



18 septembre 2025

Avec 19 entreprises présentes à l'Anuga (Cologne), aux côtés de l'AANA, la Nouvelle-Aquitaine affirme le dynamisme des entreprises agroalimentaires

ANUGA - du 4 au 8 octobre 2025 – Koelnmesse, Cologne (Allemagne)

Anuga : le plus grand salon alimentaire sur un marché mondial en pleine transformation

Plus international que jamais, ce salon demeure la référence absolue pour capter les tendances et initier des échanges à l'export.

En 2023, près de **140 000 visiteurs** venus de **200 pays** et **7 900 exposants** ont passé les portes du Koelnmesse, de Cologne.

L'Anuga constitue aujourd'hui un hub d'affaires incontournable où se croisent acheteurs, distributeurs et prescripteurs du monde entier.

D'autant plus que les tendances du marché mondial et des exportations (cf. l'infographie à droite) confirment l'intérêt stratégique de l'Anuga pour accélérer les rencontres acheteurs et l'ouverture de nouveaux marchés.

19 entreprises agroalimentaires régionales : une présence collective renforcée

Pour la nouvelle édition de ce salon biennal, l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA) accompagne **19 entreprises néo-aquitaines** (vs 15 en 2023, cf. le détail en annexe). La plupart de ces opérateurs n'en sont pas à leur coup d'essai puisqu'une quinzaine d'entre elles ont déjà exposé lors de ce rendez-vous très attendu par les professionnels.

Les entreprises régionales seront réparties sur **249 m² dans 5 halls stratégiques** : produits laitiers, surgelés, viandes, boissons et épicerie fine.

Ce dernier hall dédié à l'épicerie fine concentre particulièrement les ambitions régionales avec près de la moitié des participants néo-aquitains positionnés sur ce secteur en pleine croissance.

LES EXPORTATIONS AGROALIMENTAIRES MONDIALES ET FRANÇAISES



1 925 Md €

ÉCHANGES AGROALIMENTAIRES MONDIAUX EN 2023

+75 % en dix ans, léger recul vs 2022



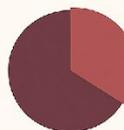
L'UE

1er BLOC EXPORTATEUR avec 541 Md€ (+4,7%)



LA FRANCE

6e EXPORTATEUR MONDIAL



69%

PART DES EXPORTATIONS FRANÇAISES VERS L'EUROPE

10,8%

PART DE L'ALLEMAGNE DANS LES DÉBOUCHÉS FRANÇAIS

Source : Où exporter en 2025, Business France

« L'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine joue un rôle d'accélérateur à l'export pour les entreprises agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine », précise Julien Touille, Directeur de l'AANA. « Notre mission est d'accompagner les producteurs et les marques dans leur conquête des marchés internationaux. Pour cela, nous leur donnons accès aux grands salons mondiaux, nous organisons des rencontres qualifiées avec des acheteurs étrangers et nous mettons en place des actions digitales ciblées pour renforcer leur visibilité à l'international. À travers ces dispositifs, nous créons un environnement favorable à l'ouverture de nouveaux débouchés, à la croissance des entreprises et au rayonnement de l'excellence régionale bien au-delà de nos frontières. »

L'export comme levier de croissance pour les entreprises néo-aquitaines

La participation à l'Anuga s'inscrit, pour de nombreuses entreprises, dans une stratégie de développement à l'international.

La Coopérative des Sauniers de l'Île de Ré fait ses premiers pas sur le salon cette année, avec un objectif clairement affiché. « La renommée et la portée internationale d'Anuga nous ont donné envie d'y participer afin de développer notre stratégie commerciale à l'export », explique Boris Zukanovich, Directeur Général et Commercial. Déjà présents en Allemagne avec un client majeur, l'entreprise espère élargir ses perspectives de développement : « La part des ventes à l'export représente aujourd'hui environ 20% de notre chiffre d'affaires. Nous espérons rencontrer aussi des acheteurs d'autres pays et trouver de nouveaux débouchés. »

Le Temps des Cerises, déjà solidement implanté en France avec ses marques "Le Temps des Cerises" et "**Maison Taillefer**", vise également à accélérer son business à l'international. « Notre objectif est clair : accélérer notre développement à l'Export et conquérir de nouveaux marchés, car l'export ne représente encore que 2 à 3% de notre chiffre d'affaires », annonce Alexandre Berenger, Responsable Grands Comptes & Export.

Innovation et nouvelles tendances à l'honneur

Les attentes des acheteurs internationaux se tournent aussi de plus en plus vers l'innovation, l'adaptation aux marchés et la durabilité.

Vignerons Mais Autrement (Groupe Terre de Vignerons) dévoilera une gamme innovante de vins sans alcool ou faiblement alcoolisés, des « blancs de noirs » issus de cépages résistants, en réponse à la demande croissante de produits plus légers, durables et différenciants. « Il nous est apparu très pertinent de participer à ce salon car c'est un événement tourné vers l'innovation et nos produits sont en parfaite adéquation avec ce que les acheteurs attendent en venant sur celui-ci. » explique Maxime Hosteing, Responsable de zone Export : Zone Rhénane, Europe de l'Est et Asie. « Nous mettons un point d'honneur à valoriser les "blancs de noirs". Nous produisons à Bordeaux (et plus largement en France) plus de vins rouges que nous n'en vendons en raison d'un recul des marchés historiques. À l'inverse, les vins blancs connaissent un véritable dynamisme commercial. En utilisant des raisins noirs pour faire des vins blancs, nous adoptons une démarche innovante et durable : nous préservons ainsi le vignoble bordelais tout en répondant aux attentes actuelles du consommateur. »





Le Temps des Cerises profitera de ce rendez-vous pour lancer un nouveau café aromatisé « macaron-pistache », une création qui associe un emblème de la pâtisserie française à une saveur particulièrement tendance. Cela fait partie de la stratégie d'entreprise comme le souligne Alexandre Berenger, Responsable Grands Comptes & Export. « L'une de nos grandes forces est notre capacité à répondre aux besoins spécifiques de nos clients. En Allemagne, la forte demande pour le sourcing de produits MDD constitue une réelle opportunité de croissance pour notre société ».

EuroFoodArt, L'Excellence Européenne est un Art

En parallèle, l'AANA valorisera le programme européen **EuroFoodArt** cofinancé par l'Union Européenne, **L'Excellence Européenne est un Art**, mené avec son homologue wallon APAQ-W.

Ce dispositif met en lumière les produits sous signes de qualité européens (Appellation d'Origine Protégée, Indication Géographique Protégée) à travers des dégustations quotidiennes et animations au Hall 7 (stand E-049).

Le public pourra notamment (re)découvrir l'Agneau de lait des Pyrénées IGP, le Veau, l'Agneau et le Porc du Limousin IGP, ou encore des cocktails à base d'Armagnac proposés par un sommelier-mixologue.

Le lundi 6 octobre, un cooking show réunira les chefs ambassadeurs Guillaume Sanchez (étoilé, NESO Paris) et Logan Depuydt (restaurant L'Artiste, Belgique) pour un menu à quatre mains célébrant l'audace culinaire et la richesse des terroirs européens.

« La mise en avant des produits français de qualité a toujours fait partie de mon ADN, si aujourd'hui le chef peut avoir un rôle à jouer en termes d'influence c'est évidemment sur le fait de pouvoir faire vivre et connaître les personnes qui cherchent à produire plus proche, plus propre, et plus sain. », explique Guillaume Sanchez.

« Ces produits sont aujourd'hui d'une importance fondamentale. Dans un monde où le client est toujours celui à qui l'on se permet de vendre n'importe quoi sous n'importe quel nom, ces appellations IGP, AOC, AOP sont là pour ramener de la transparence à la consommation. C'est aussi une mise en avant incroyable pour ceux qui les obtiennent, souvent, contre vents et marées. »

Plus d'informations : eurofoodart.eu



Tout le programme de nos salons, nos événements, et bien plus encore : lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr



Le chef ambassadeur, Guillaume Sanchez, est allé à la rencontre des éleveurs d'Agneau de lait des Pyrénées. ©DR/AANA

Contact presse
Marie Lacour-Darribère
06.32.58.73.97
m.darribere@aana.fr

À propos de l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine

L'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA) fédère les acteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire, de la viticulture et des filières maritimes de la première région agricole de France et d'Europe.

Ses actions s'articulent autour de quatre défis : accompagner les démarches qualité, développer l'image et la notoriété des produits régionaux, soutenir les entreprises dans leur développement économique et impulser des projets collaboratifs sur l'alimentation de demain.

Labellisée « Engagé RSE – niveau confirmé » par l'AFNOR, l'AANA s'inscrit dans une démarche collective, responsable et innovante.

En savoir plus : www.aana.fr - [Fiche d'identité de l'AANA](#)

ANNEXE : Détails des 19 entreprises régionales présentes à Anuga

N° stand	
	EPICERIE FINE
Hall 10.2 F021	GOZOKI
Hall 10.2 F023	VALADE GROUPE
Hall 10.2 F031	LA COMPAGNIE DES PRUNEAUX
Hall 10.2 F018	SPHERE PRODUCTION
Hall 10.2 F029	LES DELICES DE SAINT ORENS
Hall 10.2 F016	LE TEMPS DES CERISES - MAISON TAILLEFER
Hall 10.2 F027	DAUPHIN PASTOUREAU
Hall 10.2 F014	CHAMPILAND
Hall 10.2 F016	COOPERATIVE DES SAUNIERS DE L'ILE DE RE
Hall 10.2 F025	CONSERVERIE ARNAUD
	PRODUITS LAITIERS
Hall 10.1 B012	TERRA LACTA
	SURGELES
Hall 4.2 B057	GELPASS
Hall 4.2 C054	CITE GOURMANDE
	VIANDES
Hall 9.1 C034a	WF DISTRIBUTION
Hall 9.1 C034	LOEUL et PIRIOT
Hall 9.1 C030	MAÏSADOUR DISTRIBUTION
Hall 9.1 C032	FAVID
	BOISSONS
Hall 8.1 C037	VIGNERONS MAIS AUTREMENT
Hall 8.1 C039a	EGARRI EDARIAK