



RAPPORT  
D'ACTIVITE  
2024

The title is rendered in large, multi-colored, dotted letters. The word 'RAPPORT' is in green, 'D'ACTIVITE' is in purple, yellow, and blue, and '2024' is in red. The letters are filled with various food and drink icons: a slice of cheese, strawberries, a chili pepper, a walnut, a piece of bread, a glass of wine, and various fruits and vegetables.

# ÉDITO RIAL

Jean-Pierre Raynaud,  
Président de l'AANA



## 2024 MARQUE UN TOURNANT DANS L'HISTOIRE DE L'AANA

2024 a débuté sous tension. Les mobilisations agricoles survenues en début d'année ont rappelé, avec force, la complexité des enjeux que traverse le monde agricole : attentes sociétales grandissantes, pression réglementaire, difficulté à vivre dignement de son travail, sentiment d'isolement parfois. Ce contexte a mis en lumière la nécessité d'un dialogue renforcé, d'un accompagnement plus lisible et d'actions collectives plus cohérentes.



Dans ce climat exigeant, l'AANA a choisi d'inscrire encore plus clairement son action dans une logique de **responsabilité, de cohérence et d'engagement partagé**.

La labellisation "**RSE engagé**" – niveau confirmé, décernée par l'AFNOR, est venue reconnaître cette dynamique, portée par nos équipes, nos partenaires et l'ensemble de nos parties prenantes.

Au-delà de cette reconnaissance, c'est un **nouveau cap** que nous avons pris : faire de la **Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO)** un fil rouge, qui irrigue tous nos projets.

De notre **campagne de communication** (150 millions de vues), aux **opérations terrain** (plus de 700 000 consommateurs touchés), en passant par l'**accompagnement des marchés** (633 appuis réalisés, dont 13 salons internationaux), chaque action a été pensée pour conjuguer **efficacité, utilité et durabilité**.

Notre soutien aux **filières agricoles et viticoles**, notre présence à l'international, la **mise en ligne du nouveau site grand public** ou encore la **montée en puissance du Lab Alimentation** ont confirmé la capacité de l'AANA à innover, à fédérer et à s'adapter.

Ce rapport d'activité témoigne d'une année dense, parfois chahutée, mais toujours **porteuse de sens**.

Car c'est bien **ensemble**, en valorisant nos terroirs, nos savoir-faire et nos engagements, que nous préparons l'avenir.

*"Ensemble, nourrissons un futur durable."*

## SOMMAIRE

### DÉFI 1

#### INTÉGRER

la responsabilité sociétale  
au cœur de notre action

PAGE  
03

### DÉFI 2

#### IMPULSER

les réflexions et les projets  
collaboratifs sur l'alimentation  
de demain

PAGE  
05

### DÉFI 3

#### SOUTENIR

les démarches qualité  
des filières régionales

PAGE  
09

### DÉFI 4

#### DÉVELOPPER

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

PAGE  
11

### DÉFI 5

#### ACCOMPAGNER

collectivement les acteurs  
régionaux dans leur  
développement économique

PAGE  
19

### DÉFI 6

#### ÉQUILIBRER

les comptes

PAGE  
26

# INTÉGRER

## LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE AU CŒUR DE NOTRE ACTION

Face aux évolutions sociétales, environnementales et économiques, l'AANA a souhaité structurer sa démarche responsable à la hauteur des enjeux auxquels sont confrontées les filières qu'elle accompagne.

### NOTRE ENGAGEMENT

#### LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS ÉVOLUENT :

ils sont de plus en plus attentifs à l'impact environnemental des productions agricoles, au bien-être animal, à la transparence et à l'éthique des démarches de qualité. L'INAO elle-même, engage les filières sous SIQO dans une transition agroécologique active. Les entreprises, quant à elles, font de la RSE un argument de différenciation sur des marchés de plus en plus exigeants, où les dimensions environnementales et sociales s'imposent, y compris dans les appels d'offres publics.



*Nous ne pouvons pas rester passifs et demander de plus en plus d'efforts aux filières et entreprises accompagnées par l'AANA, sans nous remettre en question.*

*Nous souhaitons montrer que l'AANA avait également pris en considération ces différents enjeux, avait conscience de ses propres marges de progrès et pouvait s'inscrire dans le développement durable, le numérique vert, les achats responsables, les événements responsables, sans faire de greenwashing.*

Brigitte Bonnet,  
Référente RSO de l'AANA



C'est dans cette logique d'engagement sincère et structurant que l'AANA a obtenu, en juillet 2024, la labellisation "RSE-Engagé - niveau confirmé" par l'AFNOR.

Une reconnaissance du travail mené en interne depuis plusieurs années, et de la volonté de faire vivre nos valeurs - **le collectif, l'innovation et le goût** - au travers d'actions concrètes, mesurables et adaptées à notre mission.

#### CETTE DYNAMIQUE NOUS POUSSE À ALLER PLUS LOIN :

à écouter encore davantage nos parties prenantes, à intégrer leurs attentes dans notre stratégie, et à faire de la RSO un **fil conducteur** durable et évolutif de notre fonctionnement comme de nos projets.



Remise officielle du Label Afnor le 16 octobre 2024, en présence de Muriel Lacroix, Déléguée régionale Afnor, Amélie Perret d'Episol, Jean-Pierre Raynaud, Président de l'AANA, Lydia Héraud, Conseillère Régionale, Brigitte Bonnet et Julien Toueille de l'AANA. ©JF/AANA

# NOTRE DÉMARCHE RSO EN 3 PILIERS

## NOTRE RAISON D'ÊTRE

01

**Fédérer** les acteurs de l'alimentation de Nouvelle-Aquitaine pour préserver les terroirs, **valoriser** les filières et les savoir-faire, et **anticiper** les grands enjeux de l'alimentation de demain. L'AANA agit comme un moteur collectif, au service des secteurs agricole, agroalimentaire, maritime et viticole, du local à l'international.

Cette raison se retrouve dans la signature RSO de l'AANA :

Nourrissons *ensemble* un futur durAble

## NOS 3 VALEURS



### LE COLLECTIF

C'est l'ADN de l'AANA. Un esprit d'équipe, de coopération et de transversalité, entre collaborateurs, filières, interprofessions, partenaires et institutions.



### L'INNOVATION

Être connecté aux tendances, proactif et ouvert à de nouveaux champs d'action. L'AANA se positionne comme une plateforme agile, en veille constante.



### LE GOÛT

Le goût des produits, du terroir, mais aussi du travail bien fait et de l'ouverture aux autres. Le goût est à la fois valeur culturelle et moteur de transmission.

02

## NOS 3 AXES STRATÉGIQUES

### S'APPUYER

sur une équipe engagée

Faire vivre la RSO au sein de l'Agence, en associant tous les collaborateurs autour d'une Team RSO active et motivée.

### MAINTENIR

un ancrage territorial fort

Être l'ambassadeur des produits de Nouvelle-Aquitaine, accompagner les filières dans leurs projets de développement et soutenir la création de valeur dans les territoires.

### DÉVELOPPER

une communication responsable

Informar, sensibiliser et fédérer autour d'une alimentation de qualité, durable et accessible, via des messages clairs, pédagogiques et porteurs de sens.

03

## EN CHIFFRES

### REMONTÉES DES PARTIES PRÉNANTES ENREGISTRÉES



**59** DONT **98,5%**  
DE REMONTÉES POSITIVES

### FORMATION DES SALARIÉS EN NOMBRE D'HEURES CUMULÉES



**88** HEURES

### IMPACT DES DÉPLACEMENTS DES SALARIÉS EN 2024



**23,13** TONNES  
ÉQ CO<sub>2</sub>

### ANCIENNETÉ MOYENNE DANS LA STRUCTURE



**7,72** ANS

### TAUX D'ABSENTÉISME

**19** JOURS  
EN 2024

### TAUX DE FIDÉLITÉ DE PARTICIPATION AU SALON DES ENTREPRISES



**60%**

### IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION



**755,43** TONNES  
EN CO<sub>2</sub> EN 2024

Retrouvez notre engagement  
RSO et plus de chiffres sur LAB



### EPI'SOL & LA CANTINE

Dans le cadre de sa démarche RSO (Responsabilité Sociétale des Organisations), l'AANA s'est engagée auprès de 2 associations pour permettre au plus grand nombre d'accéder à une alimentation de qualité, saine et locale.

Epi'sol est une épicerie solidaire située à Pessac (33) et née en 2013 grâce à un collectif de citoyens et d'associations Pessacais. La Cantine, elle, se situe à Poitiers (86) et a vu le jour en 2022. Cette cantine solidaire et participative est avant tout un lieu de rencontres et d'échanges ouvert à tous.

# IMPULSER

LES RÉFLEXIONS ET LES PROJETS  
COLLABORATIFS SUR L'ALIMENTATION DE DEMAIN

## LES PROJETS DE COOPÉRATION

### 01 LE PROJET DEMAIN

Ce projet initié dans le cadre du programme Erasmus+, visait à promouvoir les échanges et la formation continue des acteurs de la filière viticole à l'échelle européenne en intégrant la transition agroécologique.



Démarré en 2021, ce projet triennal s'est clôturé en juin 2024. Piloté par l'AANA, il regroupait des partenaires de 5 pays européens :

-  FRANCE : AANA (chef de file) et EPLEFPA Bordeaux, Gironde.
-  ESPAGNE : Université de León.
-  ITALIE : Institut d'Instruction Supérieur de "Duca degli Abruzzi".
-  PORTUGAL : Institut Polytechnique de Beja.
-  ROUMANIE : Université de Galati.

Le budget total alloué au projet s'élevait à 389 763 euros.

Pour marquer la conclusion de ce projet, deux événements majeurs ont été organisés :

**CONFÉRENCE DE CLÔTURE** : tenue le 26 juin 2024 à l'Hôtel de Région, elle a rassemblé l'ensemble des partenaires du projet pour présenter les résultats et échanger sur les perspectives.

**MASTERCLASSES** : le 27 juin 2024, lors de Bordeaux Fête le Vin, des sessions dédiées aux vins des régions partenaires ont été animées sur le Pavillon des Vins de Nouvelle-Aquitaine, renforçant ainsi la visibilité des productions locales et européennes.

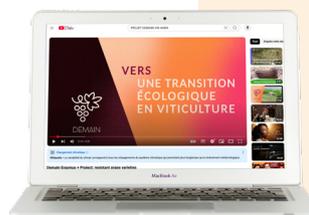


### LES LIVRABLES DU PROJET

Deux guides ont été élaborés dans le cadre du projet DEMAIN :

- 1 - Guide des bonnes pratiques agroécologiques en viticulture : disponible en français et en anglais, ce document recense des techniques et recommandations pour une viticulture durable.
- 2 - Guide de prévention des risques professionnels : destiné aux employeurs et aux ouvriers agricoles, il est disponible en anglais et en arabe, offrant des conseils pour assurer la sécurité et le bien-être au travail.

Des tutos pédagogiques en vidéo ont été également réalisés autour de bonnes pratiques pour la viticulture de demain.





## 02 ENJOY - EUROFOODART

En 2024, l'AANA a remporté un programme triennal de promotion dans le cadre de l'appel à projets européen "Enjoy it's from Europe" (ligne 1144), cofinancé à 80% par la Commission européenne pour un budget total de 1,6 million d'euros.

Ce projet, intitulé "L'excellence européenne est un ART", met en lumière des produits d'exception issus de deux territoires.

Pour l'occasion, la Nouvelle-Aquitaine s'associe à la Wallonie, représentée par l'APAQ-W (Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité).



Découvrez les filières et produits néo-aquitains qui participent au programme Enjoy sur [EuroFoodArt.eu](https://EuroFoodArt.eu)

En Nouvelle-Aquitaine, les produits mis en lumière sont :

- L'Agneau de lait des Pyrénées IGP et Label Rouge
- L'Agneau du Limousin IGP
- Le Porc du Limousin IGP
- Le Veau du Limousin IGP
- L'Armagnac AOC/IG



Guillaume Sanchez, chef étoilé, est l'ambassadeur des produits régionaux du projet. © Pierre Frey.

### Les temps forts 2024

#### Mise en avant sur le Salon Omnivore Paris

8-10 septembre 2024

Animations et dégustations pendant 3 jours, show culinaire par Romain Leboeuf - Meilleur Ouvrier de France, atelier de mixologie autour de l'Armagnac pour valoriser les produits régionaux du projet.

#### Journées de dégustation en point de vente

18 "tasting days" organisées par l'ODG Limousin Promotion, grâce à des dégustations en grandes surfaces et chez des artisans bouchers.

#### Un voyage ambassadeur avec le chef Guillaume Sanchez

Séjour immersif en Nouvelle-Aquitaine avec des visites d'élevages, de coopératives, soirée de la Flamme de l'Armagnac, la mise en valeur des savoir-faire traditionnels et pratiques durables à travers la création de contenus inspirants par le chef étoilé.

Voir les vidéos



#### "ENJOY IT'S FROM EUROPE"

est un programme de promotion piloté par la Commission européenne.

Il vise à :

- 1 - Informer les consommateurs sur les labels de qualité européens
- 2 - Lutter contre les usurpations d'origine
- 3 - Renforcer la présence des produits agricoles de l'UE sur les marchés cibles
- 4 - Financer des actions concrètes (salons, dégustations, relations presse, supports pédagogiques...)

**1 À 3 ANS**  
DURÉE DES PROJETS

**80%** COFINANCEMENT DE L'UNION EUROPÉENNE

## LES PROJETS À SUIVRE

### 03 DISTILL'INNO

En 2024, l'AANA a obtenu un nouveau projet Erasmus+ : Distill'Inno.

Ce projet sur 3 ans et d'un montant de 250 000€ permet à des élèves de valoriser les ressources naturelles locales à travers la distillation et en développant leur créativité.

Les partenaires du projet sont :

- FRANCE** : Lycée professionnel agricole Le Renaudin (Jonzac), l'AANA & l'Université des Senteurs et des Saveurs (Forcalquier)
- ITALIE** : Institut d'instruction Supérieur de "Duca degli Abruzzi di Elmas".
- PORTUGAL** : Institut Polytechnique de Portalegre & l'Agence de développement du Concelho.

**DISTILL  
INNO**



#### VERS 2025

Un projet a été imaginé en 2024 pour un dépôt et une réponse en 2025 :

- 1 - FOOD SOLIDARITY - UNE AUTRE FORME DE SOLIDARITÉ ALIMENTAIRE**, projet écrit pour Episol (réponse en Juillet 2025)



### 04 LE LAB ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE

UN CENTRE DE RESSOURCES COLLABORATIF AU SERVICE DES PROFESSIONNELS



#### OBJECTIFS

- Mettre à disposition des professionnels une plateforme de veille, d'information et de mise en réseau autour de l'alimentation
- Faciliter l'accès aux ressources utiles, aux événements BtoB et aux outils proposés par l'AANA
- Fédérer une communauté d'acteurs engagés dans la construction d'une alimentation durable et régionale



#### CIBLES

- Entreprises agroalimentaires, viticoles et maritimes
- Collectivités, acheteurs, interprofessions
- Réseaux professionnels, clusters, porteurs de projets

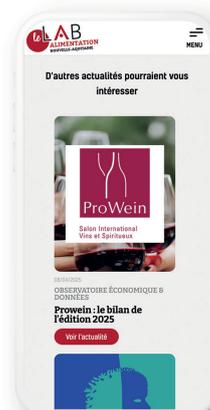
#### Un outil vivant, au service du quotidien des pros

En 2024, le Lab a continué à s'imposer comme une plateforme incontournable pour les professionnels de l'alimentation en Nouvelle-Aquitaine.

Pensé comme un centre de ressources dynamique, il centralise informations, formations, actualités, contacts et événements.

#### LE LAB, C'EST :

- 1 ACTUALITÉ** PUBLIÉE CHAQUE JOUR
- +100 ÉVÉNEMENTS BTOB** RÉFÉRENCÉS DANS L'AGENDA
- 50 WEBINAIRES EN LIGNE** EN LIGNE, EN ACCÈS LIBRE
- 8 000 PROFESSIONNELS** EN LIGNE, EN ACCÈS LIBRE





## RÉSULTATS

- Un public en croissance constante
  - Une communauté collaborative qui approche les
- 1 000 UTILISATEURS RÉGULIERS**
- 84 000 VISITEURS EN 2024**  
(VS 27 000 EN 2023)  
POUR 125 000 PAGES VUES
- Le site continue de gagner en notoriété comme en utilité !

## LES LIVRABLES DU PROJET



- En coulisses : de nouveaux outils en préparation.
- L'équipe du Lab a travaillé tout au long de l'année à la préparation de nouveaux modules qui seront lancés dès le 1<sup>er</sup> semestre 2025 :
- Un espace dédié à l'AANA, regroupant ses services et ressources,
  - Un simulateur de services personnalisé selon les profils utilisateurs,
  - Un *chatbot* d'orientation pour guider les visiteurs dans leurs démarches,
  - Et un *lifting* complet du site, pour une navigation encore plus fluide.

# 05

## LES RENCONTRES DE L'ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE



### OBJECTIFS

- Nourrir la réflexion collective sur l'alimentation de demain
- Mettre en lien chercheurs, praticiens et acteurs de terrain
- Partager des initiatives inspirantes autour de l'éducation à l'alimentation, du goût et du bien manger



### CIBLES

- Professionnels de l'alimentation, de l'éducation et de la santé
- Collectivités, établissements scolaires, associations
- Grand public via les formats digitaux

### Des échanges pour faire évoluer les regards

L'édition 2024 des Rencontres s'est tenue le 23 novembre aux Grottes de Lascaux, un lieu hautement symbolique pour explorer les racines culturelles de notre alimentation.

2 conférences ont structuré cette journée :

- "Comment notre histoire oriente nos choix alimentaires ?" avec un regard historique sur les pratiques alimentaires et leur transmission.
- "Quels sont les enjeux de l'éducation à l'alimentation ?" pour mener une réflexion sur la construction du goût, des habitudes et des choix éclairés dès le plus jeune âge.



## RÉSULTATS

- 8 INTERVENANTS MOBILISÉS**  
(CHERCHEURS, PROFESSIONNELS, ACTEURS DE TERRAIN)
- 65 PARTICIPANTS**  
RÉUNIS SUR PLACE
- 92 800 VUES CUMULÉES**  
SUR LES 4 CONTENUS DIFFUSÉS  
(CONFÉRENCES + REPORTAGES)



À retrouver sur Youtube

### DEUX REPORTAGES POUR ILLUSTRER DES SOLUTIONS CONCRÈTES

Pour prolonger les réflexions abordées lors des conférences, deux reportages ont été réalisés afin de mettre en lumière des initiatives régionales exemplaires, ancrées dans leur territoire et porteuses de sens.

#### Cantine bio labellisée à Montignac (Dordogne)

Ce reportage met en avant le collège Yvon Delbos, dont la cantine a obtenu le label « Excellence » délivré par Ecocert. L'établissement propose des repas 100% bio, faits maison, préparés par une équipe de trois chefs engagés.

L'approvisionnement local est privilégié grâce à une collaboration directe avec les producteurs du territoire.

L'exemple illustre concrètement la possibilité d'une restauration scolaire durable, exigeante et accessible.

#### Restaurant Marie Curry (Bordeaux)

Implanté à Bordeaux, Marie Curry est une entreprise sociale et solidaire agréée ESUS. Elle accompagne l'insertion professionnelle des femmes réfugiées et immigrées dans le secteur de la cuisine. Le reportage suit plusieurs cheffes issues de divers horizons culturels (Réunion, Congo, Maurice, Brésil), qui transmettent leurs traditions culinaires à travers des menus renouvelés régulièrement.

Ce projet incarne une alimentation ouverte sur le monde, inclusive et résolument humaine.

# SOUTENIR

## LES DÉMARCHES QUALITÉ DES FILIÈRES RÉGIONALES



### OBJECTIFS

- Accompagner les filières dans leurs démarches de reconnaissance en SIQO ou consolidation des cahiers des charges existants
- Renforcer la structuration des filières et intégrer les enjeux RSE
- Fédérer les ODG et favoriser les échanges inter-filières



### CIBLES

- Organismes de Défense et de Gestion (ODG)
- Filières agricoles et agroalimentaires
- Acteurs de la recherche et de la formation
- Pouvoirs publics et institutions nationales

## ACCOMPAGNEMENT DE DÉMARCHES SIQO

### IGP TOMATE DE MARMANDE

L'Agence poursuit son soutien à l'AIFLG (Association des fruits & Légumes du Lot-et-Garonne) dans l'élaboration du dossier de demande de reconnaissance en IGP.

Pour rappel, la demande porte sur la tomate fraîche de bouche et sur la tomate destinée à l'industrie déclinée en 4 produits (tomates entières pelées, pulpe de tomate, purée de tomate, concentré de tomate et jus de tomate).

Après avoir conforté les itinéraires techniques et les étapes d'élaboration de ces différents produits, le travail a porté sur la construction de la note de présentation et de motivation, reprenant tous les éléments de notoriété et d'antériorité de la dénomination « Tomate de Marmande ».

Un cahier des charges complet, assorti de cette note, a été déposé pour une première étude auprès de la délégation territoriale Nouvelle-Aquitaine de l'INAO, le 17 décembre 2024.

### IGP SAFRAN DE L'ANGOUMOIS

En 2024, l'association Champniers Safran a sollicité l'expertise de l'AANA pour être accompagnée dans une démarche inédite en France de reconnaissance en IGP. Ce projet de valorisation du Safran de l'Angoumois s'inscrit dans une dynamique territoriale forte, portée par une structure motivée à devenir Organisme de Défense et de Gestion (ODG).

L'AANA a apporté un appui méthodologique pour le choix du SIQO le plus pertinent, la planification des étapes à suivre et la construction du futur dossier de demande.

Plusieurs travaux ont été menés en parallèle :

- une étude de marché visant à dresser un état des lieux économique de la filière et à évaluer les débouchés ouverts par l'obtention d'un SIQO,
- une collaboration avec Agrotech pour identifier les caractéristiques organoleptiques du produit récolté fin 2024.

Ces premières actions constituent un socle solide sur lequel l'AANA va s'appuyer pour structurer un contenu de dossier cohérent, argumenté et adapté aux attentes de l'INAO. Ce projet illustre la volonté de l'AANA de soutenir l'émergence de nouvelles filières de qualité, même à petite échelle, dès lors qu'elles portent une ambition collective et territoriale.



Déjà auréolée d'un Label Rouge sur la Tomate, l'AIFLG se tourne vers une IGP Tomate de Marmande. ©AIFLG



# ANIMATION COLLECTIVE & SENSIBILISATION À LA RSE

## GRUPE DE TRAVAIL "PRODUCTIONS VÉGÉTALES" FEDELIS

L'AANA est impliquée depuis novembre 2023, dans un groupe de travail sur les filières végétales au sein de Fedelis.

Elle a mobilisé des filières végétales sous SIQO de Nouvelle-Aquitaine pour rejoindre le groupe de travail (Qualité Landes, AIFLG, Syndicat du pruneau d'Agen) dont les travaux 2024 ont permis :

- un partage d'expérience sur le suivi de la qualité supérieure en Label Rouge et les modalités de suivi des caractéristiques organoleptiques en IGP,
- une réflexion sur la gestion des variétés et l'intégration des nouvelles variétés dans les cahiers des charges,
- un échange sur les difficultés rencontrées par les filières en lien avec les aléas climatiques,
- un travail sur la durabilité (comment valoriser les éléments de durabilité qui existent déjà dans les cahiers des charges).



Le groupe de travail s'est retrouvé lors du Salon International de l'Agriculture à Paris.

## RENDEZ-VOUS DE LA QUALITÉ

### les Rendez-vous DE LA QUALITÉ

Un nouveau Rendez-vous de la Qualité s'est tenu le 21 novembre 2024.

Forte de sa labellisation « RSE-Engagée, niveau confirmé », l'AANA a souhaité sensibiliser ses parties prenantes aux enjeux de la RSE à travers des témoignages croisés de filières et entreprises impliquées dans cette démarche : Coopération Agricole Nouvelle-Aquitaine, Jambon de Bayonne IGP, Canard à foie gras du Sud-Ouest IGP, Aqualande, Caves de Rauzan.



*Les témoignages étaient très concrets et diversifiés (avec beaucoup d'explications).*

Joachim Havard  
de l'INAO

*Notre approche RSE est en cours en interne mais j'ai noté quelques exemples concrets à travers les différents témoignages de ces Rendez-vous*

Flora Delouineau  
pour l'entreprise Loel et Piriot.



## RÉSULTATS

**2** FILIÈRES ACCOMPAGNÉES  
VERS UN SIQO

**1** GROUPE DE TRAVAIL  
FEDELIS DYNAMISÉ

**1** RENDEZ-VOUS DE LA QUALITÉ  
SPÉCIAL RSE AVEC

**23** PARTICIPANTS  
RÉUNIS SUR PLACE



# DÉVELOPPER

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

En 2024, l'AANA a poursuivi sa stratégie de communication grand public en activant de nombreux leviers de communication visant à valoriser le patrimoine gastronomique régional, à renforcer la notoriété des produits et à favoriser leur appropriation par les consommateurs.



### LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION COLLECTIVE SAISONNIÈRE



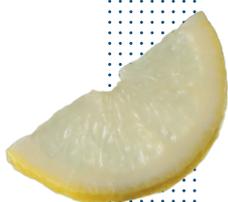
#### OBJECTIFS

- Créer un territoire d'expression cohérent autour des produits de Nouvelle-Aquitaine
- Renforcer la préférence de marque et déclencher l'acte d'achat
- Toucher un large public tout en assurant une récurrence des messages dans l'année



#### CIBLES

- Le grand public, les consommateurs
- Cœur de cible : 30-50 ans, en Nouvelle-Aquitaine et Île-de-France



# LES 4 VAGUES SAISONNIÈRES

du 15 au 29  
AVRIL

## PRINTEMPS 01

### PRODUITS

Aillet de Nouvelle-Aquitaine, Asperge du Blayais IGP, Bœuf Limousin Label Rouge, Carotte des Sables des Landes, Chabichou du Poitou AOP, Échalion du Poitou, Fleur de Sel de l'Île de Ré IGP, Fraise Label Rouge, Huile de Noix du Périgord AOP, Noisette de Cancon, Pomme de terre de l'Île de Ré IGP, Poulet Fermier des Landes IGP Label Rouge, Sel de Salies-de-Béarn IGP, Vins de Bergerac-Duras AOP.

### CANAUX

M6 replay & TV segmentée, Presse culinaire (magazine Marmiton), Social media (Facebook, Instagram), Podcast, Co-branding Sud-Ouest, Marmiton.fr



BUDGET  
ACHAT MÉDIA

56 K€

RÉSULTAT **+19 M** de vues

### UN PARTENARIAT marmiton

4 recettes régionales mettant en lumière + de 40 produits régionaux en co-branding avec Marmiton, plateforme culinaire de référence.

Ces recettes ont été valorisées à travers des articles sponsorisés, des vidéos recettes & réels, du display web & mobile, une mise en avant dans la newsletter Marmiton, et sur leurs différents réseaux sociaux (TikTok, Instagram, Facebook).

### RÉSULTATS

**1 MILLION** D'IMPRESSIONS **27 159** CLICS GÉNÉRÉS

Pic d'engagement en hiver (+474K impressions sur une seule recette festive). Ce partenariat a renforcé la présence digitale des produits régionaux auprès d'une communauté engagée de passionnés de cuisine.

### PRODUITS

Bœufs de Qualité, Cognac AOC, Fleur de Sel de l'Île de Ré IGP, Magret de canard du Sud-Ouest IGP, Maigre, Merlu, Melon du Haut-Poitou IGP, Ossau-Iraty AOP, Piment d'Espelette AOP, Sel de Salies-de-Béarn IGP, Thon, Tomate Label Rouge.

### CANAUX

Affichage urbain, Social media (Facebook, Instagram), YouTube, Presse culinaire (Régal, MaxiCuisine), Podcast, Co-branding Sud-Ouest, Marmiton.fr



BUDGET ACHAT  
MÉDIA

63 K€

RÉSULTAT  
**+41 M**  
de vues

du 27  
JUIL.  
au 11  
AOÛT

## ÉTÉ 02



## PRODUITS

Agneau de lait des Pyrénées IGP Label Rouge, Haricots maïs du Béarn, Huître Marennes Oléron IGP Label Rouge, Jambon de Bayonne IGP, Kiwi de l'Adour IGP Label Rouge, Noisette de Cancon, Noix du Périgord AOP, Piment d'Espelette AOP, Pomme du Limousin AOP, Pruneau d'Agen IGP, Vins de Bordeaux AOC.

## CANAUX

M6 replay & TV segmentée, Social media (Facebook, Instagram), Podcast, Presse culinaire (Petits Plats, CuisineAZ), Co-branding Sud-Ouest, Marmiton.fr



BUDGET ACHAT MÉDIA **56 K€**

RÉSULTAT **+17 M** de vues

# 03

## AUTOMNE

du 27 au 04 OCT. NOV.



du 16 au 31 DÉC.

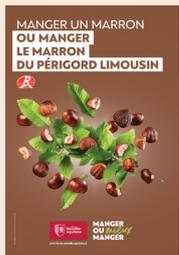
# 04

## PRODUITS

Agneaux de Qualité, Caviar d'Aquitaine IGP, Armagnac AOC, Chapon Fermier des Landes IGP Label Rouge, Foie Gras de canard du Sud-Ouest IGP, Huître Marennes Oléron IGP Label Rouge, Kiwi de l'Adour IGP Label Rouge, Marron Label Rouge, Sel de l'Île de Ré IGP.

## CANAUX

Affichage 4x3 dans le métro/RER parisien, Social media (Facebook, Instagram, Tiktok, Twitch), YouTube, Presse culinaire (Saveurs), Podcast, Co-branding Sud Ouest, Marmiton.fr



BUDGET ACHAT MÉDIA **77 K€**

RÉSULTAT **+71 M** de vues

## PODCAST "MANGER OU MIEUX MANGER"

En 2024, l'AANA a poursuivi sa série de podcasts valorisant les produits, les filières et les savoir-faire régionaux, avec une approche humaine et immersive.

Les 4 nouveaux épisodes ont mis en lumière :

La Tomate Label Rouge du Lot-et-Garonne, le Bœuf bio Limousin, le Beurre AOP Charentes-Poitou et le Sel & fleur de sel de l'Île de Ré qui a récemment obtenu son IGP.

RÉSULTATS **10,5 MILLIONS D'IMPRESSIONS**

**+35 000 ÉCOUTES RÉELLES**  
OBJECTIF DÉPASSÉ DE **+138%**

Le podcast s'impose comme un levier original et efficace pour sensibiliser à la richesse des productions régionales, en donnant la parole aux femmes et aux hommes qui font la fierté de notre agriculture locale.



## RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE

# 100% DES OBJECTIFS ATTEINTS ET DÉPASSÉS SUR CHAQUE VAGUE



Nous sommes vraiment ravis de faire partie de ce merveilleux dispositif et tenons à vous remercier. Nous allons pleinement le relayer sur nos différents réseaux sociaux en suivant vos recommandations.

Des réels et publications sur certaines actions, comme l'affichage dans Paris que nous photographierons, seront également réalisés.

Laura Vitrac,  
pour la communication  
du Caviar d'Aquitaine

Une nouvelle fois, merci pour cette belle mise en avant, le résultat est vraiment superbe.

Alexandra Teixeira,  
Chargée de communication  
pour le Comité Régional de la Conchyliculture  
Arcachon Aquitaine

C'est une très belle mise en avant, j'espère que ça fera saliver les Parisiens! Belle opé!

Pierre Blancher,  
Chargé de Promotion Qualité Landes



Cette campagne illustre la capacité de l'AANA à structurer une stratégie de notoriété à l'échelle régionale et nationale, avec un mix média performant et une visibilité continue toute l'année.

# LE DIGITAL AU SERVICE DU COLLECTIF



## OBJECTIFS

- Valoriser les filières, les entreprises et les produits régionaux auprès du grand public
- Diffuser une image moderne, accessible et qualitative de l'alimentation en Nouvelle-Aquitaine
- Créer de l'interaction, de la visibilité et de l'engagement via des contenus éditoriaux et immersifs
- Renforcer l'impact des campagnes collectives et des temps forts de l'année



## CIBLES

- Consommateurs en Nouvelle-Aquitaine et hors région
- Amateurs de cuisine, de produits de terroir, de gastronomie durable
- Acteurs relais : créateurs de contenus food, médias, chefs

01

## LE NOUVEAU SITE GRAND PUBLIC EST EN LIGNE !

Lancé en novembre 2024, le site [www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr) fait peau neuve. Il offre une navigation immersive, un design repensé et une ligne éditoriale riche et inspirante, au service de la diversité des productions régionales.



*Au-delà des produits régionaux, nous voulions partir à la rencontre des hommes et des femmes qui façonnent les paysages et défendent la gastronomie locale et le manger vrai.*



Julie Faurel,  
Responsable du Pôle digital de l'AANA



## OBJECTIF PRINCIPAL

Mettre en avant les filières, les producteurs, les entreprises et les produits de Nouvelle-Aquitaine, tout en défendant une consommation locale, de saison, de qualité et gourmande.

## CE QUI CHANGE

- Un site conçu selon des principes de sobriété numérique et d'éco-conception.
- Une nouvelle signature éditoriale puissante : "Terre(s) Gourmande(s)".

## AU MENU

Des fonctionnalités ludiques (comme le calendrier des produits de saison, l'agenda des rendez-vous gourmands, des quiz interactifs);

une expérience immersive avec des reportages, témoignages, contenus transmédia; une carte interactive pour localiser les producteurs près de chez soi...

## UN LANCEMENT INNOVANT

L'AANA a mis en œuvre un plan de communication innovant comprenant notamment 6 vidéos en motion design valorisant les rubriques du site (diffusées sur Facebook, Instagram, YouTube), 1 réel en réalité augmentée avec des produits 3D géolocalisés en Région (en partenariat avec @bullecrea), un partenariat éditorial avec Sud-Ouest: bannières, page print "Grand angle", publi-reportage web, publication sponsorisée Facebook.

Bienvenue en Terre(s) Gourmande(s):  
nouveau site, nouvelle signature.



## 02 UNE PRÉSENCE DIGITALE EN FORTE CROISSANCE

En 2024, l'AANA a poursuivi le développement de sa stratégie digitale en s'appuyant sur un socle éditorial solide, une animation régulière des réseaux sociaux et des activations créatives.

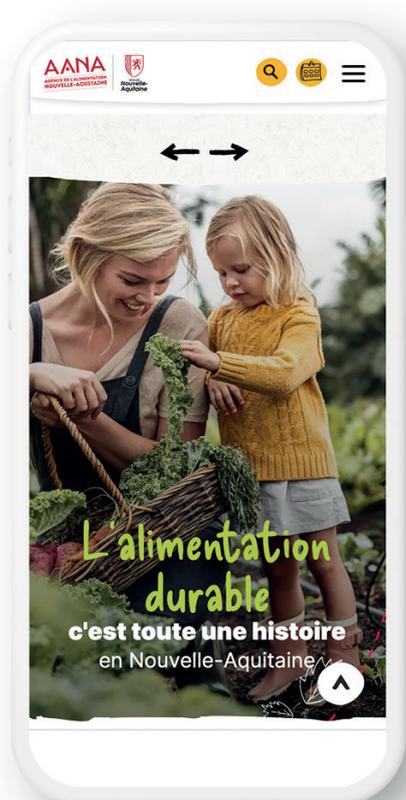
L'année a été marquée par :

- Des formats immersifs : vidéos, réels, animations, quiz,
- Des contenus collaboratifs : partenariats médias, influenceurs, créateurs de contenus food,
- Une approche orientée utilisateur : une tonalité engageante, la saisonnalité et la proximité.



L'AANA a développé de nombreux partenariats avec des créateurs de contenus, comme ici, avec @sarahatouille et Julie Defaye qui ont imaginé des recettes simples et gourmandes avec les produits de Nouvelle-Aquitaine.

## 03 CHIFFRES CLÉS 2024



VISITES SITE WEB  
**192 000**  
+13 % vs 2023



FACEBOOK  
**19 640** FANS  
+16 % vs 2023



INSTAGRAM  
**10 000** ABONNÉS  
+73 % vs 2023



YOUTUBE  
**1 730** ABONNÉS  
+215 % vs 2023



CRÉATEURS DE CONTENU  
FOOD

**10** COLLABORATIONS

**+630 000**  
IMPRESSIONS

**11** RÉELS

**+4 500**  
INTERACTIONS

**665 109** VUES  
+215 % vs 2023

**7 600 H**  
DE VISIONNAGE  
+100 % vs 2023



## LES RELATIONS PRESSE



### OBJECTIFS

- Valoriser les actions, les produits et les événements portés par l'AANA
- Renforcer la notoriété de l'alimentation régionale dans les médias
- Maintenir une présence régulière dans la presse régionale et nationale



### CIBLES

- Médias généralistes et spécialisés (agroalimentaire, viticulture, gastronomie)
- Presse écrite, rédactions web, TV, radio
- Professionnels & grand public

En 2024, l'AANA prend la parole à **24 reprises** avec **22 communiqués** de presse et **2 dossiers de presse** (Salon International de l'Agriculture et So Innovation/SIAL).



L'AANA a organisé une conférence de presse en octobre 2024, à l'Hôtel de Région, pour faire découvrir aux journalistes les produits sélectionnés dans le cadre de So Innovation et présenter le dispositif régional en vue du SIAL Paris.

## RÉSULTATS

Source: LuQi

**+460** RETOMBÉES MÉDIAS dans 137 supports différents  
Soit 187 pages publiées et 10h59 d'antenne

VALEUR MÉDIA ESTIMÉE  
**1,5** MILLION D'EUROS

OCCASIONS D'ÊTRE VU (ODV)  
**443** MILLIONS

### PAR TYPE DE MÉDIA



#### PRESSE

**162** retombées  
**45,9 M** ODV  
**678 589 €**



#### INTERNET

**144** retombées  
**396,6 M** ODV  
**648 239 €**



#### RADIO

**123** retombées  
**383 K** ODV  
**111 310 €**



#### TV

**31** retombées  
**128 K** ODV  
**43 262 €**



## ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC



### OBJECTIFS

- Offrir aux filières et aux producteurs régionaux des occasions de rencontre directe avec les consommateurs
- Sensibiliser le grand public aux enjeux d'une alimentation durable et de valoriser les produits de Nouvelle-Aquitaine



### CIBLES

- Le consommateur grand public, notamment urbains et familles
- Jeunes publics et scolaires
- Prescripteurs (chefs, journalistes, influenceurs)
- Acteurs des filières agroalimentaires régionales

En 2024, l'AANA a participé à **5 opérations grand public majeures**, représentant au total **28 jours de présence terrain**.

Ces événements ont permis d'installer des espaces immersifs autour de la gastronomie régionale, associant démonstrations culinaires, ateliers de dégustation, animations ludiques et temps d'échanges avec les producteurs.

## LES ÉVÉNEMENTS 2024 À LA CARTE

CONCOURS  
NATIONAL  
LIMOUSIN

13 - 15  
SEPT.

**CONCOURS NATIONAL  
LIMOUSIN - LA SOUTERRAINE**  
En collaboration avec l'OS Limousine

SALON  
INTERNATIONAL  
L'AGRI  
CULTURE

24 FÉV.  
3 MARS

**SALON INTERNATIONAL  
DE L'AGRICULTURE**  
PARIS

Péri-  
meuh

27 - 29  
SEPT.

**PÉRI'MEUH**  
PÉRIGUEUX

LYON  
STREET  
FOOD  
FESTIVAL

13 - 16  
JUIN

**LYON STREET FOOD  
FESTIVAL**  
LYON

salon  
agriculture  
nouvelle-aquitaine

18 MAI  
2 JUIN

**SALON DE L'AGRICULTURE  
NOUVELLE-AQUITAINE**  
BORDEAUX



### LES NOUVEAUTÉS MARQUANTES

- Le Comptoir, inauguré au Salon International de l'Agriculture de Paris. Cet espace, dédié aux filières sur plusieurs événements, leur a offert des temps de valorisation gratuits avec dégustations et recettes.
- Le dispositif « Chefs + élèves » sur le Salon de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine, en lien avec le Lycée Flora Tristan (Camblanes-33), a apporté une dimension pédagogique et RSO forte.
- Une incursion hors région au Lyon Street Food Festival a permis d'aller à la rencontre d'un nouveau public dans un format moderne et convivial.



### FOCUS ÉVÉNEMENTS

#### SALON DE L'AGRICULTURE NOUVELLE-AQUITAINE

BORDEAUX (18 MAI - 2 JUIN)

Collaboration inédite avec le Lycée Flora Tristan : 9 élèves ont été intégrés à la brigade pour découvrir la cuisine en événementiel.

45 démonstrations culinaires avec accords mets-vins, en partenariat avec le Concours de Bordeaux-Vins d'Aquitaine, et une mise en lumière des saveurs locales renforcée grâce à un partenariat avec France Bleu Gironde.

#### LYON STREET FOOD FESTIVAL - LYON (13 - 16 JUIN)

Test d'un format street food pour séduire un public urbain hors des frontières de la Nouvelle-Aquitaine.

Un public de foodies a pu découvrir la richesse des saveurs de Nouvelle-Aquitaine à travers 4 recettes (+ de 2 000 portions vendues, réalisées par 2 chefs néo-aquitains : Kevin Roman et Élodie Pichard) et de nombreux ateliers gratuits (375 participants). Le Beurre Charentes-Poitou AOP et le Chabichou du Poitou AOP ont pu également mettre en avant leurs produits sur l'espace en partenariat avec Groot la Tourte.



Les chefs Élodie Pichard et Kevin Roman ont proposé des bouchées régionales en mode « street food ». À côté, se tenaient des ateliers pour découvrir les filières de Nouvelle-Aquitaine dont le Chabichou du Poitou et le Beurre Charentes-Poitou. ©DR AANA



*Merci pour l'accueil (...) Bel évènement. C'est une super opportunité d'avoir l'AANA pour représenter la région. (...) Et encore merci de la part du Chabichou/Mothais/Beurre.*

Alexia Col,  
Responsable Communication pour ALCO (Association  
des Coopératives Laitières)

*Un grand merci et surtout un immense bravo à vous pour cette belle manifestation.*

François Lissarague,  
Animateur pour les Viandes Limousines.

### RÉSULTATS

**28 JOURS D'OPÉRATION**  
pour aller à la rencontre  
des consommateurs et valoriser  
une alimentation durable

**128 PRODUITS**  
PRÉSENTÉS  
(dont 86 sous SIQO)

**715 000 CONSOMMATEURS**  
POTENTIELS TOUCHÉS

**30 FILIÈRES**  
PARTICIPANTES  
(dont 21 au « Comptoir »)

**+ 100 RECETTES**  
RÉALISÉES

**+ 30 ATELIERS**  
DE DÉGUSTATION

# ACCOMPAGNER

COLLECTIVEMENT LES ACTEURS RÉGIONAUX  
DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

## LE CONCOURS SAVEURS NOUVELLE-AQUITAINE

UNE VITRINE D'EXCELLENCE POUR LES PRODUITS  
ET SAVOIR-FAIRE RÉGIONAUX



### OBJECTIFS

- Valoriser la qualité et la diversité des productions agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine
- Offrir une reconnaissance professionnelle aux artisans, producteurs et entreprises engagés
- Renforcer la notoriété des produits régionaux auprès du grand public, des médias et des prescripteurs
- Dynamiser le réseau des partenaires territoriaux à travers l'organisation de sessions dans toute la région



### CIBLES

- Producteurs, artisans, coopératives, entreprises agroalimentaires régionales
- Médias, influenceurs et acteurs institutionnels
- Dégustateurs professionnels et consommateurs avertis

En 2024, 5 sessions de dégustation ont été organisées dans des lieux emblématiques, avec une logistique fine et une organisation professionnelle portée par l'équipe de l'AANA et ses partenaires.

### Chaque session repose sur :

- des dégustations à l'aveugle,
- par des jurys composés de professionnels, d'amateurs éclairés, et parfois d'influenceurs,
- un processus rigoureux d'anonymat et d'évaluation garantissant l'impartialité,

L'attribution des médailles génère une augmentation de **10 à 25 % de chiffre d'affaires des produits primés.**

### QUELQUES FAITS MARQUANTS

- Une session record à Benon (17) avec 394 produits inscrits, 71 lauréats, et une forte représentation des filières caprines et viticoles.
- À Royan (17), l'introduction des huîtres du Bassin d'Arcachon a permis d'élargir le spectre des produits maritimes valorisés.



## DES TERRITOIRES MIS EN VALEUR

### 20 JUIN – ABBAYE DE LA GRÂCE DIEU (17) :

avec le retour des Vins du Haut-Poitou et une belle mobilisation de la filière caprine grâce à la Route des Fromages de Chèvre de Nouvelle-Aquitaine, et également vinicole avec la collaboration de l'IGP Vins Charentais.

### 3 OCT. – CHÂTEAU DE MONBAZILLAC (24) :

un lieu emblématique du patrimoine historique et gastronomique, mis à disposition par les Vins de Monbazillac et avec le soutien de l'Interprofession des Vins de Bergerac-Duras (IVBD).

### 6 NOV. – PALAIS DES CONGRÈS DE ROYAN (17) :

avec l'ouverture d'une nouvelle catégorie « Huîtres du Bassin d'Arcachon ».

### 8 NOV. – HALLE IRATY DE BIARRITZ (64) :

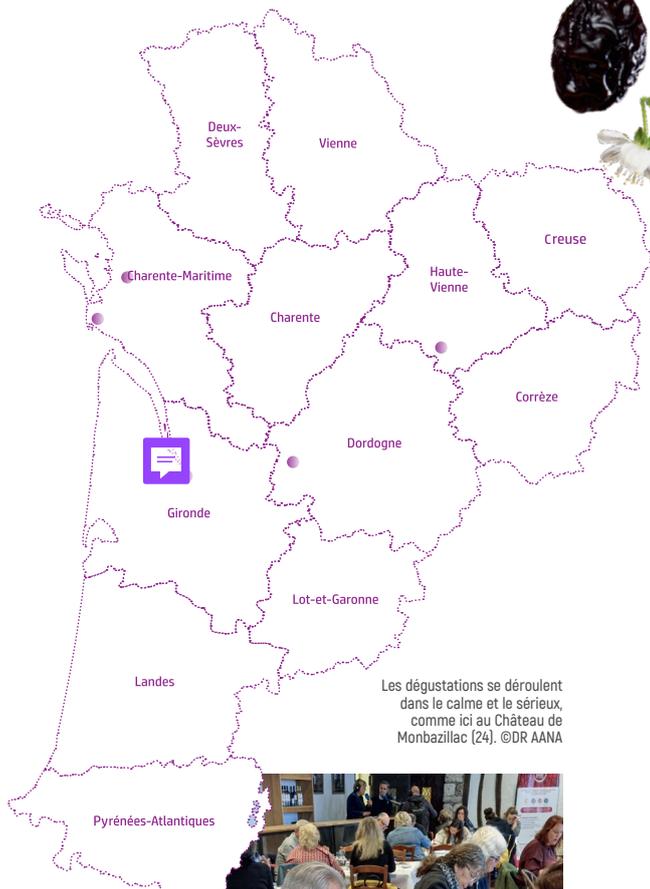
pour la session de dégustation dédiée à l'Ossau-Iraty AOP et à la baguette Herriko.

### 14 NOV. – SALLE DES CONGRÈS DE SAINT-YRIEIX-LA-PERCHE (87) :

pour les dégustations de miels en collaboration avec l'ADANA (Association de Développement d'Apiculture en Nouvelle-Aquitaine).

### 10 JANV. 2025 (session reportée) – TXITULARI À ITXASSOU (64) :

pour la dernière session de l'édition du Concours, dédiée au Piment d'Espelette AOP.



Les dégustations se déroulent dans le calme et le sérieux, comme ici au Château de Monbazillac (24). ©DR AANA

Le Concours des miels de Nouvelle-Aquitaine est réalisé en partenariat avec l'ADANA.



## ZOOM SUR LE PARTENARIAT AVEC LA RADIO FRANCE BLEU

Pour renforcer la visibilité du Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine et toucher un large public, l'AANA a renouvelé en 2024 ses partenariats avec les antennes locales de la radio France Bleu.

Ces collaborations ont permis :

- la **promotion** en amont des sessions sur les ondes régionales,
- l'**organisation de jeux-concours** pour faire gagner des places en tant que jurés et des paniers gourmands composés de produits médaillés,
- la **couverture en direct** de la session de Monbazillac sur France Bleu Périgord, et celles de Benon et Royan sur France Bleu La Rochelle, avec interviews des jurés et de l'organisation tout au long de la matinée.

Les antennes France Bleu ont été des relais précieux pour valoriser les producteurs et les produits régionaux auprès des auditeurs.

Par ailleurs, un partenariat exclusif avec France Bleu Gironde a été mené durant tout l'été. Au programme : des interviews de 3 à 5 min de producteurs et artisans primés du lundi au vendredi pendant 9 semaines **et** des paniers de produits médaillés à gagner chaque semaine.

## RÉSULTATS

 **1 268** PRODUITS DÉGUSTÉS

 **1,5 M** DE MÉDAILLES VENDUES

 **PRÈS DE 500 JURÉS**

 **206** PRODUCTEURS, ARTISANS... PRIMÉS

 **+ DE 10 À 25%** DE CHIFFRES D'AFFAIRES SUR LES PRODUITS MÉDAILLÉS

# ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES SUR LEURS MARCHÉS



## OBJECTIFS

- Favoriser le développement commercial des entreprises agroalimentaires et viticoles de Nouvelle-Aquitaine, en France et à l'international
- Renforcer leur visibilité sur des marchés ciblés et soutenir leur montée en compétence
- Créer des opportunités de rencontres commerciales avec des acheteurs, distributeurs et prescripteurs
- Promouvoir collectivement l'image de qualité des produits régionaux



## CIBLES

- Entreprises agroalimentaires et viticoles régionales
- Acheteurs professionnels (distributeurs, importateurs, retailers, enseignes)
- Partenaires de l'accompagnement économique en France et à l'international
- Grand public dans le cadre d'événements mixtes à enjeu de notoriété

## UNE STRATÉGIE MULTISUPPORT AU SERVICE DE LA COMPÉTITIVITÉ

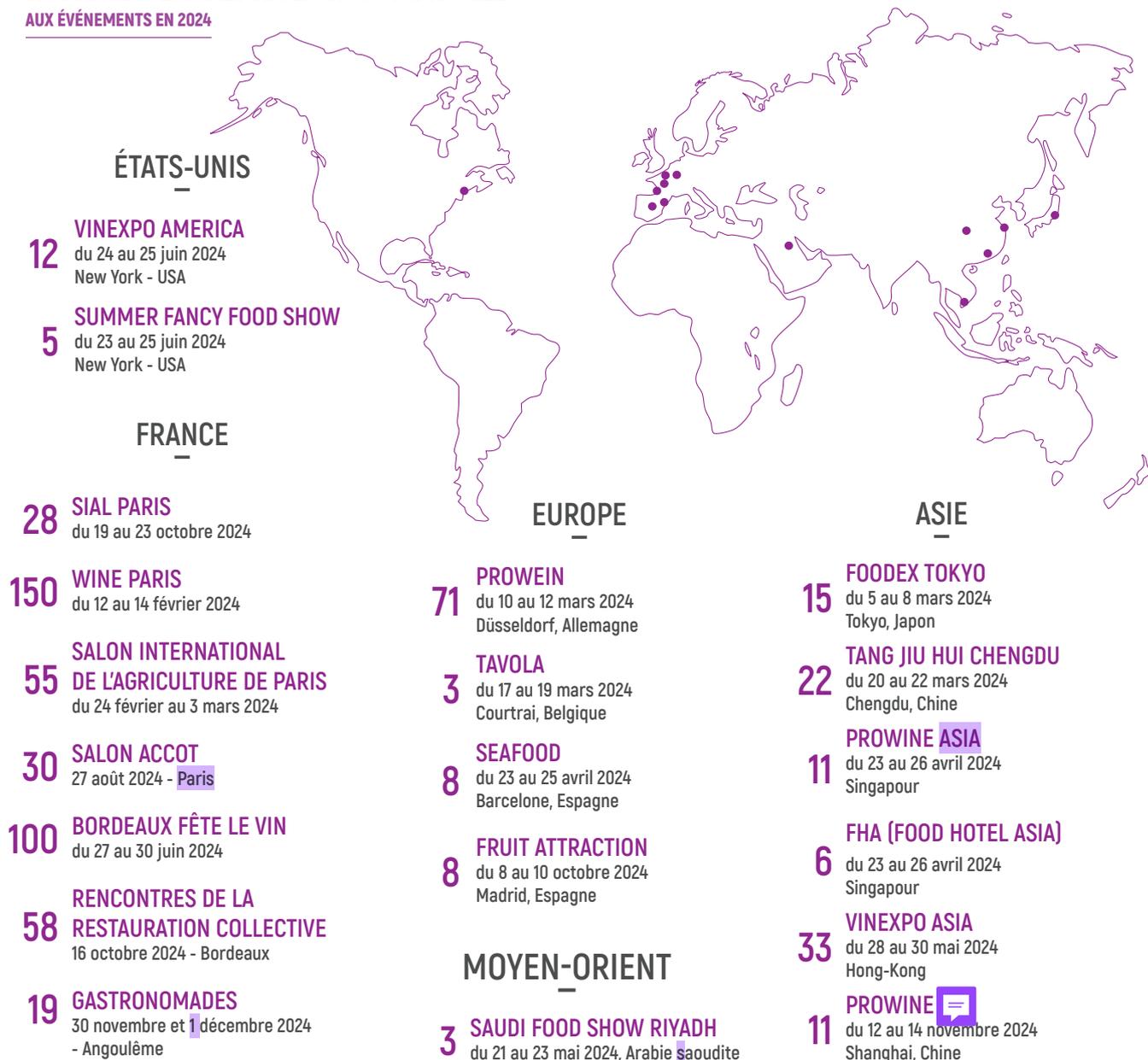
En 2024, l'AANA a structuré son accompagnement des entreprises autour d'un programme cohérent, adapté aux attentes exprimées par les entreprises et aux opportunités de marché.

Le Pôle Accompagnement des Entreprises a mobilisé un large éventail d'outils : salons BtoB, opérations à l'export, formations, masterclasses et événements RHD locaux.

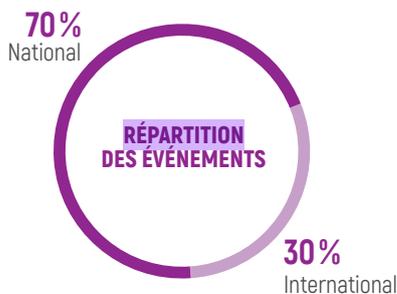


# NOMBRE D'ENTREPRISES ACCOMPAGNÉES

AUX ÉVÉNEMENTS EN 2024



## BILAN GLOBAL 2024



**21 SALONS DONT 13 À L'INTERNATIONAL**

**19 SALONS BTOB**

**2 SALONS GRAND PUBLIC**

**1 OPÉRATION BTOB EXPORT**

**495** ENTREPRISES MOBILISÉES (+18%)

**70%** DES ACCOMPAGNEMENTS SUR DES SALONS À ENVERGURE INTERNATIONALE

**13** MASTERCLASSES

**2** CYCLES DE FORMATION

## LE DIGITAL AU SERVICE DU COLLECTIF

### NOUVEAUTÉ 2024: L'ANNUAIRE VITI&ALIM NOUVELLE-AQUITAINE

Lancé fin 2024, sur le site dédié aux professionnels, LE LAB ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE, cet annuaire digital est un outil au service du développement commercial des entreprises régionales.

**Objectif:** Faciliter les connexions entre les entreprises agroalimentaires, vins & spiritueux de Nouvelle-Aquitaine et les acheteurs locaux, nationaux et internationaux, grâce à des fonctionnalités clés:

- Recherche multicritères (produits, secteurs, labels, territoires...)
- Mise en relation directe avec les commerciaux
- Vitrine gratuite pour les entreprises inscrites

#### Les avantages pour les entreprises?

- Un référencement sur le site du Lab Alimentation Nouvelle-Aquitaine
- Une visibilité supplémentaire pour les entreprises présentes sur les salons en collectif avec l'AANA
- Une visibilité accrue via les campagnes digitales de l'AANA

Cet outil BtoB contribue à renforcer la visibilité, la prospection et les opportunités de marché pour les entreprises régionales.



inscription gratuite!



### RÉSULTATS

**120** ENTREPRISES INSCRITES  
DÈS LE 1<sup>ER</sup> MOIS D'OUVERTURE

## DU LOCAL À L'INTERNATIONAL

La programmation de l'année 2024 comptait un volume d'opérations stable, comparé à 2023, en phase avec les souhaits des entreprises, les opportunités de marché identifiées et avec en point d'orgue, une collaboration renforcée avec les acteurs de l'export en région et la Team France Export.



## LA NOUVELLE-AQUITAINE: 1<sup>ÈRE</sup> RÉGION FRANÇAISE SUR LES PAVILLONS TASTE FRANCE!

Effectivement, l'AANA représente 37% du volume national des accompagnements Agrotech des entreprises via leur agence régionale.

C'est également la 1<sup>ère</sup> région française en nombre d'entreprises mobilisées sur les Pavillons Taste France des salons vins et spiritueux, un résultat historique qui s'explique par le tissu viticole majeur de notre Région. Elle gagne en 2024 la première marche du podium pour les salons agroalimentaires (ex-aequo avec l'Occitanie).

En 2024, la Nouvelle-Aquitaine est la région la plus représentée sur les Pavillons Taste France, notamment sur les salons vins et spiritueux comme ici à ProWein à Düsseldorf. © Business France

### L'EXPORT TOUR UNE TOURNÉE RÉGIONALE AU SERVICE DE L'INTERNATIONAL

Pour présenter de manière claire et collaborative l'offre d'accompagnement export 2025, l'AANA a co-organisé une tournée régionale avec la Région Nouvelle-Aquitaine, la CCI Internationale, sous la bannière Team France Export.

Cette 1<sup>ère</sup> édition s'est tenue dans 5 villes: Agen, Dax, Brive-la-Gaillarde, Saintes et Bordeaux. Elle a permis de renforcer la visibilité de l'écosystème régional à l'international. L'opération sera reconduite en 2025.



# LES ACTIONS MARQUANTES DE 2024

## L'IMPORTANCE DE LA RHD EN LOCAL

L'AANA a accompagné 30 entreprises sur le salon ACCOT (Talence - 33) et coorganisé les Rencontres de la Restauration Collective à Bordeaux, aux côtés d'InterBio Nouvelle-Aquitaine.

Ces temps forts ont favorisé les liens entre producteurs, grossistes et acheteurs publics, en facilitant l'accès aux marchés de la restauration scolaire dans le cadre de la loi Egalim.

La réunion technique autour de l'année l'ACENA permet un réel échange sur les attendus du marché public du groupement. (...) Bien que les contraintes budgétaires et les différents éléments exogènes puissent ralentir cette progression de la bio dans les cantines, le marché de la restauration collective n'est pas arrivé à maturité et offre encore de belles perspectives de développement pour nos filières locales.

Manger Bio Sud-Ouest (MBSO)



En 2024, les Rencontres Professionnelles de la Restauration Collective, en partenariat avec Interbio Nouvelle-Aquitaine, ont lieu à Bordeaux. © Bordeaux Métropole



Le Pavillon des Vins de Nouvelle-Aquitaine et ses masterclass attirent un public de plus en plus nombreux. © Pierre Frey

## BORDEAUX FÊTE LE VIN

Bordeaux  
fête le  
Vin

Cet événement grand public a réuni 80 vignerons issus de 20 appellations régionales.

Le pavillon Vins de Nouvelle-Aquitaine a enregistré 32 000 dégustations. Un record pour le Pavillon.

L'AANA a organisé 10 masterclasses pour 350 participants et co-construit l'offre du village gastronomique responsable, avec 25 enseignes sélectionnées.

## SO INNOVATION

SO  
INNOVATION

En partenariat avec le CRITT Agroalimentaire de La Rochelle, En 2024 s'est tenue la 4<sup>e</sup> édition de cette opération biennale, véritable tremplin pour les innovations agroalimentaires des entreprises régionales. Cette nouvelle édition a mis en lumière 115 produits innovants, portés par 85 entreprises régionales.

L'année a été ponctuée par plusieurs temps forts :

- une présentation aux Journées Aliments & Santé à La Rochelle en juin 2024,
- une conférence de presse à l'Hôtel de Région en octobre 2024,
- un showroom phigital lors du SIAL Paris et un mini-showroom au SIRHA 2025 à Lyon.

Une campagne RP et digitale a amplifié la visibilité des produits lauréats. Le nombre croissant de candidatures témoigne de son succès. La sélection 2024 est consultable sur le site internet dédié : [so-innovation.aana.fr](http://so-innovation.aana.fr)



La sélection So Innovation présentée lors des Journées Aliments & Santé de La Rochelle, en collaboration avec le CRITT Agroalimentaire de la Rochelle © DR AANA

Une innovation est un levier de développement économique, apportant de nouveaux bénéfices au consommateur ou au restaurateur, et, lorsqu'il s'agit d'export, en s'adaptant aux usages des pays cibles.

Xavier Terlet, Protéines XTC

(...) Cette reconnaissance, couplée à notre distinction au SIAL Innovation, renforce notre engagement à promouvoir le savoir-faire français sur les scènes nationale et internationale.

Panacea

## SIAL PARIS UNE VITRINE INTERNATIONALE POUR LES ENTREPRISES RÉGIONALES



d'entreprises, devant la Bourgogne-Franche-Comté et les Pays de la Loire.

Ce salon a constitué une **opportunité stratégique** de rayonnement pour les entreprises régionales, dans un contexte où l'innovation, la durabilité et la qualité sont des leviers clés à l'export.

L'AANA a accompagné **28 entreprises** agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine sur le **Salon International de l'Alimentation (SIAL)**, du 19 au 23 octobre 2024 à Paris.

Répartis sur plus de **400 m<sup>2</sup>**, les exposants étaient présents dans **3 halls** : Régions de France (Hall 5), Viandes & Volailles (Hall 6) et Produits laitiers (Hall 7).

Pour cette édition, le Pavillon Nouvelle-Aquitaine était le **1<sup>er</sup> collectif régional en termes de mobilisation**

Le SIAL Paris est un temps fort dans notre activité commerciale. C'est un rendez-vous pour tous nos clients français, notamment la Grande distribution qui ne se déplacent que rarement dans les salons à l'international mais également un salon reconnu à l'international que ce soit en Europe mais également en Asie ou en Amérique Latine.

Kathy Berthaut, Sphère Production.



Les masterclass animées par Sebastian Russold, Meilleur Sommelier d'Allemagne 2022, ont fait le plein lors de ProWein Düsseldorf. © Business

## MASTERCLASSES À L'INTERNATIONAL

Sur le salon **ProWein Düsseldorf**, **2 sessions de dégustation** ont rassemblé **84 professionnels** autour des vins de Bordeaux et du Sud-Ouest, animées par Sebastian Russold, Meilleur Sommelier d'Allemagne 2022.

En juin, une masterclass a aussi été donnée à la Columbia Law University de New-York, en présence de **64 étudiants** du club Devinimus.



## CAP SUR LES USA

En juin, l'AANA a coordonné la présence de 17 entreprises lors de **2 salons new-yorkais** (Summer Fancy Food Show et Vinexpo America), mais aussi une masterclass universitaire et des rencontres d'acheteurs à Paris en marge du SIAL auprès d'acheteurs d'Amérique du Nord - enseignes de supermarchés (Central Market, Whole Foods, Meijer, Walmart...), importateurs spécialisés en food service...



Gozoki partage son retour d'expérience suite à sa participation au Summer Fancy Food Show: Nous avons eu le plaisir de participer au Summer Fancy Food Show, un événement incontournable dans l'industrie agroalimentaire. Cette participation s'inscrit pleinement dans notre stratégie de développement à l'export, avec pour objectif d'introduire nos produits de Gozoki Douceurs sur le marché du retail américain.

## VOUS AVEZ DIT « COACHING » ?

Lors du 1<sup>er</sup> trimestre, **2 formations, avec une approche de « coaching »** ont été proposées par des consultants en développement commercial, experts de la filière viticole, auprès des adhérents de l'AANA (producteurs de vins et de spiritueux).

L'objectif: permettre de les outiller au mieux en amont de leur présence sur les salons professionnels internationaux.

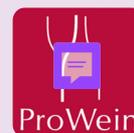
Deux cycles thématiques ont été proposés à des groupes d'une dizaine de participants:

- Réussir commercialement son salon professionnel PROWEIN
- Boostez votre anglais professionnel

Ces ateliers ont une préparation approfondie des salons, depuis la construction de la grille tarifaire, jusqu'aux attitudes et discours à adopter, à la structure de pitch... et de pouvoir aboutir à la construction d'une boîte à outils efficace et pratique.

J'ai apprécié les exercices et mises en situation concrètes durant la formation, cela me sera très utile pour améliorer notre discours prospects sur notre stand au prochain salon.

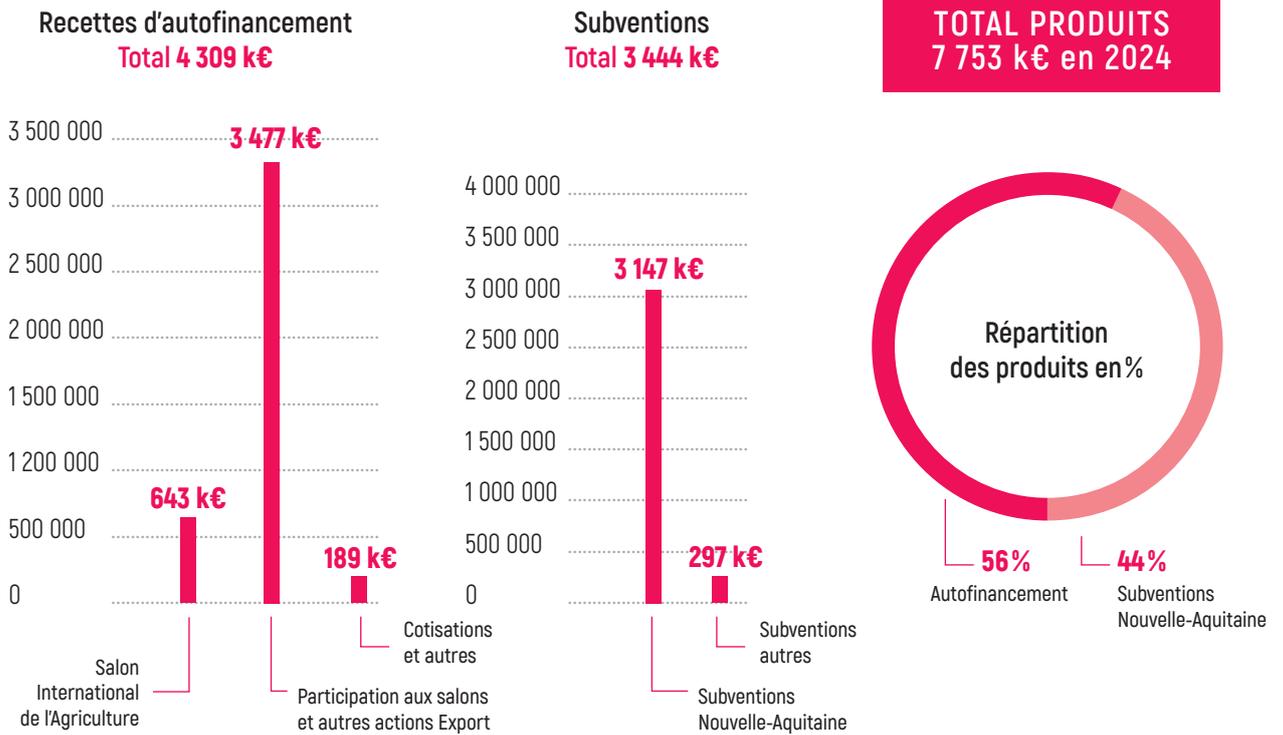
Caves de Rauzan



# EQUILIBRER

## LES COMPTES

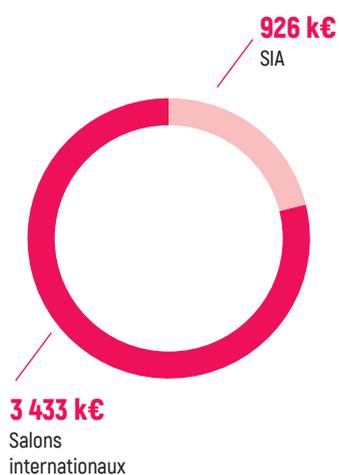
### DÉTAIL DES PRODUITS D'EXPLOITATION



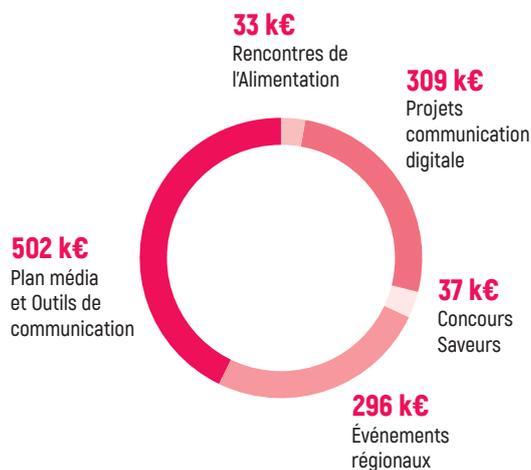
# DÉTAIL DES CHARGES D'EXPLOITATION

**TOTAL CHARGES  
7 372 k€ EN 2024**

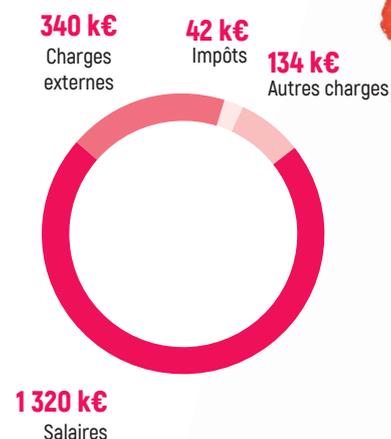
Salons et actions export  
**Total 4 359 k€**



Actions de communication collective  
**Total 1 177 k€**



Fonctionnement  
**Total 1 836 k€**



## RÉSULTAT (EN k€)

	ANNÉE 2024	ANNÉE 2023
Produits d'exploitation	7 753	7 039
Charges d'exploitation	- 7 570	- 6 894
Résultat d'exploitation	183	145
Résultat financier	30	22
Résultat avant IS	213	167
Résultat exceptionnel	83	2
IS	- 79	-37
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>217</b>	<b>132</b>



## BILAN (EN k€)

ACTIF	2024	2023	PASSIF	2024	2023
Immobilisations incorporelles	19	43	Fonds propres	1 368	1 235
Immobilisations corporelles	52	49	Résultats	217	132
Immobilisations financières	7	7	Provisions pour risques	198	446
Créances clients	216	327	Dettes fournisseurs	885	674
Créances fiscales et autres	1 196	1 034	Dettes fiscales sociales	418	339
Acomptes fournisseurs versés	10	2	Autres dettes	1 134	1 532
Trésorerie	2 297	2 229			
Charges constatées d'avance	1 153	1 315	Produits constatés d'avance	730	648
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>4 950</b>	<b>5 006</b>	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>4 950</b>	<b>5 006</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)  
[www.lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr)

