vrac, les attentes des consommateurs...



*La fin des emballages plastiques?  
Point sur la situation lors des Rendez-vous de la Qualité.*

### BILAN

- **3 intervenants**
- **45 participants**



# ✱ METTRE EN LUMIÈRE

## LES PRODUITS DE NOUVELLE-AQUITAINE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

### Communiquer collectivement sur les produits de Nouvelle-Aquitaine

#### UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION D'ENVERGURE

##### → OBJECTIFS

- **Augmenter la notoriété** des produits de Nouvelle-Aquitaine ;
- **Renforcer l'attachement** des Néo-Aquitains à leurs produits ;
- **Capter de nouveaux consommateurs** et inciter à consommer des produits de Nouvelle-Aquitaine.

## « MANGER OU MIEUX MANGER »

L'AANA a réalisé en 2022 de nouveaux visuels de communication (en couverture et 4<sup>e</sup> de couverture) autour d'une nouvelle signature " **Manger ou Mieux manger**". Cette signature renvoie aux notions de santé, de qualité, de saisonnalité, de proximité... et surtout de plaisir.

### 5 TEMPS FORTS:

Au printemps, lors de Bordeaux fête le Vin, en été, en automne et pour les fêtes de fin d'année, cette campagne s'adressait aux Néo-Aquitains et Franciliens, de 30 à 60 ans, de classe moyenne supérieure.

### PLAN MÉDIA

Le plan médias mis en œuvre incluait :

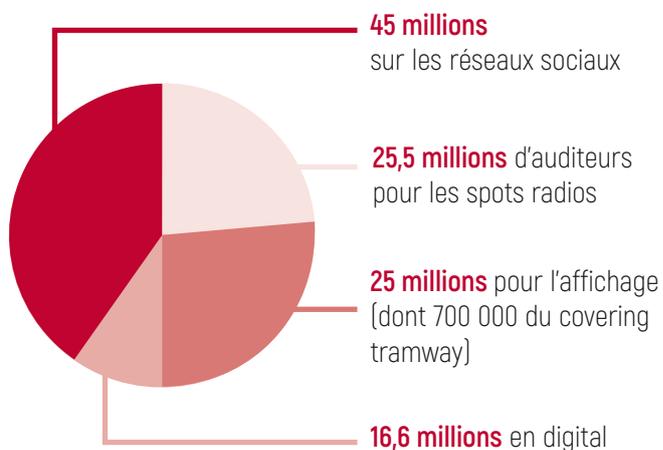
- 5 campagnes ads social media ;
- 5 campagnes d'affichage en gares, aéroports, mobiliers urbains et covering du tramway bordelais ;
- 2 campagnes radios nationales sur France Inter et France Info ;
- 3 campagnes digitales sur des sites affinitaires (PQR néo-aquitaine, webzine cuisine...).



La campagne des produits de Nouvelle-Aquitaine habillait le tramway de Bordeaux pour la 1<sup>ère</sup> fois.

### BILAN DES CAMPAGNES 2022

**+ 112 millions** de vues dont :



• **27** nouveaux visuels (17 mono-produits et 10 multi-produits)



• **209 000** clics sur les liens des campagnes Social Media et digital.



• Élu(e) aux Trophées de la Communication 2022 " Meilleure campagne de publicité d'un organisme public "



## LE DIGITAL AU SERVICE DU COLLECTIF



### OBJECTIFS

- **Renforcer la notoriété** des filières et des produits de Nouvelle-Aquitaine ;
- **Amplifier la portée des campagnes** de communication ;
- **Attirer le public** aux événements grand public.



Le site [www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr) à destination du grand public

Pour répondre aux nouveaux enjeux de communication, l'AANA s'est dotée en 2022 d'un **pôle digital**.

Dans la continuité des années précédentes, son rôle est de renforcer la politique de l'Agence sur ce volet avec une mise en place systématique de **stratégie social media** notamment à travers des campagnes d'ads et d'influence, pour les opérations menées par l'AANA.

En parallèle, de manière plus globale, **des campagnes de newsletter** sont effectuées et de nouveaux contenus sont créés pour toujours augmenter le nombre de visites sur le site internet grand public et sur les réseaux sociaux de l'Agence.

**+ de 25 000 abonnés** sur nos différents réseaux sociaux :



**17 345 abonnés**  
sur Facebook  
↗ +17% VS 2021



**3 531 abonnés**  
sur Instagram  
↗ +41% VS 2021



**1 943 abonnés**  
sur Twitter  
↗ +4% VS 2021



**2 094 abonnés**  
sur LinkedIn  
↗ +56% VS 2021



**+ de 85 000 destinataires**  
de nos newsletters et emailings



**+ 40 000 vues cumulées**  
sur YouTube



**132 000 visiteurs**  
sur le site internet



## LES RELATIONS PRESSE AU SERVICE DE LA NOTORIÉTÉ

### → OBJECTIFS

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

En 2022, l'AANA prend la parole 13 fois autour de ses activités, à travers :

- **11 communiqués de presse** dont 3 dédiés au Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine, 4 au sujet des opérations professionnelles et 4 relatifs à des événements grand public.
- **2 dossiers de presse** pour l'incontournable Salon International de l'Agriculture et pour le SIAL doublé de l'opération SO Innovation.



La conférence de presse SIAL & So Innovation s'est tenue le 7 octobre 2022, à l'Hôtel de Région avec la présentation de produits sélectionnés dans le cadre de So Innovation.

### 486 articles ou reportages

(vs 351 en 2021, soit + 38%) qui parlent des produits, producteurs, entreprises, filières de Nouvelle-Aquitaine et de l'AANA dont :



**231** en presse écrite



**59** en télévision



**26** en radio



**170** en presse en ligne

BILAN DES RP 2022

## “VOUS ÊTES FORMIDABLES”

En septembre 2022, l'AANA et France 3 Nouvelle-Aquitaine ont établi un partenariat sur la saison 2022/2023 de l'émission “Vous êtes formidables”.

L'idée est de valoriser, gratuitement, toutes les 3 semaines une filière à travers l'interview d'un producteur, éleveur, pêcheur qui présente ses produits, son métier, son savoir-faire, explique les démarches qualité...

**En 2022, 5 filières ont participé à l'émission :**

l'Agneau du Périgord, la Viande bovine Limousine, les Huitres Marennes Oléron, la Noix du Périgord et le Caviar d'Aquitaine. Une jolie vitrine dans une émission qui réalise **3% de part de marché d'audience** (15 000 personnes en moyenne, soit une audience cumulée de 75 000 personnes).



## Valoriser les filières auprès des consommateurs



### OBJECTIFS

- **Faire connaître et valoriser** les filières et produits de Nouvelle-Aquitaine ;
- **Sensibiliser le grand public** aux produits régionaux, notamment sous SIQO ;
- **Faire découvrir la richesse et la diversité** de nos territoires.



Le stand sur le Hall 1 a permis de valoriser les races bovines néo-aquitaines et aussi les produits grâce aux animations sur la Table des Saveurs.

## SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE (HALL 1) 26 FÉVRIER AU 6 MARS 2022 – PARIS



Animations à la table avec les filières et Facebook Live avec le chef Frédéric Coiffé ont rythmé les 9 jours de salon.

1<sup>er</sup> salon dédié à l'agriculture, cet événement grand public et professionnel a pour principaux enjeux de rapprocher les acteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de faire découvrir les produits régionaux au grand public.

Pour cette édition placée sous le signe **des retrouvailles**, l'AANA a coordonné la présence sur le Hall 1, dédié à l'élevage, des 4 races bovines emblématiques de Nouvelle-Aquitaine : Bazadaise, Blonde d'Aquitaine, Limousine, Parthenaise. Sur le stand, des espaces «de vente» étaient également dédiés à d'autres filières régionales comme les fromages (de Chèvres de Nouvelle-Aquitaine, Ossau-Iraty), sans oublier l'Agneau de lait des Pyrénées.

Des espaces pour faciliter les **rendez-vous professionnels** ont été mis à disposition des partenaires de l'Agence. Enfin, **des animations culinaires et gustatives** pour faire découvrir les produits régionaux étaient proposées tous les jours aux visiteurs, avec notamment un partenariat avec le réseau "**Bienvenue à la ferme**".



### SIA 2022 EN CHIFFRES

- **+ de 500 000** visiteurs (dont + de 25 000 professionnels)
- **220 m<sup>2</sup>** de stand
- Près de **50** animations
- Environ **40** produits valorisés
- **216** retombées médias
- **370** publications sur les réseaux sociaux (posts & stories)
- **16** Facebook live pour 9 000 vues
- **27** influenceurs invités pour une audience cumulée de **517 000 abonnés**

## SALON DE L'AGRICULTURE NOUVELLE-AQUITAINE 21 AU 29 MAI 2022 – BORDEAUX



L'espace Boucherie revenait en 2022 sur l'espace Nouvelle-Aquitaine, avec des démonstrations de découpe de viandes.

Après 2 années sous forme 100% digitale, le Salon de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine a repris ses quartiers dans le cadre de **la Foire Internationale de Bordeaux**. Pour cette édition, l'AANA s'est entourée de partenaires (Interbev Nouvelle-Aquitaine et le Concours des Vins de Bordeaux) pour faire découvrir les produits régionaux au grand public.

Au-delà des animations autour de la Table des 5 sens avec des accords mets-vins grâce aux Concours de Vins de Bordeaux et des démonstrations culinaires, **plusieurs thématiques et intervenants** sont venus enrichir la programmation: le Comité Régional des Pêches de Nouvelle-Aquitaine, Interfel Nouvelle-Aquitaine, Qualité Landes, les produits AOP du Pays Basque (Ossau-Iraty, Piment d'Espelette, Jambon Kintoa et Vins d'Irouléguay), des chefs de restauration scolaire...

Une attention particulière a également été portée auprès **des formations professionnelles** (lycées agricoles) à travers l'accueil de 4 classes de jeunes en formation ou reconversion professionnelle en lien avec l'ANEFA33 afin de les former aux productions régionales et produits de qualité.

Une campagne social media a accompagné les actions de l'Agence en amont, pendant et après le salon permettant de cumuler près de 2 millions d'impressions sur l'ensemble des réseaux grand public de l'AANA.

Un jeu-concours a été organisé et a permis de toucher une audience locale et d'acquérir plus de 300 nouveaux abonnés sur les comptes Instagram et Facebook

[@lesproduitsdenouvelleaquitaine](https://www.instagram.com/lesproduitsdenouvelleaquitaine)

### LE DISPOSITIF SANA 2022

- **180 m<sup>2</sup>** de stand
- **3 univers**: la cuisine des produits de Nouvelle-Aquitaine, la boucherie avec Interbev Nouvelle-Aquitaine, le Comptoir des Vins de Bordeaux et d'Aquitaine
- **+ de 50** animations
- Environ **30** filières de productions valorisées
- **27** retombées médias
- **135** publications sur les réseaux sociaux (posts & stories)
- **5** Facebook live pour 8 600 vues
- **8** influenceurs de Nouvelle-Aquitaine invités pour **138 000** abonnés touchés

Pour la 1<sup>ère</sup> fois, l'Agence était présente à Omnivore, **festival gastronomique grand public**, prisé des professionnels de l'alimentation (chefs, journalistes, formateurs) et *foodies*. L'occasion idéale de valoriser la richesse et la diversité des productions de Nouvelle-Aquitaine, de faire découvrir certains produits régionaux auprès d'une cible qualifiée, sensibilisée au **"bien manger"**, à la **qualité**, et la **saisonnalité des produits**, à travers la réalisation de recettes en direct par le **chef Thibaud Piroux**.

Plusieurs **filières partenaires** sont venues agrémenter les animations (Huîtres Marennes Oléron, Châtaigne Périgord-Limousin, Huile de Noix du Périgord), ainsi que des lauréats du Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine.

OMNIVORE 2022

- **16 m<sup>2</sup>** de surface
- **12** démonstrations culinaires
- **15** produits mis en avant
- **+ de 200** participants aux animations
- **+ de 100** publications sur les réseaux sociaux (posts, stories, reels)
- **5** influenceurs participants aux démonstrations pour une audience de **435 000 abonnés**



Les démonstrations culinaires autour des produits culinaires ont attiré un public de *foodies* lors d'Omnivore, à Paris.

En 2022, l'AANA était aussi présente pour faire découvrir et valoriser les produits de Nouvelle-Aquitaine à :

- **BORDEAUX FÊTE LE VIN (STAND RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE)**, 23 AU 26 JUIN 2022, BORDEAUX
- **PÉRIMÉUH**, 23 AU 25 SEPTEMBRE 2022, SARLAT
- **LE GRAND PAVOIS**, 27 SEPTEMBRE AU 2 OCTOBRE 2022, LA ROCHELLE
- **SALON DE LA GASTRONOMIE**, 19 ET 20 NOVEMBRE 2022, POITIERS



# ✦ CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES ENTREPRISES

2022 est une année marquée par une reprise en douceur des salons, malgré encore quelques contraintes liées à la pandémie, notamment sur les marchés internationaux. Cela n'a pas empêché l'AANA de mener des actions directement auprès des consommateurs ou des professionnels et de maintenir ses objectifs.



## 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 de l'alimentation.

## BILAN DES MAINFESTATIONS 2022

- **25** manifestations B2B ou B2C dont :  
45% tous produits  
33% vins & spiritueux  
22% food
- **5** manifestations en local
- **555** entreprises participantes

# Faciliter la rencontre entre les entreprises et le consommateur

↪ **SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE (HALL 3)**  
26 FÉVRIER AU 6 MARS 2022 – PARIS

Pour cette **édition des retrouvailles**, l'AANA était aussi présente sur le pavillon 3, le Hall **des saveurs régionales**. Véritable vitrine pour les savoir-faire de nos producteurs, le salon a confirmé sa tenue 3 semaines avant l'ouverture et a imposé un protocole contraignant.

Cependant, les exposants de Nouvelle-Aquitaine ont pu renouer avec le public venu en masse. Les Conseils départementaux des Deux-Sèvres, de Dordogne, de Corrèze, du Lot-et-Garonne, des Pyrénées-Atlantiques ont également répondu présents et ont investi une partie de l'espace Nouvelle-Aquitaine pour **une belle édition des retrouvailles**.



*Les entreprises et artisans régionaux ont renoué avec le public pour cette édition des retrouvailles.*

LE SIA 2022 (HALL 3)

- **+ de 500 000** visiteurs
- **75** exposants, producteurs, artisans
- **5** départements présents en continu
- **1 120 m<sup>2</sup>** de stand



Le plus grand festival œnologique d'Europe a fait son grand retour sur les quais de Bordeaux, après 4 ans d'absence. L'AANA a coordonné une offre importante :

- **Le pavillon des Vins de Nouvelle-Aquitaine** afin de valoriser les appellations de la région (hors Bordeaux) et de favoriser les échanges entre passionnés et viticulteurs. De nombreux vigneronns issus de toute la Nouvelle-Aquitaine se sont succédés sur le pavillon durant les 4 jours, et ont animé quelques masterclass pour faire découvrir leurs vins.
- **Le Village gastronomique** en sélectionnant et orchestrant en collaboration avec le CIVB, l'Office du Tourisme de Bordeaux et l'Agence événementielle Côte Ouest, la présence d'artisans, producteurs, food trucks, bodegas, bar à jus... venant de différents départements de Nouvelle-Aquitaine.

L'AANA a géré le cahier des charges de la partie alimentaire de l'événement, coordonné l'ensemble du village gastronomique de Nouvelle-Aquitaine avec ses 26 points de restaurations.



*Le Pavillon des Vins de Nouvelle-Aquitaine attire toujours beaucoup de curieux lors de Bordeaux fête le Vin.*

- **32 000** dégustations et **4 000** bouteilles dégustées
- **+ de 15** appellations présentées
- Près de **25** vigneronns présents
- **13** masterclass organisées
- **26** espaces de restauration issus de **8** départements
- **27** retombées médias
- **100** posts sur les réseaux sociaux pour **1 436** likes
- **+ de 500** participants au jeu-concours
- **2 millions** d'impressions sur les réseaux sociaux grand public

**LE STORE GOURMAND DE NOUVELLE-AQUITAINE**  
14 AU 24 DÉCEMBRE 2022 – BORDEAUX

**Store**  
Gourmand  
de  
Nouvelle-Aquitaine



*Un concept store pour valoriser les produits de Nouvelle-Aquitaine aux côtés de l'AOC Côtes de Bourg.*



*Le Store Gourmand de Nouvelle-Aquitaine, une vitrine d'exception pour les entreprises régionales.*

L'AOC viticole **Côtes de Bourg** et l'AANA se sont associées en fin d'année pour investir un pop-up store (ou magasin éphémère) à la Promenade Sainte-Catherine à Bordeaux.

Cette vitrine exceptionnelle avait pour objectif de faire connaître et de proposer à la vente les vins de l'appellation, tout en complétant l'offre avec des produits gastronomiques régionaux et proposer ainsi des cadeaux parfaits « **made in Nouvelle-Aquitaine** » au pied du sapin.

Pour créer du trafic dans la boutique, des animations étaient proposées lors des journées d'affluence à travers des démonstrations culinaires, avec quelques filières présentes (les Viandes Limousines, les Huîtres Arcachon-Cap Ferret, l'Agneau de lait des Pyrénées), mais aussi des ateliers dégustations en partenariat avec l'**École du Vin de Bordeaux**. L'ensemble du dispositif était appuyé par une campagne spécifique de social media.

STORE GOURMAND 2022

- **11** jours d'ouverture
- **215 m<sup>2</sup>** de surface de vente
- **121** références de produits agroalimentaires
- **80** références de vins AOC Côtes de Bourg
- **12 000 €** de chiffre d'affaires
- **+ de 650 000** personnes touchées sur les réseaux sociaux
- **3** Facebook Live pour **+ de 6 500** vues
- **7** influenceurs avec une audience cumulée de **56 180** followers
- **45** retombées médias
- **1** newsletter chartée adressée à **+ de 90 000** destinataires



## → OBJECTIFS

- Valoriser les produits de **Nouvelle-Aquitaine** et les territoires;
- Encourager les artisans, agriculteurs, entreprises dans l'amélioration de leurs produits;
- Créer de la valeur ajoutée grâce à la médaille et augmenter leur chiffre d'affaires.



Des jurés studieux en pleine dégustation de fromages, au Domaine de Mauprié à Lusignan (86).

Le Concours met en avant les meilleurs produits et également le savoir-faire des producteurs, artisans, le patrimoine touristique, industriel, naturel, culturel du territoire en organisant ses dégustations à l'aveugle dans des sites atypiques. Il permet de faire (re) découvrir aux consommateurs des produits locaux et de créer de la valeur pour les producteurs et artisans grâce aux médailles attribuées. Il implique également des jeunes en formation professionnelle, futurs consommateurs, ainsi que des collégiens sur des tables de dégustations. **Cette année, une nouvelle catégorie de produits a vu le jour, en partenariat avec la filière : la Tomme des Pyrénées IGP.**

En 2022, le Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine s'est déployé sur plusieurs sessions de dégustations à travers toute la région :

- 12 mai à Château L'Evêque (24)
- 22 octobre au Domaine d'Allot à Boé (47)
- 9 novembre au Domaine de Mauprié à Lusignan (86)
- 15 novembre à Saint-Georges-des-Côteaux (17) pour la session dédiée aux Miels de Nouvelle-Aquitaine
- 9 décembre à Espelette (64) pour le Concours de Piment d'Espelette.

## CONCOURS 2022 EN CHIFFRES

- **1 200** produits dégustés
- **500** dégustateurs experts et consommateurs
- **400** artisans, agriculteurs ou entreprises concernés
- **350** médailles décernées pour 1,5 million de produits estampillés
- **200** lauréats
- **1 médaille +10 à +25%** de chiffre d'affaires en +
- **+ de 80** retombées presse
- Près de **100 publications** sur les réseaux sociaux (posts, stories, reels)
- **1 campagne d'influence :**
  - **3 influenceurs** invités en moyenne/session
  - **5 partenariats** pour création de contenu avec des produits médaillés
  - **120 000 vues** sur Facebook, Instagram et Tiktok

# Accompagner collectivement les entreprises sur leurs marchés

 **WINE PARIS-VINEXPO PARIS**  
DU 14 AU 16 FÉVRIER 2022 - PARIS, FRANCE

Dernier salon viticole européen qui a eu lieu avant la pandémie de Covid 19, **Wine Paris-Vinexpo Paris** a été le premier à reprendre, d'où **un engouement particulier des entreprises néo-aquitaines**. Malgré l'incertitude, elles ont fait confiance à l'AANA pour participer à cet événement symbolique et permettre une présence régionale forte.

**La présence régionale s'articulait autour de 3 univers :**  
les Vins de Bordeaux, les Vins du Sud-Ouest et les Spiritueux.

**En partenariat avec l'Interprofession des Vins du Sud-Ouest (IVSO) et l'Interprofession des Vins de Bergerac-Duras (IVBD)**, la Nouvelle-Aquitaine a pris ces quartiers dans 2 halls distincts :

- le Hall 3, avec les producteurs de Vins de Bordeaux et de Spiritueux néo-aquitains répartis sur 790 m<sup>2</sup>
- le Hall 4 dans lequel les professionnels des Vins du Sud-Ouest occupaient un espace de 610 m<sup>2</sup>.

Par ailleurs, un important dispositif en social media a été mis en place pour valoriser les entreprises présentes et leur savoir-faire. Le but était de toucher une cible européenne de professionnels des vins et des spiritueux.

**Au total 219 000 impressions sur nos réseaux LinkedIn et Twitter** ont accompagnées la manifestation.



*Les acheteurs étaient au rendez-vous pour la reprise des salons viticoles.*



**BILAN 2022**

- **+ de 25 000** visiteurs
- **1400 m<sup>2</sup>** de surface régionale
- Près de **200** entreprises régionales

## **PROWEIN** DU 15 AU 17 MAI 2022 - DÜSSELDORF, ALLEMAGNE

Initialement prévu en mars, **ProWein** a été reporté en mai pour des raisons de restrictions d'accès en Allemagne. Après 2 ans d'absence, le salon a donc réouvert ses portes à Düsseldorf du 15 au 17 mai 2022, **sous le signe de la reprise et du slogan "Let's reunite for business"**. Malgré une période moins propice que l'habituelle, acheteurs (surtout européens) et exposants étaient ravis de se retrouver.

L'objectif pour les entreprises: recréer du lien avec des acheteurs internationaux, démarcher de nouveaux importateurs, décrocher de nouveaux contrats... suite à la crise sanitaire.

Pour cela, **les entreprises des Vins de Bordeaux, des Vins du Sud-Ouest et de Spiritueux de Nouvelle-Aquitaine étaient bien présentes sur les pavillons France de Business France dans 3 halls différents.**

Pour valoriser toujours au mieux les exposants présents, l'AANA a créé un annuaire digital spécifique [prowein.aana.fr](http://prowein.aana.fr), appuyé par une campagne sur LinkedIn & Facebook à destination d'un public d'acheteurs travaillant dans le domaine viticole.

### BILAN 2022

- **1 000 m<sup>2</sup>** dédiés à la Nouvelle-Aquitaine sur 3 halls
- **113** exposants viticoles avec l'AANA
- **1 653** visites sur l'annuaire ProWein
- **264 287** impressions sur les réseaux sociaux



*Après 2 ans, d'absence, l'occasion de recréer du lien entre entreprises viticoles régionales et acheteurs internationaux.*



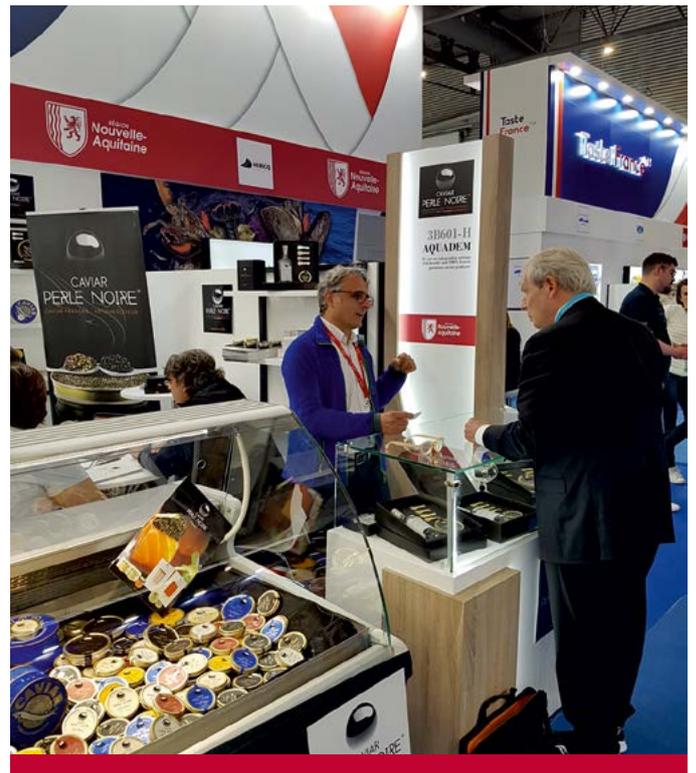
## SEAFOOD EXPO GLOBAL

26 AU 28 AVRIL 2022 – BARCELONE, ESPAGNE

Ce salon est devenu au fil des ans **le rendez-vous commercial incontournable** de la filière mondiale des produits de la pêche et de l'aquaculture. Après 28 années d'organisation du salon à Bruxelles, **le Seafood Expo Global** s'est tenu, pour la première fois, à Barcelone.

Et pour la première fois, l'AANA y a accompagné des entreprises du secteur, dont **le Groupement des Huîtres Marennes Oléron** et **l'Association des producteurs de Moules de filière Label Rouge**.

Cette première édition a remporté l'adhésion des entreprises participantes grâce notamment à la qualité du visitorat professionnel rencontré.



*Les Huîtres Marennes Oléron IGP-Label Rouge, les Moules de filières Label Rouge et le Caviar d'Aquitaine étaient bien représentés sur le Seafood.*

### 1ÈRE PARTICIPATION

- **+ de 26 000** visiteurs de 150 pays
- **+ de 1 550** exposants de 76 pays
- **96 m<sup>2</sup>** de présence régionale
- **7** entreprises de Nouvelle-Aquitaine

## **FHA & PROWINE SINGAPOUR** 5 AU 8 SEPTEMBRE 2022 - SINGAPOUR

Ce salon n'avait pas eu lieu depuis 3 ans et cette édition 2022 représentait **le 1<sup>er</sup> événement professionnel international pour la planète food sur Singapour** et plus largement en Asie. Singapour est désormais la place tournante pour les marchés d'Asie et l'AANA a toujours un lien avec les concepts stores So France lancés en 2018.

Ces pieds à terre singapouriens permettent de mettre en place des actions de networking intéressantes et favoriser les échanges entre les exposants et les professionnels invités, qui ont su répondre présents, dans un cadre typique français et qualitatif.

BILAN 2022

- **9** entreprises accompagnées
- **7** départements de Nouvelle-Aquitaine représentés
- **+ de 32 000** visiteurs
- **7** entreprises agroalimentaires & **28** opérateurs viticoles régionaux
- **Près de 300 m<sup>2</sup>** de présence néo-aquitaine



*Les acheteurs internationaux à la rencontre des entreprises viticoles régionales lors du FHA et de ProWine Singapour.*





## LE SIAL & SO INNOVATION

15 AU 19 OCTOBRE 2022 – PARIS, FRANCE

Ce grand salon international de l'alimentation n'avait pas eu lieu **depuis 4 ans!**  
C'est dire les attentes des visiteurs et des exposants sur cette édition.  
**Et le succès a été au rendez-vous.**

La tenue du SIAL, avec notamment SIAL Innovation récompensant les produits innovants répondant aux futures tendances, est synonyme de So Innovation.

Organisé par l'**AANA** et le **CRITT Agroalimentaire de La Rochelle**, So Innovation met en avant les produits innovants imaginés par les TPE et PME de Nouvelle-Aquitaine. Ces nouveaux produits sont répartis en 5 catégories, correspondants aux grandes tendances de l'alimentation : **So Healthy** (nutrition, santé), **So Pleasure** (gourmandise, saveurs), **So Terroir** (matière première régionale ou recette traditionnelle revisitée), **So Easy** (praticité, design, packaging) et **So Eco Friendly**, nouvelle catégorie qui a vu le jour en 2022, pour les produits éco-conçus, éco-responsables...

Pour valoriser au mieux la sélection 2022 de So Innovation, un **catalogue digital** a été créé, accessible sur un site événementiel dédié : [so-innovation.aana.fr](https://so-innovation.aana.fr). Il a permis de rendre plus lisible chaque produit en mettant en avant leurs caractéristiques et facilitant le contact avec les entreprises.

### SIAL & SO INNOVATION 2022

- **265 000** visiteurs dont **86%** de visiteurs internationaux
- **455 m<sup>2</sup>** de surface régionale sur 7 secteurs
- **28** entreprises néo-aquitaines au SIAL
- **110** produits sélectionnés dans le cadre de So Innovation
- **10 jours** d'amplification Social Media
- **+ de 780 000 vues** sur Twitter et LinkedIn
- **+ de 800** visites vers le site événementiel
- **10** retombées médias



La Nouvelle-Aquitaine était présente et bien visible sur le SIAL Paris.



L'espace So Innovation sur le stand de l'AANA lors du Sial Paris.

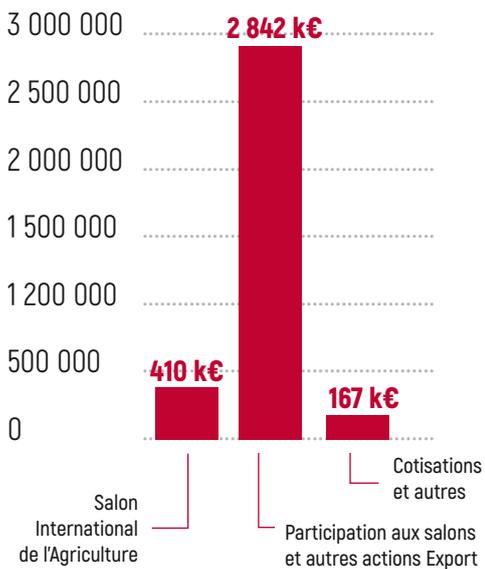
# ÉQUILIBRER LE BILAN FINANCIER



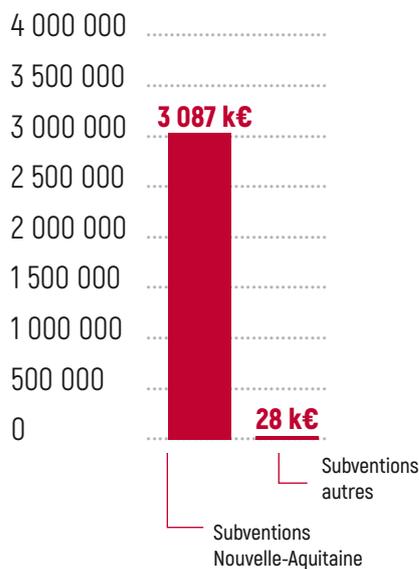
## DÉTAIL DES PRODUITS D'EXPLOITATION

**TOTAL PRODUITS**  
6 535 k€

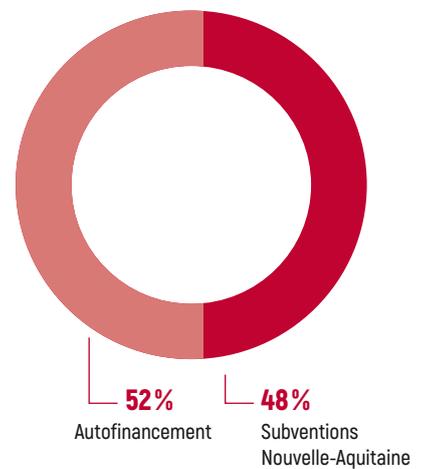
### Recettes d'autofinancement Total 3 419 k€



### Subventions Total 3 115 k€



### Répartition des produits en %





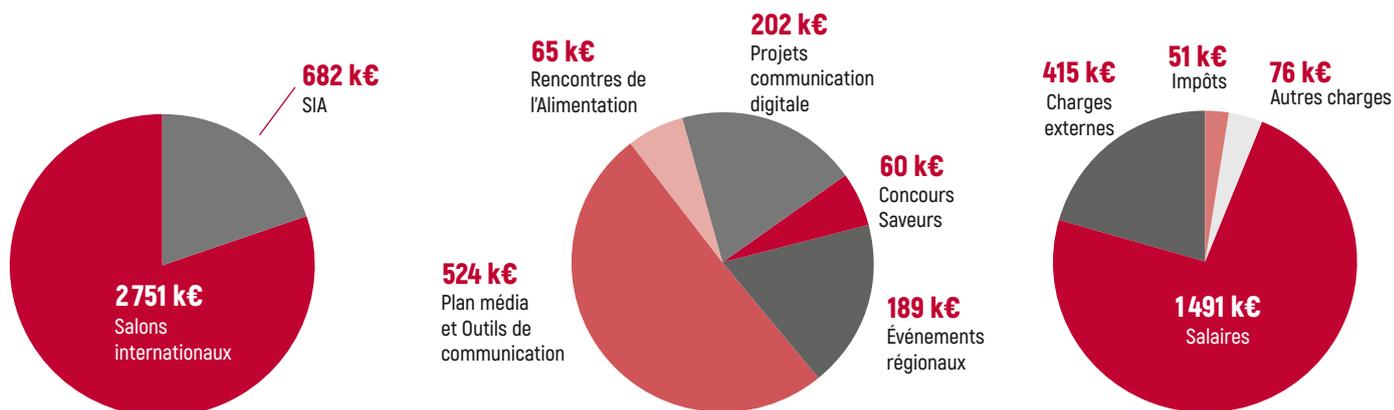
## DÉTAIL DES CHARGES D'EXPLOITATION

**TOTAL CHARGES**  
**6 518 k€**

Salons et actions export  
**Total 3 433 k€**

Actions de communication collective  
**Total 1 040 k€**

Fonctionnement  
**Total 2 033 k€**



### RÉSULTAT (EN k€)

	ANNÉE 2022	ANNÉE 2021
Produits d'exploitation	6 535	4 778
Charges d'exploitation	- 6 518	- 4 672
Résultat d'exploitation	17	106
Résultat financier	9	- 66
Résultat avant IS	26	40
Résultat exceptionnel	-2	1
IS	-1	-39
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>23</b>	<b>2</b>

### BILAN (EN k€)

ACTIF	2022	2021	PASSIF	2022	2021
Immobilisations incorporelles	49	73	Fonds propres	1 212	1 210
Immobilisations corporelles	54	50	Résultats	23	2
Immobilisations financières	7	10	Provisions pour risques	529	630
Créances clients	204	175	Dettes fournisseurs	1 255	1 740
Créances fiscales et autres	1 701	1 970	Dettes fiscales sociales	290	293
Acomptes fournisseurs versés	0	11	Autres dettes	1 421	1 433
Trésorerie	2 705	3 637			
Charges constatées d'avance	1 160	641	Produits constatés d'avance	1 150	1 259
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>5 880</b>	<b>6 567</b>	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>5 880</b>	<b>6 567</b>



**AANA**  
 AGENCE DE L'ALIMENTATION  
 NOUVELLE-AQUITAINE



**Siège Social**

Maison de l'Agriculture et de la forêt  
 6 parvis des Chartrons  
 33075 BORDEAUX Cedex  
 05 56 01 33 23

[www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr)

